Joachim Trebbe, Annett Heft, Hans-Jürgen Weiß

Mediennutzung junger Menschen mit Migrationshintergrund

Umfragen und Gruppendiskussionen mit Personen türkischer Herkunft und russischen Aussiedlern im Alter zwischen 12 und 29 Jahren in Nordrhein-Westfalen

Schriftenreihe Medienforschung der LfM
Band 63

Joachim Trebbe, Annett Heft,
Hans-Jürgen Weiß
Mediennutzung junger Menschen
mit Migrationshintergrund

Schriftenreihe Medienforschung
der Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen

Band 63

Joachim Trebbe, Annett Heft,
Hans-Jürgen Weiß

Mediennutzung junger Menschen mit Migrationshintergrund

Umfragen und Gruppendiskussionen mit Personen türkischer Herkunft und russischen Aussiedlern im Alter zwischen 12 und 29 Jahren in Nordrhein-Westfalen

unter Mitarbeit von
Regine Hammeran

›lfm:
VISTAS

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

Herausgeber:
Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM)
Zollhof 2
40221 Düsseldorf
Tel.: 0211 / 770 07 – 0
Fax: 0211 / 72 71 70
E-Mail: info@lfm-nrw.de
Internet: www.lfm-nrw.de

Copyright © 2010 by
Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM), Düsseldorf

Verlag:
VISTAS Verlag GmbH
Goltzstraße 11
10781 Berlin
Tel.: 030 / 32 70 74 46
Fax: 030 / 32 70 74 55
E-Mail: medienverlag@vistas.de
Internet: www.vistas.de

Alle Rechte vorbehalten
ISSN 1862-1090
ISBN 978-3-89158-518-4

Umschlaggestaltung: disegno visuelle kommunikation, Wuppertal
Satz: Schriftsetzerei – Karsten Lange, Berlin
Druck: Bosch-Druck, Landshut

Vorwort des Herausgebers

Die Vermittlung von Medienkompetenz gehört zu den wesentlichen Aufgaben der LfM. Die Förderaktivitäten sollen dabei auf die spezifischen Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe ausgerichtet werden. Vor diesem Hintergrund stellte sich die Frage, inwieweit für junge Menschen mit Migrationshintergrund spezielle Maßnahmen der Förderung von Medienkompetenz zu ergreifen sind. Zu diskutieren ist also, ob sich aus der alltäglichen Medienpraxis der Heranwachsenden besondere Bedarfe ergeben, an denen sich die Medienkompetenzförderung orientieren sollte.

Die vorliegende LfM-Studie gibt Aufschluss darüber, wie Personen türkischer Herkunft und russische Aussiedler im Alter von 12 bis 29 Jahren Medien nutzen. Analysiert werden die Befunde auch im Hinblick auf die Problematik der sozialen Integration. Die Studie zeigt auf, welchen Medien sich Jugendliche mit Migrationshintergrund zuwenden und weshalb sie dies tun. Dabei wird die Nutzung von sowohl klassischen Massenmedien wie Radio und Fernsehen als auch Individualmedien wie Internet und Handy untersucht.

Die Ergebnisse der repräsentativen Befragung und der Gruppendiskussionen machen deutlich, dass allein migrationsspezifische Faktoren zur Erklärung des Medienhandelns der untersuchten Teilgruppen nicht ausreichen. Vielmehr scheinen auch das Milieu, der lebensweltliche Kontext und soziodemografische Faktoren, etwa Bildung und Geschlecht, eine entscheidende Rolle für die Mediennutzung zu spielen.

Im Vergleich der Mediennutzung von Jugendlichen mit Migrationshintergrund zu den Nutzungszahlen der Gesamtbevölkerung zeigen sich interessante Unterschiede. Insgesamt jedoch überwiegen bei den Heranwachsenden die Gemeinsamkeiten. Auch dies spricht für Formen der Medienkompetenzförderung, die sich zwar auch, aber nicht ausschließlich an migrationsspezifischen Faktoren orientieren.

Die Studie soll auf der Basis repräsentativer Daten Impulse für die weiterführende Diskussion über den Stellenwert von Medien für die soziale Integration von Heranwachsenden mit Migrationshintergrund bieten. Gleichzeitig soll die Untersuchung auch Anregungen geben, wo mögliche zu ergreifende Maßnahmen der Medienkompetenzvermittlung ansetzen können.

Prof. Dr. Norbert Schneider
Direktor der LfM

Frauke Gerlach
Vorsitzende der Medienkommission der LfM

Inhalt

1 Einführung 9
1.1 Fragestellungen der LfM-Studie 9
1.2 Die Konzeption der LfM-Studie 10
1.3 Die Methode der LfM-Studie 13
1.4 Durchführung der LfM-Studie 15
1.5 Aufbau der Publikation 16

2 Mediennutzung und soziale Integration von jungen Migranten 19
2.1 Gesellschaftspolitischer Forschungskontext 20
2.2 Theorie 23
2.3 Forschungsstand 27

3 Mediennutzung und Medienkompetenz von jungen Migranten 31
3.1 Gesellschaftspolitischer Forschungskontext 31
3.2 Theorie 33
3.3 Forschungsstand 36

4 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen für die Konzeption der LfM-Studie 51
4.1 Forschungskontext und Forschungsprobleme 51
4.2 Probleme der auf Mediennutzung und soziale Integration von Migranten bezogenen Forschung 52
4.3 Probleme der auf Mediennutzung und Medienkompetenz von jungen Migranten bezogenen Forschung 55
4.4 Konzeptionelle Schlussfolgerungen für die LfM-Studie 57

5 Methode und Ergebnisse der Telefonumfragen 61
5.1 Methode 61
5.2 Die Stichproben 63
5.3 Ethnische Identität und soziale Integration 68

5.4 Medienausstattung 81
5.5 Massenmedien und soziale Integration 86
5.6 Individualmediennutzung und Medienkompetenz 98
5.7 Zusammenfassung 115

6 Methode und Ergebnisse der Gruppendiskussionen 119
6.1 Methode 119
6.2 Ethnische Identität 122
6.3 Medienausstattung und Nutzungspräferenzen 128
6.4 Medienkompetenz 130
6.5 Zusammenfassung 157

7 Mediennutzung und soziale Integration junger Migranten – Kausalzusammenhänge 165
7.1 Ausgangslage 166
7.2 Modell und Operationalisierung 167
7.3 Ergebnisse 169
7.4 Diskussion 171

8 Mediennutzung und Medienkompetenz: Jugendliche mit und ohne Migrationshintergrund im Vergleich 175
8.1 Soziodemografie 176
8.2 Medienausstattung und Mediennutzung 178
8.3 Internet- und Funktionsmedien: Nutzung und Reflektion . . . 181

9 Perspektiven einer zielgruppenspezifischen Förderung der Medienkompetenz junger Migranten 195
9.1 Von Defiziten zu Differenzen: Reformulierung der Fragestellung 197
9.2 Empirische Ausgangspunkte 198
9.3 Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz junger Migranten 201

10 Literatur 207

11 Abbildungs- und Tabellenverzeichnis 217

Die Autoren 221

1 Einführung

Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat im Dezember 2007 eine Studie zur Untersuchung der „Mediennutzung Jugendlicher und junger Erwachsener mit Migrationshintergrund in Nordrhein-Westfalen“ ausgeschrieben. „Unter Berücksichtigung bestehender Studien“ sollte „der Fokus auf die Zielgruppe der 12- bis 29-Jährigen sowie auf Menschen mit Herkunft aus der Türkei oder der Russischen Föderation sowie – wenn möglich – weiterer relevanter Migrantengruppen in Nordrhein-Westfalen gelegt werden“ (LfM 2007a). Die GöfaK Medienforschung GmbH, Potsdam, erhielt im Juni 2008 den Auftrag, diese Studie durchzuführen. Wir werden sie im Folgenden kurz als „LfM-Studie“ bezeichnen.

1.1 Fragestellungen der LfM-Studie

Die Ausschreibung der Studie knüpft an die neuere sozialwissenschaftliche Forschung zur Mediennutzung von „Menschen mit Migrationshintergrund“[1] in Deutschland an. Mediennutzung wird dabei ähnlich wie der Sprachgebrauch als Teil ihrer Alltagskultur angesehen und in einen Zusammenhang mit der *Integration* dieses Bevölkerungssegments in die deutsche Gesellschaft gebracht. Dieser Zusammenhang wird in den theoretischen Konzepten der Migrations-, Integrations- und Medienforschung sehr unterschiedlich modelliert. Denkbar ist nicht nur ein – zum Teil förderlicher, zum Teil hemmender – Einfluss der Nutzung deutsch- und fremdsprachiger Medienangebote auf soziale Integra-

1 Die Bezeichnung eines bestimmten Bevölkerungssegments in Deutschland als „Menschen mit Migrationshintergrund“ markiert seit dem Mikrozensus 2005 einen Fortschritt der amtlichen Statistik, auch wenn die Begrifflichkeit als solche eher schwerfällig ist. Sie fasst Menschen mit und ohne eigene Migrationserfahrung (Migranten/Nicht-Migranten) sowie Menschen mit und ohne deutsche Staatsbürgerschaft (Ausländer/Deutsche) sachlich sinnvoll zusammen (vgl. Kap. 2). Wir werden im Folgenden allerdings aus Gründen der Lesbarkeit auch den Begriff der „Migranten“ synonym zur korrekten Langformel der „Menschen mit Migrationshintergrund“ verwenden – und meinen damit sowohl die Frauen als auch die Männer in diesem Bevölkerungssegment.

tionsprozesse. Der Zusammenhang könnte auch umgekehrt sein: Der Integrationsstatus der Menschen mit Migrationshintergrund könnte sich auf ihre Medienauswahl und ihre Mediennutzungsgewohnheiten auswirken. Beide Modelle sind jeweils für sich genommen plausibel und werden empirisch unterstützt.

Die Fokussierung der Studie auf jüngere Menschen mit Migrationshintergrund ist nun allerdings mit einer zusätzlichen, weiterführenden Fragestellung verbunden. Neben der Nutzung der klassischen Massenmedien – Presse, Hörfunk, Fernsehen – soll insbesondere auch der „Umgang mit und die Einstellung zu neuen Medien wie Internet, Computerspiele und Handy" differenziert erfasst werden (LfM 2007a: 7). Der Hintergrund für diese Fragestellung ist das medienpädagogische Konzept der *Medienkompetenz*. Die Fähigkeit zu einem sachlich angemessenen, selbstbewusst-kritischen Umgang mit den Medien wird als eine Bildungsressource angesehen, die vor allem in Bezug auf die Potenziale der neuen Informationstechnologien von zentraler individueller und sozialer Bedeutung ist. Geprüft werden soll, ob und wie junge Menschen mit Migrationshintergrund an diesen Potenzialen teilhaben. Je nach Ergebnis ist dann aus medienpädagogischer Perspektive zu diskutieren, ob – und falls ja: welche – zielgruppenspezifische Maßnahmen zur Medienkompetenzförderung in diesem Bevölkerungssegment anzustreben sind.

1.2 Die Konzeption der LfM-Studie

Ein auf diese beiden Fragestellungen ausgerichtetes Projekt steht konzeptionell vor dem Problem, dass zwei Forschungsstränge miteinander verknüpft werden müssen, die bisher weitgehend unverbunden nebeneinander verfolgt wurden:

(1) Studien zur Mediennutzung von „Ausländern", heute von „Menschen mit Migrationshintergrund", haben in Deutschland durchaus eine gewisse Tradition.[2] Parallel zur zunehmenden Relevanz der Integrationsproblematik im öffentlichen und politischen Diskurs hat gerade in letzter Zeit auch die Zahl der Studien zugenommen, die sich mit dieser Thematik befassen. Während jedoch die Mediennutzung der deutschen Mehrheitsgesellschaft durch Studien der Medienwirtschaft auf hohem methodischem Niveau kontinuierlich repräsentativ erfasst wird, gibt es keine vergleichbare Forschung zur repräsentativen Ermittlung der Mediennutzung der in Deutschland lebenden Menschen mit Migrationshintergrund. Und das, obwohl sie mittlerweile fast ein Fünftel der deutschen Bevölkerung stellen. Stattdessen wurden und werden von unterschiedlichen Auftraggebern Einzelstudien durchgeführt, die sich zumeist auf

2 Vgl. dazu Kapitel 2.

einzelne Migrantengruppen beziehen – am häufigsten auf die beiden größten Gruppen: Personen mit türkischem Migrationshintergrund und Spätaussiedler aus den Gebieten der ehemaligen Sowjetunion.

Für diese Schwerpunktbildung gibt es gesellschaftspolitische, aber auch methodische Gründe. Wenn man die komplexe nationale bzw. ethnische Struktur der in Deutschland lebenden Menschen mit Migrationshintergrund betrachtet, wird schnell deutlich, dass es sachlich unsinnig und methodisch unmöglich ist, die Mediennutzung „der" Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland repräsentativ erfassen zu wollen. Insofern bleibt in diesem Feld die selektiv auf einzelne Teilpopulationen bezogene Forschung der sachlich und methodisch sinnvollste Weg.

Ein weiteres Problem besteht darin, dass die gar nicht mehr so geringe Zahl repräsentativer Umfragen zur Mediennutzung von Menschen mit Migrationshintergrund nicht identisch ist mit der Zahl der Studien, bei denen die Abfrage der Mediennutzung systematisch mit der Erhebung von Indikatoren zur sozialen Integration der Befragten verknüpft wird (Übersicht 1.1). Dieses Defizit betrifft leider auch die aktuellste Repräsentativerhebung in diesem Forschungsfeld, die im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission durchgeführte Studie „Migranten und Medien 2007", der immerhin zu sechs Migran-

Übersicht 1.1: Referenzstudien zu den Telefonumfragen der LfM-Studie

Kurzbezeichnung	Alter der Befragten	Grundgesamtheit/Stichprobe (Ungewichtete Fallzahlen)	Literatur
G. I. F.-Studie 1999	ab 18 Jahren	Russische Aussiedler, n = 463	Pfetsch/Weiß 2000; Pfetsch/Trebbe 2003; Ivanova 2009
BPA-Studie 2000	ab 14 Jahren	Personen türkischer Herkunft, n = 1.842	Weiß/Trebbe 2001; Trebbe/Weiß 2001; Trebbe 2002
WDR-Studie 2006	14–49 Jahre	Personen türkischer Herkunft, n = 503	Trebbe/Weiß 2006, 2007; Trebbe 2007a, b; Trebbe 2009; Simon/Kloppenburg 2007
ARD/ZDF-Studie 2007	ab 14 Jahren	Sechs Teilpopulationen mit Migrationshintergrund, n = 3.010, darunter mit türkischer Herkunft: n = 500; russische Aussiedler: n = 501	ARD/ZDF 2007; Simon 2007; Walter/Schlinker/Fischer 2007
JIM-Studie 2008 (seit 1998)	12–19 Jahre	Deutschsprachige Jugendliche, n = 1.208	Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) 2008
KIM-Studie 2008 (seit 1999)	6–13 Jahre	Deutschsprachige Schulkinder, n = 1.206	Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) 2009

tengruppen repräsentative Mediennutzungsdaten zu entnehmen sind[3] (ARD/ZDF 2007).

An drei der Studien, in denen Zusammenhänge zwischen Mediennutzung und sozialer Integration untersucht werden, haben die Autoren dieses Berichts mitgewirkt. Eine davon bezieht sich auf russische Spätaussiedler, zwei auf Personen mit türkischem Migrationshintergrund:

- G. I. F.-Studie (1999): Eine 1999 durchgeführte Telefonumfrage, die für in Niedersachsen lebende russlanddeutsche Spätaussiedler ab 18 Jahren repräsentativ ist. Projektförderung: German-Israel-Foundation/G. I. F.; Feldforschung: ZUMA Mannheim.
- BPA-Studie (2000): Eine 2000 durchgeführte Face-to-Face-Befragung, die für die in Deutschland in Privathaushalten lebende türkischstämmige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren repräsentativ ist. Auftraggeber: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung/BPA; Feldarbeit: GfK-Fernsehforschung Nürnberg.
- WDR-Studie (2006): Eine 2006 durchgeführte Telefonumfrage, die für in Nordrhein-Westfalen lebende Personen mit türkischem Migrationshintergrund zwischen 14 und 49 Jahren repräsentativ ist. Auftraggeber: Westdeutscher Rundfunk/WDR; Feldarbeit: ENIGMA Wiesbaden.

Vor diesem Hintergrund ist es ein zentrales Ziel der LfM-Studie, Daten zur Mediennutzung Jugendlicher und junger Erwachsener mit Migrationshintergrund in Nordrhein-Westfalen zu erheben, die an diese Studien konzeptionell und methodisch anschlussfähig sind.

(2) Die in den letzten Abschnitten beschriebene Forschung ist unter medialen Gesichtspunkten insofern „konservativ“, als die repräsentativen Studien zur Mediennutzung von Menschen mit Migrationshintergrund bisher weitgehend auf die traditionellen Massenmedien – Presse, Hörfunk, Fernsehen – beschränkt sind. Erst seit Kurzem wird dort auch die Nutzung des Internets erfasst, jedoch ohne weitere Spezifikation der mit dem Internet verbundenen individuellen und massenmedialen Nutzungsmöglichkeiten. Auch hier ist die auf die deutsche Mehrheitsgesellschaft bezogene Medienforschung deutlich weiter, speziell der Teil dieser Forschung, der sich auf die Mediennutzung junger Menschen bezieht.

Die Nutzung der manchmal auch als „Funktionsmedien“ oder „Individualmedien“ bezeichneten neuen digitalen Medien durch Kinder und Jugendliche

3 Dabei handelt es sich um Personen mit türkischem Migrationshintergrund, („russische“ bzw. „russlanddeutsche“) Spätaussiedler aus den Gebieten der ehemaligen Sowjetunion sowie Menschen, deren Migrationshintergrund im ehemaligen Jugoslawien, in Polen, Italien oder Griechenland verankert ist.

erfährt seit Jahren verstärkte Aufmerksamkeit, vor allem in der medienpädagogischen Forschung.[4] Neben vielen Einzelstudien sind hierbei insbesondere zwei kontinuierliche Repräsentativerhebungen zu nennen, die der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) seit 1998/1999 durchführt:

- KIM-Studie (1999-lfd.): Seit 1999 werden – unter den Stichworten „*Kinder* und Medien, Computer und Internet" – jährlich deutschsprachige Schulkinder im Alter zwischen 6 und 13 Jahren (unter Einbeziehung der „primären Erziehungspersonen/Haupterzieher") zu ihrer Mediennutzung, einschließlich Computer, Internet und Handy befragt.
- JIM-Studie (1998-lfd.): Schon ein Jahr früher wurde – unter den Stichworten „*Jugend,* Information, (Multi-)Media" – die jährliche Befragung deutschsprachiger Jugendlicher im Alter zwischen 12 und 19 Jahren in Telefonhaushalten gestartet. Auch hier stehen neben den klassischen die neuen digitalen Medien im Mittelpunkt.

Bisher fehlt es jedoch vollkommen an Umfragen, in denen die Nutzung der neuen digitalen Medien im spezifischen Milieu von Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund – in etwa vergleichbar zu den KIM- oder JIM-Studien – repräsentativ erfasst wird.

Ein zweites Ziel der LfM-Studie ist es daher, repräsentative Daten zur Nutzung der neuen digitalen Medien in jüngeren Bevölkerungssegmenten mit Migrationshintergrund so zu erfassen, dass sie konzeptionell und methodisch an diese beiden Studien anschlussfähig sind.

1.3 Die Methode der LfM-Studie

Im Rahmen der Konkretisierung des Forschungsauftrags mussten vor allem zwei Punkte geklärt werden: die genaue Eingrenzung des Personenkreises, auf den sich die Untersuchung bezieht, sowie die Festlegung der Erhebungsverfahren.

Im Ergebnis dieses Klärungsprozesses wurde festgelegt, dass sich die LfM-Studie auf *zwei Teilpopulationen* der in Nordrhein-Westfalen lebenden Menschen mit Migrationshintergrund beziehen sollte: zum einen auf Personen türkischer Herkunft und zum anderen auf Spätaussiedler aus dem Gebiet der ehemaligen Sowjetunion, jeweils im Alter zwischen 12 und maximal 29 Jah-

4 Vgl. dazu Kapitel 3.

ren.[5] Die exakte Definition der Grundgesamtheiten und die Stichprobenverfahren unterscheiden sich jedoch je nach Erhebungsverfahren.

Telefonumfragen

Der Schwerpunkt der Studie liegt eindeutig darauf, überhaupt erst einmal repräsentative Basisdaten zur Mediennutzung und Medienkompetenz in zwei quantitativ umfangreichen und damit gesellschaftlich besonders relevanten Teilpopulationen jüngerer Menschen mit Migrationshintergrund zu generieren. Mit dieser Zielsetzung wurden *zwei repräsentative Telefonumfragen* mit ca. 300 Befragten durchgeführt.

Die Grundgesamtheiten der Telefonumfragen waren (1) Personen mit türkischem Migrationshintergrund sowie (2) Personen mit dem Migrationshintergrund der „russlanddeutschen" Spätaussiedler im Alter zwischen 12 und 29 Jahren in privaten Haushalten mit Telefoneintrag (Festnetz/Mobil) in Nordrhein-Westfalen. Beide Haushaltsstichproben wurden auf der Basis des Onomastik-Verfahrens ausgewählt (Humpert/Schneiderheinze 2000). Die Stichprobenziehung erfolgte zweistufig (1. Stufe: regionale Schichtung; 2. Stufe: Auswahl der Zielperson), die Stichproben wurden auf der Basis der Daten des Mikrozensus 2007 für Nordrhein-Westfalen nach Alter und Geschlecht gewichtet.

Für beide Teilpopulationen wurden zweisprachige Befragungsinstrumente entwickelt. Ein großer Teil der Fragen wurde einerseits aus der WDR-Studie und andererseits aus der JIM-Studie übernommen. Die CATI-Interviews wurden von zweisprachigen Interviewerinnen durchgeführt, jedoch war bei beiden Umfragen die Interviewsprache in mehr als 80 Prozent der Fälle Deutsch.

Gruppendiskussionen

In Ergänzung zur Erhebung quantitativer und repräsentativer Basisdaten zur Mediennutzung war es das Ziel der Studie, auch einen qualitativen Einblick in den Mediengebrauch junger Menschen mit Migrationshintergrund zu er-

---

5 Die Altersvorgabe „12–29 Jahre" war Teil des Forschungsauftrags. Faktisch erstreckt sich die Grundgesamtheit der Studie in beiden Migrantenstichproben damit über *drei Lebens- bzw. Entwicklungsphasen,* die – folgt man der einschlägigen Literatur – auf der Basis von „Altersschnitten" nicht eindeutig gegeneinander abzugrenzen sind: Die späte Kindheit geht im Prinzip bis zum 14. Lebensjahr, als junge Erwachsene könnte man Personen ab dem 21. Lebensjahr bezeichnen und dazwischen (bzw. diese Unter- und Obergrenze überlappend) liegt die Übergangsphase der Jugend. In der Shell-Jugendstudie werden Personen im Alter zwischen 12 und 25 Jahren befragt (Hurrelmann/Albert/TNS Infratest Sozialforschung 2006). Die beiden o. g. mpfs-Studien zur Mediennutzung und Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen bezeichnen 6- bis 13-Jährige als „Kinder" (KIM) und 12- bis 19-Jährige als „Jugendliche" (JIM). Vor diesem Hintergrund wird in der vorliegenden Studie, insbesondere bei der Betrachtung einzelner Altersgruppen innerhalb der Stichproben, eine ausgesprochen pragmatische „Ad-hoc-Begrifflichkeit" verwendet.

halten. Die hierzu durchgeführten Gruppendiskussionen sind in doppelter Weise selektiv:

Erstens wurden sie auf das jüngere Segment der beiden Teilpopulationen beschränkt. Das Alter der Diskussionsteilnehmer liegt – analog zur Altersstruktur der JIM-Studie – zwischen 12 und 19 Jahren. Und zweitens wurde der Diskussionsleitfaden stark auf die Nutzung der neuen digitalen Medien und hierauf bezogene Fragen der Medienkompetenz fokussiert.

In beiden Teilpopulationen wurden drei Gruppendiskussionen durchgeführt: jeweils eine Diskussion mit 12- bis 15-Jährigen und 16- bis 18-Jährigen sowie eine zusätzliche Diskussion mit den Eltern der 12- bis 15-Jährigen. An jeder Diskussion nahmen acht bis neun Personen teil.

Die Diskussionsteilnehmer/-innen wurden nach einem vorgegebenen Screening-Verfahren bewusst ausgewählt. Dabei wurde auf eine Aussteuerung der Gruppenzusammensetzung nach Geschlecht und Schulbildung geachtet. Das heißt, die Ergebnisse der Gruppendiskussionen sind nicht repräsentativ, sie sind eher als explorative Ergänzung zu den repräsentativen Befunden der Telefonumfragen zu lesen.

1.4 Durchführung der LfM-Studie

Auf der Seite der GöfaK Medienforschung GmbH, Potsdam, sind Joachim Trebbe und Hans-Jürgen Weiß sowie Annett Heft für die Konzeption und Realisation der LfM-Studie verantwortlich. Während Joachim Trebbe und Hans-Jürgen Weiß im Vorfeld der Studie vor allem zum Thema Mediennutzung und Integration geforscht und publiziert haben, übernahm Annett Heft die Aufgabe, sich in die theoretischen, methodischen und empirischen Aspekte der Medienkompetenzforschung einzuarbeiten, die für die medienpädagogischen Aspekte der LfM-Studie von Bedeutung sind.

Die Telefonumfragen wurden im Oktober/November 2008 von der ENIGMA GfK Medien- und Marketingforschung GmbH, Wiesbaden, durchgeführt. Das Institut wirkte, vertreten durch Bettina Klumpe, nicht nur an der praktischen, sondern auch an der konzeptionellen Entwicklung des Untersuchungsinstruments mit. Dabei profitierte die LfM-Studie von der Erfahrung, die ENIGMA GfK in beiden Untersuchungsschwerpunkten hat: ENIGMA GfK führte unter anderem die auf Mediennutzung und Integration bezogene WDR-Studie 2006 durch und ist auch für die Feldarbeit der JIM-Studie verantwortlich.

Für die ebenfalls im Oktober/November 2008 durchgeführten Gruppendiskussionen war das Forschungsinstitut result gmbh, Köln, verantwortlich. Vertreten durch Regine Hammeran und Sabine Haas wirkte das Institut an der Entwicklung der Konzeption der Teilstudie und des Leitfadens für die Gruppendiskussionen mit. Der Ergebnisbericht wurde von Regine Hammeran

verfasst. Auch hier war es für die LfM-Studie von Vorteil, dass das Institut im Rahmen der WDR-Studie 2006 schon Gruppendiskussionen mit türkischen Jugendlichen durchführte.

Um die Ergebnisse der empirischen Erhebungen der LfM-Studie aus medienpädagogischer Perspektive angemessen einordnen zu können, veranstaltete die GöfaK-Forschungsgruppe im Mai 2009 einen Experten-Workshop. Externe Teilnehmer des Workshops waren: Stefan Aufenanger (Universität Mainz), Susanne Bernsmann (Stiftung Digitale Chancen), Kai-Uwe Hugger (Universität Bielefeld), Helga Theunert (JFF München) und Claudia Wegener (Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“ Potsdam-Babelsberg). Auf der Basis einer Zusammenfassung der zentralen Untersuchungsergebnisse der LfM-Studie wurde diskutiert, (1) ob und wie sich die untersuchten Personen mit Migrationshintergrund von gleichaltrigen Personen ohne Migrationshintergrund in ihrer Mediennutzung und Medienkompetenz unterscheiden, (2) ob das ggf. primär auf ihren Migrationsstatus oder andere Faktoren zurückzuführen ist und (3) ob sich daraus praktische medienpädagogische Konsequenzen ergeben.

In den folgenden Kapiteln werden nun die Grundlagen und Ergebnisse der verschiedenen Teilerhebungen und Arbeitsschritte der LfM-Studie vorgestellt. Zuvor jedoch noch ein kurzer Blick auf den Aufbau der Publikation.

1.5 Aufbau der Publikation

Zunächst wird der – sowohl gesellschaftspolitisch als auch wissenschaftlich – doppelte Hintergrund der LfM-Studie skizziert. Die nicht selten unter dem Begriff des Medienghettos diskutierte Frage nach der Bedeutung der Nutzung deutscher und heimatsprachiger Massenmedien für die soziale Integration von Migranten in Deutschland wird in Kapitel 2 aufgegriffen, theoretisch verortet und mit dem aktuellen Forschungsstand konfrontiert. Daran schließt sich in Kapitel 3 eine theoretische und empirische Auseinandersetzung mit der Vermutung an, die jüngere Generation der Migranten in Deutschland wäre in der Verfügbarkeit der neuen digitalen Medien benachteiligt bzw. würde diese „Individual- bzw. Funktionsmedien“ nicht unbedingt zu ihrem eigenen (Bildungs-)Vorteil nutzen.

Der Stand und die Defizite dieser Forschung werden im vierten Kapitel zusammengefasst und im Hinblick auf die konzeptionellen und methodischen Optionen der LfM-Studie erörtert. Im Übergang zur Darstellung der Ergebnisse der LfM-Studie in den Folgekapiteln wird außerdem eine knappe Zusammenfassung der konzeptionellen Prämissen und methodischen Eckpunkte der LfM-Studie gegeben.

Die zentralen Ergebnisse der Telefonumfragen werden in Kapitel 5, die Befunde der Gruppendiskussionen in Kapitel 6 dargestellt. Das ist insofern

kein einfaches Unterfangen, weil erstens in beiden Kapiteln jeweils die Ergebnisse von zwei Teilerhebungen zu präsentieren sind: für die Personen türkischer Herkunft und für die russlanddeutschen Spätaussiedler. Und zweitens wird versucht, in beiden Kapiteln – soweit es von der Datenlage her angebracht scheint – nach Altersgruppen zu differenzieren: im Fall der Telefonumfragen zwischen 12- bis 19- bzw. 20- bis 29-Jährigen, bei den Gruppendiskussionen zwischen 12- bis 15- und 16- bis 19-Jährigen.

Der Schlussteil dient der wissenschaftlichen und praktischen Einordnung der Ergebnisse der LfM-Studie. Er wird mit einem Kapitel eröffnet, in dem im Anschluss an vergleichbare Auswertungen anderer Studien kausalen Fragestellungen zur Rolle der Medien in Integrationsprozessen nachgegangen wird (Kapitel 7). Dabei geht es vor allem um die Frage, ob sich in den sehr jungen Migrantengruppen der LfM-Studie ähnliche oder anders gelagerte Medieneffekte auf integrationsrelevante Einstellungen und Verhaltensweisen feststellen lassen.

In Kapitel 8 werden dann die Befunde der Telefonumfragen der LfM-Studie für die 12- bis 19-Jährigen in den beiden Migrantengruppen mit den Daten verglichen, die im Rahmen der JIM-Studie für gleichaltrige „Deutsche“ (bzw. genauer: „deutschsprachige“ Personen) ermittelt wurden. Ziel dieses Kapitels ist es, den Stellenwert der Befunde der LfM-Studie für zwei jugendliche Migrantengruppen vor dem Hintergrund des durchschnittlichen Mediennutzungsverhaltens in dieser Altersgruppe in Deutschland angemessen einzuschätzen.

Abgeschlossen wird die Publikation mit Überlegungen zur praktischen Bedeutung der Befunde der empirischen Erhebungen der LfM-Studie (Kapitel 9). Der Schwerpunkt liegt hier auf der Medienkompetenzproblematik und der Frage, ob sich aus den Daten Hinweise ergeben, die in spezifischen Programmen zur Medienkompetenzförderung in jugendlichen Migrantenmilieus aufgegriffen werden könnten. Grundlage dieses Kapitels sind die Diskussionen, die die Autoren des Berichts in dem o. g. Workshop mit medienpädagogischen Experten führten.

Da die Methodendokumentation zu den durchgeführten Telefonumfragen und Gruppendiskussionen insgesamt mehr als 200 Seiten umfasst, wird sie nicht in gedruckter Form veröffentlicht. Stattdessen wird sie als PDF-Dokument unter http://www.lfm-nrw.de/forschung/schriftreihe auf die Homepage der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) gestellt.

2 Mediennutzung und soziale Integration von jungen Migranten

Die Frage nach der Bedeutung der Massenmedien für die Integration der „Menschen mit Migrationshintergrund“ in die deutsche Gesellschaft ist in den letzten Jahren stärker in den Fokus der öffentlichen Debatte gerückt. Dies hat zum einen damit zu tun, dass dieses Thema ganz allgemein als politisches Problem definiert und auf die Tagesordnung der bundesdeutschen Regierungspolitik gesetzt wurde (Ausländerbericht 2007, Integrationsindikatorenbericht 2009) und in der Folge auch Gegenstand sozialwissenschaftlicher Studien (Bertelsmann-Stiftung 2009, Berlin-Institut 2009) und journalistischer Schlagzeilen (Küpper 2009) wurde. Zum anderen sind – und dies geschah zum Teil schon vor der intensivierten öffentlichen Integrationsdebatte – in den letzten Jahren mehrere repräsentative Einzelstudien zur Mediennutzung von Migranten durchgeführt worden (ARD/ZDF 2007), von denen einige auch mit Indikatoren zur Integration ausgestattet waren (Weiß/Trebbe 2001, Trebbe/Weiß 2007). Darüber hinaus sind in der Zwischenzeit eine ganze Reihe akademischer Arbeiten erschienen, die sich explizit mit dem Zusammenhang von Mediennutzung und Integration bei Menschen mit Migrationshintergrund beschäftigen (Geißler/Pöttker 2005a, 2006, 2009, Bonfadelli/Moser 2007, Ruhrmann 2009, Trebbe 2009).

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung werden in diesem Kapitel vor allem zwei Diskussionsstränge aufgegriffen und überblicksmäßig aktualisiert. Dafür wird zunächst in dem folgenden Abschnitt 2.1 auf den medien- und gesellschaftspolitischen Forschungskontext eingegangen. Vor allem die Frage, warum es wünschenswert und politisch bedeutsam ist, objektivierbare Daten zur Mediennutzung von Migranten zu erheben, wird dabei im Mittelpunkt stehen. Daran schließen sich zwei sozial- und kommunikationswissenschaftlich orientierte Abschnitte zur Theorie (Abschnitt 2.2) und zum Forschungsstand (Abschnitt 2.3) in diesem Untersuchungsfeld an. Sowohl im Hinblick auf integrative Nutzungsmotive von Migranten als auch in Bezug auf integrative Medienwirkungen werden dort einige zentrale Überlegungen und empirische Befunde der einschlägigen Forschung diskutiert.

2.1 Gesellschaftspolitischer Forschungskontext

Nationaler Integrationsplan (2007), Integrationsgipfel und Islamkonferenz sind nur einige Maßnahmen der deutschen Bundesregierung, die deutlich machen, dass die Integration von Zuwanderern – hier als gesellschaftliches Ziel formuliert – auf der politischen Agenda in Deutschland in den letzten Jahren einige Plätze gutgemacht hat. Dazu gehört auch, dass man heutzutage nicht mehr einfach von „Ausländern" (als Nachfolgebegriff zu „Gastarbeitern") spricht, sondern dass sich für Ausländer und zugewanderte Deutsche bzw. ihre Nachkommen die Bezeichnung „Personen mit Migrationshintergrund" durchgesetzt hat. Nach der Definition des Statistischen Bundesamts zählen seit dem Mikrozensus 2005 zu diesem Personenkreis

„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". (Statistisches Bundesamt 2009: 6)

Dieser Definition entsprechen nach den aktuell verfügbaren Daten des Mikrozensus 2007 etwa 15,4 Millionen Personen, was bei einer Gesamtbevölkerung von 82,2 Millionen einen prozentualen Anteil von 18,7 Prozent ausmacht. Die Zahl der Ausländer im Sinne von Personen mit einer anderen als der deutschen Staatsbürgerschaft (wie früher gebräuchlich) ist im Vergleich dazu mit 5,6 Millionen erheblich geringer (6,8 Prozent). Die Zahl der Personen mit eigener Migrationserfahrung (Ausländer und Deutsche) liegt mit 10,5 Millionen (12,7 Prozent der Gesamtbevölkerung) etwa in der Mitte der beiden anderen genannten Werte (alle hier und im Folgenden zitierten Daten: Statistisches Bundesamt 2009).

Das Herkunftsland Türkei spielt in allen genannten Bezugsrahmen eine bedeutende Rolle. Die Wurzeln dieser Migrantengruppe liegen in der Arbeitsmigration, Grundlage dafür war das 1961 zwischen Deutschland und der Türkei vereinbarte „Abkommen zur Anwerbung türkischer Arbeitskräfte für den deutschen Arbeitsmarkt". Trotz Anwerbestopp (1973) und Rückkehrförderung (1983) nahm die Zahl türkischer Migranten weiter zu, die wesentlichen Ursachen dafür waren Familienzusammenführung und die Erleichterung der Einbürgerung.

„Kamen zu Beginn der türkischen Zuwanderung fast ausschließlich erwerbstätige Männer in die Bundesrepublik, sind inzwischen nur noch ein Viertel der türkischstämmigen Menschen als ‚Gastarbeiter' nach Deutschland gekommen: 53 Prozent wanderten im Zuge der Familienzusammenführung ein, und 17 Prozent der erwachsenen Türkinnen und Türken sind bereits hier geboren." (Şen 2002)

Etwa 2,5 Millionen Menschen mit türkischem Migrationshintergrund leben heute in Deutschland, das sind 3,1 Prozent der Gesamtbevölkerung und 16,3 Prozent der Personen mit Migrationshintergrund. Unter den 5,5 Millionen in Deutschland lebenden Ausländern sind sie mit 1,2 Millionen (21,1 Prozent) die größte Gruppe.

Nach der neuen Definition gibt es zurzeit aber auch 4,9 Millionen *Deutsche mit Migrationshintergrund,* darunter 2,8 Millionen, die als Spätaussiedler bzw. Aussiedler bezeichnet werden (vgl. zum Folgenden den Migrationsbericht 2007, S. 46 ff.).[6] In der ersten Hälfte der 1990er Jahre lagen die Zuzugsquoten dieser Migrantengruppe nach Deutschland bei über 200.000 Personen pro Jahr. Vor ihrer Einreise nach Deutschland haben Spätaussiedler sowie deren Ehegatten und Nachkommen die Rechtsstellung eines „Deutschen ohne Staatsangehörigkeit" („Statusdeutsche"). Werden sie als Spätaussiedler anerkannt, wird ihnen bei der Einreise nach Deutschland automatisch die deutsche Staatsbürgerschaft verliehen.

Die meisten Spätaussiedler kommen aus Gebieten bzw. Nachfolgestaaten der ehemaligen Sowjetunion. Nach Schneider sind „bis Ende 2004 […] insgesamt rund 2,5 Millionen Menschen als Aussiedler, Spätaussiedler oder deren Angehörige aus der Sowjetunion bzw. ihren Nachfolgestaaten zugewandert" (Schneider 2005). Das heißt: Die Menschen, die zusammengenommen dem Bevölkerungssegment der – wie wir sie im Folgenden nennen werden – „russischen Aussiedler" zuzuordnen sind, sind neben den Menschen türkischer Herkunft die bedeutendste Gruppe der in Deutschland lebenden Menschen mit Migrationshintergrund.

Angesichts dieser Zahlen sind für die Massenmedien in Deutschland Menschen mit Migrationshintergrund in mehrfacher Hinsicht eine relevante Zielgruppe. Nicht nur ökonomisch relevant, auch wenn über 15 Millionen Menschen ein ökonomisches Potenzial repräsentieren, sondern besonders gesellschaftspolitisch relevant, wenn die aus Art. 5 des Grundgesetzes abgeleitete Integrationsfunktion der Massenmedien auch als Leistung für nach Deutschland Zugewanderte und ihre Angehörigen aufgefasst wird. Besonders den klassischen, konventionellen Massenmedien wie Fernsehen, Radio und Tageszeitung wird in dieser Hinsicht eine große Bedeutung zugeschrieben, weil sie noch immer über alle gesellschaftlichen Gruppen und Segmente hinweg die größte Reichweite für die Verbreitung gesellschaftlich relevanter Inhalte haben – jedenfalls soweit sie auch tatsächlich genutzt werden. Gerade dieser letzte Punkt ist vor einigen Jahren im Zusammenhang mit der Mediennutzung von Ausländern immer wieder in Zweifel gezogen worden. Im öffentlichen, aber auch im wissenschaftlichen Diskurs wurde die Befürchtung

6 Möglicherweise unterschätzt der Mikrozensus jedoch die Aussiedlerquote in Deutschland, was insbesondere die exakte Ermittlung der Zahl der in Deutschland lebenden Aussiedler betreffen würde. (Seifert 2008)

geäußert, dass sich in Migrationsmilieus immer mehr Menschen der massenmedialen Kommunikation mit deutschen Medien entziehen, durch die exklusive Nutzung heimatsprachlicher Medien in die mediale Parallelgesellschaft abgleiten und sich gesellschaftlich isolieren (Heckmann 1992). Massenweise installierte Satellitenschüsseln auf den Balkons typischer Migrantenquartiere galten als Synonym für das selbst gewählte Medienghetto.

Der Begriff „Medienghetto“ ist Anfang des neuen Jahrtausends in aller Munde – allerdings finden sich bei einer (subjektiven und selektiven) Durchsicht von Tageszeitungsartikeln und Google-Nachweisen aus der damaligen Zeit zum Thema Migranten und Medien kaum Protagonisten, die die These von der Isolation der Migranten durch einseitig auf die ehemalige Heimat ausgerichtete Mediennutzung noch ernsthaft vertreten, denn zu diesem Zeitpunkt wird sie schon plakativ für die Kommunikation gegenteiliger Befunde genutzt. Eine repräsentative Studie des Bundespresseamts der deutschen Bundesregierung hatte im Jahre 2000 gezeigt, dass die befragten Türken und Deutschen türkischer Herkunft zwar sehr stark auf türkische und türkischsprachige Medien zurückgreifen, wenn es darum geht, sich zu unterhalten oder über die Türkei zu informieren. Gleichzeitig aber nutzen sie auch die deutschsprachigen Medienangebote aus Fernsehen, Radio und Presse, um sich über ihre aktuelle Situation und ihren Alltag in Deutschland auf dem Laufenden zu halten. (Weiß/Trebbe 2001)

Die Studie fiel in eine Zeit, in der die öffentliche Diskussion immer stärker auf eine *differenzierte Regelung* statt einer *pauschalen Abwehr* von Einwanderung hinauslief und damit verbunden die Frage nach der Integration der Eingewanderten und ihrer Nachkommen stärker in den Mittelpunkt rückte. Vorläufiger Höhepunkt dieser öffentlichen und politischen Debatte war die Verabschiedung des Zuwanderungsgesetzes im August 2004 nach vorausgegangenen erheblichen Auseinandersetzungen im Bundesrat bezüglich des Abstimmungsverhaltens einzelner Bundesländervertreter und die Interpretation des damaligen Bundesratsvorsitzenden Klaus Wowereit betreffend.

Aber zurück zur Medienghetto-These. Nach einer Bibliografie des Komtech-Instituts (Becker 2000) kann man den Begriff das erste Mal bei Aktan (1981) lesen, der in diesem Zusammenhang noch zeitgemäß von „Gastarbeitern“ spricht und von einer „Ghettosituation im massenkommunikativen Bereich“ ausgeht. Goldberg, Mitarbeiter am Zentrum für Türkeistudien (ZfT), greift den Begriff Ende der 90er Jahre wieder auf, wenn er in einem Aufsatz von „medialer Ghettoisierung“ im Kontext medialer Vielfalt spricht (Goldberg 1998). Auch Güntürk – ebenfalls Mitarbeiterin am ZfT – spricht in einem Beitrag Ende der 90er Jahre von „medialer Isolation“ bezogen auf die Mediennutzung von Migranten, insbesondere von Migranten türkischer Herkunft (Güntürk 1999). In neueren Studien des ZfT wird diese These immer noch kolportiert (Şen/Sauer/Halm 2001: 70), auch wenn die eigenen Daten zum

Teil deutlich gegen einen solchen Trend sprechen (ebd.: 72–74). Und so muss man Becker beipflichten, wenn er feststellt, dass das Medienghetto vor allem im Fall der türkischen Migranten in Deutschland von „jedermann“ festgestellt wird, während etwa die Rolle der russischen Presse für die russischen Spätaussiedler in Deutschland weitgehend unbeobachtet und von dieser Diskussion unberührt bleibt (Becker 2007: 45).

Nach der Publikation der Studie des Bundespresseamts im Jahre 2001 kommt die Diskussion um das türkische Medienghetto in Deutschland erneut in Gang. Am häufigsten zitiert ist in diesem Zusammenhang wohl Meier-Braun, Integrationsbeauftragter des Südwestrundfunks, der sich 2002 vehement gegen die These von den „Migranten in Deutschland – Gefangen im Medienghetto“ wendet und in einem Beitrag vor allem Studien zitiert, die für eine komplementäre Nutzung türkisch- und deutschsprachiger Medien sprechen (Meier-Braun 2002). Spätestens ab diesem Zeitpunkt findet man auch in der öffentlichen Debatte nur noch sehr vereinzelt Vertreter einer Isolations- oder Ghettoisierungsthese im Kontext der Mediennutzung von Migranten (Schulte 2002). In der Zwischenzeit gilt sie als empirisch hinreichend widerlegt, was jedoch nicht als Negierung spezifischer Mediennutzungsgewohnheiten von Menschen mit Migrationshintergrund verstanden werden darf (Trebbe 2009: 97) – wir werden im folgenden Abschnitt darauf zurückkommen.

2.2 Theorie

Zur Integrationsfunktion von Massenmedien – insbesondere im Zusammenhang mit Migration -steht inzwischen reichlich Literatur zur Verfügung (Esser 2000, Schatz/Holtz-Bacha/Nieland 2000, Imhof/Jarren/Blum 2002, Vlasic 2004, Bonfadelli/Moser 2007, Bonfadelli et al. 2008), auch synoptische Überblicke über die Rolle der Medien in der letzten Phase des Migrationsprozesses (Piga 2007, Müller 2005). Selbst Bibliografien zum Thema sind vorhanden und werden ständig aktualisiert (Becker 2000, Geißler/Pöttker 2005b, Ruhrmann 2009). Dieser Literatur soll hier kein weiterer Überblick hinzugefügt werden. Für den Fortgang dieser Studie scheint es uns zweckdienlicher, die aktuellen theoretischen Perspektiven kurz zu benennen und unseren theoretischen Standpunkt bzw. die konzeptionelle Verankerung der empirischen Teilstudien zu klären.

Das Verhalten von Migranten und ihren Nachkommen in ihrer neuen Umwelt ist inzwischen zentraler Gegenstand vieler, zum Teil sehr unterschiedlicher Disziplinen und ihrer theoretischen Ansätze geworden. Dabei zeichnen sich diese nicht unbedingt durch eine gegenseitige Wahrnehmung geschweige denn eine Anerkennung der jeweiligen Ansätze und Forschungsergebnisse aus. Traditionell ist das soziale Handeln im Migrationskontext eine Domäne der

Soziologie. Die sog. Chicagoer Schule um den Soziologen Robert E. Park hat bereits Anfang der 20er Jahre des letzten Jahrhunderts Ansätze und empirische Studien zur Rolle der „Immigrant Press“ (1922) in den Vereinigten Staaten vorgelegt.

Aber auch die Kulturwissenschaften und Cultural Studies beschäftigen sich mit der Identitätsbildung und Veränderung ethnischer Minderheiten, die durch Wanderungsprozesse zwischen unterschiedlichen Gesellschaften entstehen (Cottle 2000). Häufig ist hier auch von virtuellen Gemeinschaften („imagined communities“, Anderson 1983) oder Diaspora (Cohen 1997) die Rede, die vor allem dann entstehen, wenn Migranten aus gleichen Herkunftskontexten in verschiedenen sozialen Umgebungen sich zwar untereinander unbekannt sind, aber doch einander zugehörig fühlen. Insbesondere diese Perspektive wird häufig genutzt, wenn es darum geht, Kommunikationsvorgänge via Massen- und Individualmedien über kulturelle und Ländergrenzen hinweg zu beschreiben.

Zusätzlich zu den zwei genannten Perspektiven existiert noch eine ganze Reihe weiterer Ansätze, etwa aus der neueren Sozialanthropologie und den humangeografisch orientierten Wissenschaften, die aber in diesem Rahmen nicht weiter beschrieben werden sollen (für einen Überblick vgl. Trebbe 2009). In früheren Studien haben sich die Verfasser (Weiß/Trebbe 2001) vor dem Hintergrund einer sozialwissenschaftlich ausgerichteten Kommunikationswissenschaft stärker an einem traditionell soziologischen Blick auf die Integration von Migranten in Mehrheitsgesellschaften orientiert. Die *soziale Lebenswelt zwischen Herkunfts- und Ankunftskontext* wird in diesem Zusammenhang als entscheidend für den Integrationsstatus von Migranten angesehen. Hierauf wird Bezug genommen, wenn in letzter Zeit verstärkt vom *Milieu der Migranten* die Rede ist.

Allgemein werden in der Soziologie „unter ‚sozialen Milieus‘ Gruppen Gleichgesinnter verstanden, die jeweils ähnliche Werthaltungen, Prinzipien der Lebensgestaltung, Beziehungen zu Mitmenschen und Mentalitäten aufweisen“ (Hradil 2006: 4). Vor diesem theoretischen Hintergrund werden zum Beispiel in den Sinus-Milieustudien nationale Gesellschaften oder auch einzelne Bevölkerungssegmente mithilfe multivariater statistischer Verfahren nach Wertorientierung, Lebensstil und sozialer Lage in unterschiedliche Cluster, Typen bzw. eben „Milieus“ aufgeteilt (Hradil 2006: 9; Wippermann/Flaig 2009).

In der Migrationsforschung wird der Milieubegriff zur Beschreibung von zwei Sachverhalten gebraucht. Zum einen wird er genutzt, um die soziale Lebenswelt von Migranten (s. o.) zunächst pauschal gegenüber derjenigen der Mitglieder der Mehrheitsgesellschaft abzugrenzen. Zum anderen dient das Milieukonzept aber auch dazu, den Blick für die „Pluralisierung von Migrationskulturen“ (Wippermann/Flaig: 6) zu schärfen. Neben der horizontalen

Differenzierung dieses Bevölkerungssegments nach Herkunft (und den damit verbundenen kulturellen Prägungen und subjektiven Werthaltungen unterschiedlicher Ethnien etc.) geht es dabei vor allem um vertikale, sozialstrukturelle Differenzierungsmerkmale wie sozioökonomischer Status, Bildung, Einkommen, Berufstätigkeit, aber auch um Alter, Migrationserfahrung usw. Im Rahmen der LfM-Studie wird der Milieubegriff in beiden Konnotationen verwendet.

Nach Esser (2000) ist eine von vier Integrationsdimensionen die *Kulturation,* womit die Aneignung sozialer Fertigkeiten und Kenntnisse gemeint ist, mit denen man sich in seiner sozialen Lebenswelt bewegt und behauptet. Im Falle von Menschen mit Migrationshintergrund spricht man auch von *Akkulturation,* um deutlich zu machen, dass es sich um einen erneuten Kulturationsprozess, quasi um einen zusätzlichen oder Zweiterwerb der genannten sozialen Fertigkeiten handelt. Das Konzept einer Systematisierung der Akkulturationsstrategien von dem Sozialpsychologen Berry (1997) knüpft hier an (Übersicht 2.1).

Übersicht 2.1: Akkulturationsstrategien (eigene Darstellung nach Berry 1997)

Identifikation/Einstellung gegenüber dem …		… Herkunftskontext der ethnischen Gruppe	
		positiv	negativ
… Ankunftskontext/Mehrheitsgesellschaft	positiv	***Integration***	***Assimilation***
	negativ	***Separation***	***Marginalisierung***

In einer Vierfeldermatrix unterscheidet er positive und negative Strategien gegenüber dem gesellschaftlichen Herkunftskontext und dem Ankunftskontext. Die Systematisierung hat den Vorteil, dass positive und negative Strategien gegenüber der Mehrheitsgesellschaft unabhängig von der Einstellung zur Herkunftsgesellschaft beschrieben werden können – und das ist der entscheidende Unterschied zur Medienghetto-These: Eine Affinität zur eigenen ethnischen, nationalen und soziokulturellen Herkunft erlaubt nicht a priori Aussagen über die Einstellung zur Mehrheitsgesellschaft am „neuen" Lebens- und Aufenthaltsort. Darüber hinaus hilft die These bei der Unterscheidung zentraler Begriffe wie Assimilation, Integration, Separation und Marginalisierung (Trebbe 2007a, 2007b, 2009):

Danach ist *Integration* die Akkulturationsstrategie, die verfolgt wird, wenn beide sozialen Kontexte positiv beurteilt werden, sowohl der Ankunfts- als auch der Herkunftskontext. *Assimilation* bedeutet die Vernachlässigung der Herkunft zugunsten der „neuen" sozialen Umwelt und von *Separation* spricht man, wenn Menschen mit Migrationshintergrund ausschließlich dem Herkunftskontext gegenüber positiv eingestellt sind. Schließlich wird mit *Marginalisierung* eine Abwendung von beiden gesellschaftlichen Zusammenhängen bezeichnet.

Es liegt auf der Hand, dass die Sicht auf die Akkulturationsstrategien von Migranten – wenn auch zunächst nur aus einer deskriptiven Perspektive – auf fast alle Bereiche der sozialen Lebenswelt angewandt werden kann, etwa Sprache, soziale Beziehungen und Interaktion, Informationsbedürfnisse und eben auch Medien und Medieninhalte.

Aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive schließt sich allerdings hier eine weitere Frage an: die nach der genauen Positionsbestimmung der Massenmedien in diesen Akkulturationsprozessen. Theoretisch kann man dabei von drei verschiedenen Möglichkeiten ausgehen, die nicht unbedingt überschneidungsfrei sein müssen:

- Erstens können Mediennutzungsvorgänge von Menschen mit Migrationshintergrund als *Indikator* für das Integrations- oder besser: Akkulturationsverhalten aufgefasst werden – so wäre z. B. die deutsch- bzw. türkischsprachige Mediennutzung einfach ein Zeichen für die individuelle Ausrichtung auf beide gesellschaftlichen Kontexte zwischen Marginalisierung und Assimilation. Wenn man so will, kann man viele der mehr oder weniger ausschließlich auf die Erfassung und Beschreibung der Mediennutzungsvorgänge von Migranten ausgerichteten Studien hier einordnen – etwa die ARD/ZDF-Studie aus dem Jahr 2007, in der sechs verschiedene ethnische Minderheiten nach ihren Mediennutzungsgewohnheiten befragt wurden.
- Eine zweite Möglichkeit ist es, Mediennutzung als Folge eines bestimmten Integrationsstadiums zu sehen und so quasi die Akkulturationsstrategie einer Person als Ursache, als Grund, als Motiv für die Nutzung von sog. Heimat- oder Mehrheitsmedien zu sehen (Weiß/Trebbe 2001, Trebbe/Weiß 2006, Trebbe 2007b). In gewisser Weise schließt diese Perspektive die erstgenannte mit ein, denn über die Erhebung von Integrations- und anderer sozialer Lebenswelt-Indikatoren hinaus ist eine Beschreibung des Mediennutzungsverhaltens ja „inbegriffen".
- Drittens schließlich kann man Massenmedien als Wirkungsursache oder mindestens als Katalysator für den Integrationsstatus, die Akkulturation von Menschen mit Migrationshintergrund sehen – eine Annahme, die ja auch in der oben beschriebenen Medienghetto-These mehr oder weniger implizit mitschwingt. Besonders zur Wirkungskraft der Medien im Migrations- und Integrationsprozess gibt es, ganz im Widerspruch zur öffentlichen Debatte, bisher vergleichsweise wenig gesicherte empirische Erkenntnisse. Zumindest aber konnten anhand der Daten der WDR-Studie 2006 einige grundlegende Mechanismen zwischen deutsch- und heimatsprachlicher Mediennutzung auf der einen und sozialer Interaktion auf der anderen Seite identifiziert werden (Trebbe 2009).

Wir werden die Befunde im nächsten Abschnitt im Zusammenhang mit anderen diskutieren. Solange allerdings nicht im Rahmen von kontinuierlich

durchgeführten „Single-Source-Studien“ zusammenhängende Langzeitdaten zur Mediennutzung und Integration der Bevölkerung mit Migrationshintergrund in Deutschland erhoben werden, wird die Frage nach dem Wechselspiel zwischen Akkulturation als Motiv und Akkulturation als Wirkung der Mediennutzung weitgehend offen bleiben. Wie amerikanische Studien zeigen, bietet sich in diesem Bereich auch die Durchführung von Panelstudien an (Jeffres 2000).

Über die drei zuletzt aufgezeigten Forschungslinien hinaus gibt es eine ganze Reihe weiterer theoretischer Perspektiven und bezogen darauf Studien, die sich mit Medien und Teilpopulationen mit Migrationshintergrund befassen (vgl. dazu vor allem auch Kapitel 3). So diskutieren etwa Korupp und Szydlik vor dem Hintergrund der These eines „Digital Divide“ die Minderausstattung bzw. -nutzung von Computer und Internet auch als Folge einer ethnischen Herkunft (Korupp/Szydlik 2005: 412). Sie führen Sekundäranalysen anhand des sozioökonomischen Panels (SOEP) durch, in dem zwischen 1997 und 2003 auch zwischen 2 und 3 Prozent türkische Staatsbürger vertreten waren. Ebenfalls von digitaler Kluft spricht Kissau (2008: 36), die 98 jüdische Migranten aus der ehemaligen Sowjetunion zu ihrer Internetnutzung befragte und im Ergebnis ihrer Studie das Internet als „Integrationsmonitor“ bezeichnet (ebd.: 184). Aus einer politikwissenschaftlichen Perspektive sieht sie Information und Kommunikation als der politischen Partizipation vorgeschaltete Funktionen des Internets.

2.3 Forschungsstand

Insbesondere im Hinblick auf den Forschungsstand zur Integration und Mediennutzung der Türken in Deutschland kann man einige Basisbefunde festhalten, die als Ausgangspunkt für die hier vorliegende Studie dienen sollen. So ließen sich in den Querschnittstudien des Bundespresseamts im Jahr 2000 und des WDR im Jahr 2006 verschiedene, klar abgrenzbare typische Integrationsmuster identifizieren (Weiß/Trebbe 2001, Trebbe/Weiß 2006). Diese reichten von einer eindeutigen Abwendung von der deutschen Mehrheitsgesellschaft in Bezug auf alle erhobenen Indikatoren (politisches Interesse, Vertrauen in deutsche Institutionen, soziale Interaktion, Staatsbürgerschaftswunsch, Bleibeabsicht, Sprachgebrauch) bis hin zu zwei verschiedenen, der Mehrheitsgesellschaft zugewandten Integrationstypen, von denen der eine eher über formale Variablen und politische Partizipation und der andere über soziale Interaktion und das Lebensumfeld als integriert beschrieben werden konnte.

Schon in der ersten Typologie aus dem Jahr 2001 wurde dabei auch sichtbar, dass etwa die weniger stark der Mehrheitsgesellschaft zugewandten Befragten einen überdurchschnittlichen Anteil an älteren Personen und Personen

mit geringerer Aufenthaltsdauer aufwiesen. Auffälligkeiten hinsichtlich des Alters zeigten sich also vor allem bei den älteren Segmenten der Stichprobe. Jüngere Befragte (Mindestalter der Befragung: 14 Jahre) waren in allen Integrationstypen gleichmäßig vertreten. Darüber hinaus – und das ist weiter oben ja schon angeklungen – gab es weitaus geringere Unterschiede in der Mediennutzung der Integrationstypen, als man das vor dem Hintergrund der öffentlichen Diskussion damals erwarten konnte. So hatten speziell diejenigen auch eine starke türkischsprachige Mediennutzung, die der deutschen Mehrheitsgesellschaft überdurchschnittlich zugewandt waren (für eine detaillierte Zusammenfassung der Typologien vgl. Trebbe 2009).

In zwei weiteren Sekundäranalysen der Daten des Bundespresseamts (Trebbe 2007a) und der WDR-Daten (Trebbe 2007b) zeigten sich für die jüngeren Befragten zwischen 14 und 21 Jahren starke Zusammenhänge zwischen den gewählten Akkulturationsstrategien und den Mediennutzungsmustern. Auch bei Jugendlichen, die in Deutschland geboren waren bzw. in Deutschland den weitaus größten Teil ihres Lebens verbracht hatten, war eine Affinität zu Medienangeboten in türkischer Sprache feststellbar, korrespondierend mit einem grundsätzlichen Interesse an der Türkei und ihrer Herkunftskultur bzw. der Heimat ihrer Eltern. Mangelndes Interesse an deutscher Politik und politischen Informationen in deutscher Sprache war eindeutig eher auf ein *grundsätzliches* politisches Desinteresse zurückzuführen als auf eine bewusste Abwendung vom deutschen Kontext – das Interesse an türkischer Politik befand sich parallel dazu ebenfalls auf sehr niedrigem Niveau (Trebbe 2007a: 205–206).

Die Fähigkeit, die deutsche Sprache zu verstehen, ist bei der Betrachtung des Zusammenhangs von Integration und Mediennutzung von entscheidender Bedeutung (Trebbe 2007b: 184). Sie ist der entscheidende intervenierende Erklärungsfaktor, wenn man versucht, die Akkulturationsstrategie als Mediennutzungsmotiv zu beschreiben. Kausalanalytisch kann man zeigen, dass Handlungen und Vorstellungen zur Integration in die deutsche Mehrheitsgesellschaft – zumindest bei Personen türkischer Herkunft – sich auf die Nutzung deutschsprachiger Medien auswirken. Und dies sowohl in negativer als auch in positiver Hinsicht. Mit anderen Worten: Personen, die im täglichen Leben der Mehrheitsgesellschaft zugewandt sind, haben gute Gründe, auch die Medien dieser Mehrheitsgesellschaft zu nutzen. Personen, die sich abwenden, wenden sich auch von den deutschen Medien ab. Genau dieser kausale Zusammenhang wird dann über Sprache als Erklärungsfaktor moderiert: Nur wenn die Sprachkompetenz ein bestimmtes Niveau hat, kommt er zustande. Auf der anderen Seite der Akkulturationsmatrix von Berry funktionieren diese kausalanalytischen Modelle übrigens kaum oder gar nicht: So lässt sich die Nutzung türkischer bzw. türkischsprachiger Medien weitaus schlechter als Folge der Ab- oder Zuwendung zur deutschen Mehrheitsgesellschaft erklären. Das be-

stätigt noch einmal die Ergebnisse der genannten Typologien: Die Nutzung türkischsprachiger Medien ist bei den meisten Befragten unabhängig vom individuellen Integrationsstatus; Integrierte und weniger Integrierte wenden sich gleichermaßen den Massenmedien aus dem Herkunftskontext zu.

Wie oben beschrieben, ist die Wirkungskraft der Mehrheits- und Minderheitsmedien auf den Integrations- bzw. Akkulturationsprozess vergleichsweise wenig erforscht. Aber immerhin zeigen inzwischen vertiefte multivariate Analysen, dass insbesondere die Nutzung deutschsprachiger Medien einen positiven Effekt auf integrative und assimilative Verhaltensstrategien von Migranten haben kann (Trebbe 2009: 261), während – und das ist vor dem Hintergrund des bisher Ausgeführten folgerichtig – kaum negative Effekte einer intensiven türkischsprachigen Nutzung identifiziert werden konnten. Im Gegenteil: Am stärksten der Mehrheitsgesellschaft zugewandt und durch soziale Interaktion mit ihr verbunden scheinen diejenigen Menschen mit Migrationshintergrund zu sein, die sich dieses Hintergrunds bewusst sind und ihn (noch) nicht aufgegeben haben.

Diese Befunde beschränken sich übrigens nicht nur auf die türkischstämmige Bevölkerung in Deutschland, sondern wurden auch – wenn auch weit weniger differenziert und ausgeprägt – schon 2003 in einer Befragung von russischen Aussiedlern festgestellt (Pfetsch/Trebbe 2003). Insgesamt aber befindet sich die Erforschung von Medienwirkungen im Integrationsprozess von Migranten angesichts einer sich immer weiter ausdifferenzierenden Mediennutzung noch in einem frühen Stadium.

Abschließend noch ein gesonderter Blick auf Zusammenhänge zwischen Mediennutzung und Integration in Bezug auf die Teilpopulation der Kinder und Jugendlichen mit Migrationshintergrund. Die Forschungslage ist hier aus mehreren Gründen dürftig. Zwar gibt es zur Mediennutzung *deutschsprachiger* Kinder und Jugendlicher (bzw. von Kindern und Jugendlichen in deutschsprachigen Haushalten) repräsentative Daten. Eine besondere Stellung haben hier zwei jährlich wiederholte Kinder- und Jugendmedienstudien (vgl. zuletzt: KIM 2008, JIM 2008). Ob diese beiden Studien im Prinzip auch für die Analyse der Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund (als Teilmenge der insgesamt erfassten Kinder und Jugendlichen) genutzt werden könnten (das heißt: ob der Status „Migrationshintergrund“ erfasst wird), ließ sich im Vorfeld der LfM-Studie nicht klären. Eine entsprechende Methoden-Dokumentation ist nicht publiziert. Fest steht nur, dass 95 Prozent der in der JIM-Studie 2008 Befragten in Deutschland geboren wurden. Ohnehin werden in beiden Studien keine Integrationsindikatoren erhoben, ihr Schwergewicht liegt auf Fragen der Medienkompetenz. Wir werden das jedoch insofern nutzen, als wir die Daten der JIM-Studie als Vergleichshintergrund für einen Teil der Ergebnisse der LfM-Studie für jüngere türkische Migranten und russische Aussiedler heranziehen werden (vgl. Kapitel 4 und 8).

Neben wenigen qualitativen Studien zum Thema Mediennutzung und Integration/Identität von jugendlichen Migranten (Görling 2007, Hameran/Baspinar/Simon 2007, Hugger 2009) und einigen internationalen Studien (Bickham et al. 2003, D'Haenens/Koeman/Saeys 2007) sind daher eigentlich nur zwei quantitative Studien im deutschsprachigen Raum zu nennen, deren Vorgehen und Befunde im Problemkontext der LfM-Studie nützlich sein können.

So hat im Rahmen der für die türkische Wohnbevölkerung ab 14 Jahren repräsentativen BPA-Studie (Weiß/Trebbe 2001) auch eine zusätzliche – allerdings nicht repräsentative – Befragung von 255 Kindern im Alter zwischen 6 und 13 Jahren stattgefunden (Granato 2001). Zu den wichtigsten Befunden dieser Studie gehörte erstens, dass die befragten Kinder, die größtenteils in Deutschland geboren worden waren, im Hinblick auf ihre Freizeitgestaltung – einschließlich der Mediennutzung – den türkischen und deutschen Kontext gleichermaßen nutzten und schätzten. Zweitens zeigte die Studie, dass die Unterschiede zu deutschen Kindern in diesen Verhaltensdimensionen vergleichsweise gering ausfielen, lediglich Radiohören wurde von den Kindern türkischer Migranten sehr selten als Beschäftigung angegeben. Außerdem ergab sich aus dieser Studie, dass die befragten Kinder ihre eigene Zukunft überwiegend in Deutschland und nicht in einer möglichen Rückkehr in die Türkei sahen (Granato 2002: 49).

In der Schweiz haben Bucher und Bonfadelli (2007) 1.500 Schüler im Alter zwischen 12 und 16 Jahren mit und ohne Migrationshintergrund nach ihren Mediennutzungsgewohnheiten befragt (s. a. Bonfadelli et al. 2008). Auch hier zeigten sich sehr viele Gemeinsamkeiten zwischen den Jugendlichen verschiedener Herkunft. Die Autoren folgern daraus, dass „Migrationsjugendliche zunächst einmal primär Jugendliche sind" (Bucher/Bonfadelli 2007: 142). Für die wenigen, tatsächlich identifizierten Unterschiede zwischen Jugendlichen mit und ohne Migrationshintergrund machen sie verstärkt die Faktoren Bildung und Geschlecht verantwortlich. Im Hinblick auf die Medienausstattung sehen die Autoren geringfügige Defizite bei Printmedien, wogegen elektronische und Internetmedien tendenziell häufiger in den Zimmern der Migrationsjugendlichen anzutreffen sind. Bei der Nutzung von Medieninhalten sehen die Autoren geringe Unterschiede, abgesehen von der Sprache (die ja in der Schweiz auch für Kinder ohne Migrationshintergrund eine besondere Rolle spielt) und der Anschlusskommunikation (ebd.).[7]

7 Eine im Hinblick auf die Stichprobe von Bucher und Bonfadelli vergleichbare Befragung wurde von Wagner et al. unter Hauptschülern durchgeführt. Auch hier lag der Anteil von Personen mit Migrationshintergrund unter den Befragten Hauptschülern zwischen 10 und 16 Jahren bei etwa einem Drittel. Da hier aber Bildungsprozesse im Zusammenhang mit Medien stärker im Mittelpunkt standen, werden wir diese Studie im nächsten Kapitel besprechen (Wagner 2008).

3 Mediennutzung und Medienkompetenz von jungen Migranten

Die Frage, welche „Medienkompetenz“ junge Menschen mit Migrationshintergrund aufweisen und welche Ansatzpunkte für Maßnahmen der Medienkompetenzvermittlung für diese Zielgruppe sinnvoll sind, ist in jüngerer Zeit verstärkt Gegenstand des gesellschaftspolitischen Diskurses. Im aktuellen Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung 2008 wird dazu postuliert, dass den jungen Menschen mit Migrationshintergrund bei der Vermittlung von Medienkompetenz „besondere Aufmerksamkeit“ zu widmen sei (Medien- und Kommunikationsbericht 2008: 50). Zum einen wird auch hier auf eine wichtige Rolle der Medien für die Integration dieser Menschen in die deutsche Gesellschaft hingewiesen (ebd.). Zum anderen wird „Medienkompetenz“ als eine zentrale Schlüsselqualifikation in der modernen Informations- und Wissensgesellschaft angesehen (Luca/Aufenanger 2007).

3.1 Gesellschaftspolitischer Forschungskontext

Inwiefern einzelne Bevölkerungsgruppen über „Medienkompetenz“ verfügen, wird im aktuellen öffentlichen Diskurs und auch in der Medienpädagogik besonders in Bezug auf die neuen digitalen Funktions- bzw. Individualmedien, aber durchaus auch hinsichtlich der „klassischen“ Massenmedien diskutiert, wie etwa praktische Förderprojekte wie die „Nationale Initiative Printmedien – Zeitungen und Zeitschriften in der Demokratie“[8] und aktuelle wissenschaftliche Studien zur Medienkompetenzförderung[9] zeigen. In der vorliegenden

8 Vgl. http://www.bundesregierung.de/Webs/Breg/DE/Bundesregierung/BeauftragterfuerKulturundMedien/Medienpolitik/InitiativePrintmedien/nationale-initiative-printmedien.html [25. 06. 2009].

9 In den letzten Jahren wurden mit den Arbeiten von Burkhardt (2001), Luca/Aufenanger (2007) und Six/Gimmler (2007) gleich drei wissenschaftliche Studien vorgelegt, welche sich mit der Förderung von Medienkompetenz in verschiedenen sozialen Kontexten sowohl im Hinblick auf klassische als auch neue Medien befassen. Gleichwohl ist auch dort eine deutliche Fokussierung auf Computer und Internet festzustellen.

Analyse wird jedoch der Schwerpunkt auf die Individualmedien Computer/ Internet sowie Handy und Spielkonsole gelegt.

Die LfM-Studie schließt damit an die Diskussion der These eines sogenannten „Digital Divide“ an: einer digitalen Spaltung der Gesellschaft in Informationsreiche und Informationsarme. Ihr Ausgangspunkt ist die Beobachtung, dass verschiedene Bevölkerungsgruppen Unterschiede im Zugang zu den neuen Kommunikationsmedien, insbesondere zum Internet, aufweisen (Kubicek/Welling 2000). Diese Debatte bezog sich in den 1990er Jahren zunächst nur auf die Frage des technologischen Zugangs zu den Medien Computer und Internet (Niesyto 2008). Hier wird vermutet, dass der Migrationshintergrund neben anderen Faktoren Ursache dafür sein könnte, dass die entsprechenden Bevölkerungsgruppen nur eingeschränkten Zugang zu diesen Medien und deren Bildungs- und Partizipationspotenzialen finden (LfM 2007b). Die daraus abgeleitete Befürchtung ist, dass gerade diejenigen mit niedrigeren Chancen auf Bildung, Beruf, politische Teilhabe und persönliche Entwicklung in Zukunft noch stärker benachteiligt sein könnten, wenn sie geforderte Kenntnisse im Umgang mit den digitalen Medienangeboten nicht erwerben können. Das ursprünglich dichotome Modell der digitalen Spaltung wurde für seine Undifferenziertheit kritisiert und durch neue Modelle ersetzt, die neben dem technologischen Zugang auch inhaltliche Ausrichtungen des Mediengebrauchs berücksichtigen (van Dijk 2005, Zillien 2006).[10] Mit dem mittlerweile in die Diskussion eingeführten Schlagwort des „Second Digital Divide“ soll darauf aufmerksam gemacht werden, dass wesentliche Unterschiede nicht im Zugang zu den Individualmedien, sondern in der Intensität und vor allem der Qualität ihrer Nutzung vermutet werden (Niesyto 2008: 11). Ein besonderes Augenmerk wird dabei auf den Medienumgang sozial benachteiligter Kinder und Jugendlicher gelegt, weil man davon ausgeht, dass diese Kinder und Jugendlichen Medien „häufig extensiv und unkritisch“ (LfM 2007b: 43) nutzen. Man befürchtet, dass durch derartige Mediennutzung „… die durch ihre Lebenssituation bedingten Beeinträchtigungen kognitiver, sprachlicher und kultureller Fähigkeiten eher verstärkt als verringert“ (LfM 2007b: 43) würden. Auch die medienpädagogische Forschung weist auf den Einfluss des Faktors „Bildungsbenachteiligung“ auf den Medienumgang Heranwachsender hin. So konstatieren zum Beispiel Wagner und Eggert:

„Die Ergebnisse der medienpädagogischen Forschung verweisen darauf, dass jene Kinder und Jugendlichen, die als bildungsbenachteiligt gelten und aus sozial unterprivilegierten Milieus stammen, eher den risikobehafteten Angeboten des Medienmarktes zugetan sind und sich die Möglichkeiten und Potenziale, die vor allem die

10 Van Dijk (2005) untersucht neben dem technologischen Zugang auch Motivationen, die der Nutzung oder Nicht-Nutzung des Internets zugrunde liegen (motivational access), sowie verschiedene Kompetenzen im Umgang mit Computer und Internet (skills access, usage access).

multifunktionalen Medien Computer und Internet zur Kommunikation, Interaktion und Beteiligung bieten, nicht in der Bandbreite erschließen, wie Heranwachsende, die in bildungsbevorzugten Milieus aufwachsen.“ (Wagner/Eggert 2007: 15)

Kinder und Jugendliche mit Migrationshintergrund sind von Bildungsbenachteiligung besonders betroffen. Nach den Daten des jüngsten Berichts zur „Bildung in Deutschland 2008“ (Autorengruppe Bildungsberichterstattung 2008) sind Schüler mit Migrationshintergrund selbst bei gleichem Sozialstatus seltener auf dem Gymnasium und häufiger in den niedriger qualifizierenden Schularten vertreten als Kinder ohne Migrationshintergrund. Sie verlassen doppelt so häufig wie Schüler ohne Migrationshintergrund eine allgemeinbildende Schule, ohne zumindest den Hauptschulabschluss zu erreichen, und sie benötigen deutlich länger, um einen Ausbildungsplatz der dualen Ausbildung zu finden. Diese Zusammenhänge sind – grundsätzlich und methodisch – angemessen zu berücksichtigen, wenn es in empirischen Studien um die Frage geht, ob sich junge Menschen *mit* Migrationshintergrund von jungen Menschen *ohne* Migrationshintergrund in der Nutzung der neuen digitalen Medien unterscheiden.

3.2 Theorie

Im medienpädagogischen Diskurs findet seit den 1970er Jahren eine kontinuierliche Auseinandersetzung mit dem Thema Medienkompetenz statt (Baacke 1973, 1999; Theunert 1999, Luca/Aufenanger 2007). Dies führte jedoch nicht zu einer eindeutigen Begriffsbestimmung und Konzeptualisierung, vielmehr liegen verschiedene Modelle und Systematisierungen der inhaltlichen Bereiche von Medienkompetenz vor.

Ein breiter Überblick über klassische und neuere Modelle der Medienkompetenz wird an dieser Stelle nicht gegeben. Hierzu kann auf die jüngst von Renate Luca und Stefan Aufenanger vorgelegte Aufarbeitung verschiedener Medienkompetenz-Modelle verwiesen werden (Luca/Aufenanger 2007: 17–33). Im vorliegenden Kontext soll eine kurze Herleitung der Begrifflichkeiten genügen. Im Anschluss daran wird das Medienkompetenzmodell von Theunert näher erläutert, welches aus einer medienpädagogischen Blickrichtung heraus Medienkompetenz als Ziel aktiver Medienarbeit konzeptionalisiert. Dieses Modell wird später für die Konzeption des qualitativen Teils der LfM-Studie genutzt.

Medienkompetenz ist nach Baacke – einem der „Väter“ der deutschen Medienpädagogik – ein Teilbereich der *kommunikativen Kompetenz,* worunter er „alle Sinnesakte der Wahrnehmung“ versteht (Baacke 1999: 32). Medienkompetenz wird darüber hinaus in das Konzept der *Handlungskompetenz* integriert. Damit sind „… alle Formen der Weltbemächtigung und Weltverände-

rung gemeint, die zwar durch kommunikative Akte begleitet werden, aber über diese insofern hinausgehen, als hier Objekte, Gegenstände und Sachverhalte ‚verrückt' werden" (ebd.: 32). Medienkompetenz sei insgesamt als ein Konzept zu sehen, welches sich nicht auf Bildung und Erziehung beschränke oder die Vermittlung von Informationen und Wissen für berufliche Karrieren, vielmehr schließe Medienkompetenz auch den Bereich unterhaltender Angebote sowie „einen Reflexionsraum des Wissens, Überlegens und Nachdenkens über den ‚Sinn' von Kommunikation" mit ein (Baacke 1999: 34).

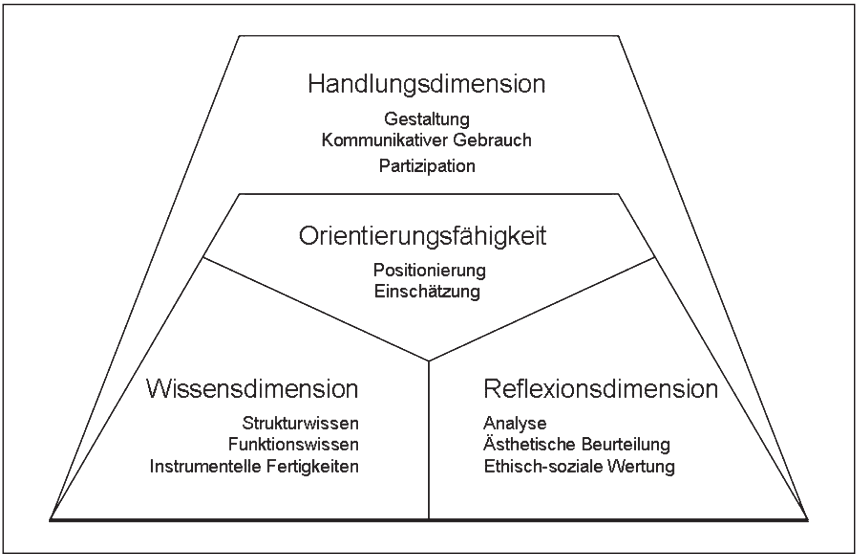
Während also im gesellschaftlichen Diskurs die Funktionalität von Medienkompetenz für Bildung und Beruf sowie für effektiven Jugend- und Verbraucherschutz betont wird, geht die wissenschaftliche Vorstellung von Medienkompetenz weit darüber hinaus. Entsprechend warnen Stimmen aus der Medienpädagogik auch vor einer derartigen normativen Verengung und fordern, „… die Frage der Medienkompetenz stärker auf Themen und Praxen der alltäglichen Lebensbewältigung und der darauf bezogenen medienvermittelten Formen der Weltaneignung und Identitätsbildung zu beziehen." (Niesyto 2008: 14) Auf diesen Aspekt werden wir bei der Darstellung bisheriger Forschungsbefunde zurückkommen.

Helga Theunert schließt mit ihren Überlegungen an Baacke an, indem sie wie dieser Medienkompetenz als integrierten Bestandteil von Kommunikativer Kompetenz und Handlungskompetenz fasst (Theunert 1999, 2008). Medienkompetenz lässt sich mit Theunert verstehen als

> „… die Fähigkeit, die Medien und Techniken, die gesellschaftliche Kommunikation unterstützen, steuern und tragen, erstens zu begreifen, zweitens sinnvoll damit umzugehen und drittens sie selbstbestimmt zu nutzen." (Theunert 1999: 53)

Damit grenzt sich die Autorin von Konzepten ab, welche Medienkompetenz auf instrumentelle Fertigkeiten verkürzen. Vielmehr betont sie, dass sich Medienkompetenz nicht auf den praktischen Umgang mit Medien beschränkt, sondern zum Beispiel auch die Reflexion über Chancen und Gefahren des Mediengebrauchs mit einschließt. Medienkompetenz entstehe durch ein Zusammenspiel unterschiedlicher Fähigkeiten, die sich in den folgenden vier Dimensionen von Medienkompetenz verdeutlichen lassen (Theunert 1999, 2008):

Übersicht 3.1: Medienkompetenzdimensionen (Eigene Darstellung nach Theunert 2008)



Wissensdimension: Das Wissen um die Beschaffenheit der Mediensysteme, um Funktionen verschiedener Medien als auch instrumentelle Fähigkeiten im Umgang mit Medien und Kommunikationstechnologien bilden eine Basis, um mediale Symbolsysteme zu entschlüsseln und Medien zu begreifen und zu handhaben.

Reflexionsdimension: Notwendig ist ferner die Fähigkeit, die Medien mit ihren Strukturen und Angeboten als auch das eigene Handeln kritisch zu analysieren und zu reflektieren. Dabei fließen sowohl ästhetische als auch ethisch-soziale Kriterien in die Reflexion ein.

Handlungsdimension: Die Fähigkeit, Medien selbstbestimmt und kreativ zu gestalten, sich diese als Mittel der Kommunikation und aktiven Partizipation am sozialen, kulturellen und politischen Leben zu erschließen, impliziert wiederum instrumentelle Fertigkeiten, Kenntnisse der Medienfunktionen und reflexive Bewertung.

Orientierungsfähigkeit: Die gesellschaftliche Teilhabe mittels Medien beruht auf einer Einordnung des verfügbaren Medienensembles und einer individuellen Abwägung und Positionierung ihm gegenüber.

3.3 Forschungsstand

Überblick

In den vorigen Kapiteln wurde schon darauf hingewiesen, dass die Mediennutzung und Medienkompetenz der Minderheit junger Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland nicht in gleicher Weise systematisch, kontinuierlich und repräsentativ erforscht wird, wie das im Hinblick auf Kinder und Jugendliche der Mehrheitsgesellschaft der Fall ist. Zu den jährlich durchgeführten KIM- und JIM-Studien (siehe dazu die Hinweise in den letzten beiden Kapiteln) oder Einzelstudien wie die von Luca/Aufenanger (2007), Six/Gimmler (2007) und Treumann et al. (2007) gibt es keine entsprechenden Äquivalenzstudien, in denen die Medienkompetenz von jungen Menschen mit Migrationshintergrund hinsichtlich der Individualmedien Computer/Internet, Handy und Spielkonsole repräsentativ erfasst wird.

Zwar wurden in den letzten Jahren einige repräsentative Studien zur Mediennutzung von Menschen mit Migrationshintergrund durchgeführt (vgl. dazu die Hinweise auf die BPA-Studie, WDR-Studie und ARD/ZDF-Studie in den letzten Kapiteln). Deren Schwerpunkt liegt jedoch auf den klassischen Medien Zeitung/Zeitschrift, Radio und Fernsehen. Das Internet wird nur ganz allgemein im Hinblick auf Nutzungsdauer und Nutzungshäufigkeiten berücksichtigt und eine weitergehende Erfassung von Medienkompetenzaspekten erfolgt in diesen Studien nicht. Außerdem befassen sich diese Studien im Prinzip mit der Mediennutzung von Erwachsenen (BPA-Studie, ARD/ZDF-Studie: Personen ab 14 Jahren) bzw. „jüngeren Erwachsenen“ (WDR-Studie: Personen ab 14 bis 49 Jahren).[11]

Daneben gibt es eine Reihe neuerer, nicht repräsentativer Studien, welche explizit den Medienumgang von jungen Menschen mit Migrationshintergrund aus kompetenzbezogener Perspektive beleuchten (Übersicht 3.2). Annette Treibel (2006) untersucht die Medienkompetenz russlanddeutscher und türkischstämmiger Hauptschüler. Susanne Eggert (2006) befasst sich mit der Medienaneignung 10- bis 16-Jähriger aus der ehemaligen Sowjetunion und mit der Integrationsfunktion alter und neuer Medien. Mareike Strotmann (2006, 2008) analysiert, welche Faktoren die Aneignung neuer Medien durch Jugendliche mit türkischem Migrationshintergrund unterstützen oder erschweren. Die Rolle neuer Medien für Identitätsbildungsprozesse steht im Mittelpunkt der Studie von Hugger (2009).

11 Das schließt Sekundäranalysen dieser Studien zur Mediennutzung jüngerer Personengruppen allerdings nicht aus. Vgl. dazu etwa die Sekundäranalyse der BPA-Studie für 14- bis 21-Jährige (Trebbe 2007a).

Übersicht 3.2: Neuere empirische Studien zur Mediennutzung und Medienkompetenz von jungen Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland („Explizite Migrantenstudien“)

Autoren	Stichprobe/Methode	Erhebungsschwerpunkte
Hugger 2009	n = 20 Junge Erwachsene mit türkischem Migrationshintergrund im Alter von 20 bis 25 Jahren, die aktive Nutzer ausgewählter Online-Communities sind Episodische Interviews	Nutzung von Online-Communities für individuelle Identitätsbildungsprozesse
Strotmann 2006, 2008	n = 29 Jugendliche mit türkischem Migrationshintergrund aus 8. und 10. Klassen Kölner Hauptschulen und Gymnasien Leitfadeninterviews	Mediennutzung, Medienkompetenz: Computer und Internet, Unterstützung bei der Aneignung neuer Medien
Hammeran/ Baspinar/ Simon 2007	n = 57 Fernsehzuschauer türkischer Herkunft im Alter von 14 bis 49 Jahren Gruppendiskussionen	Lebenssituation, Selbstbild, Mediennutzung und Präferenzen in Bezug auf Computer und Internet, Print, Radio und TV
Treibel 2006	n = 16 Russlanddeutsche und türkischstämmige Hauptschüler aus 9. Klassen im Alter von durchschnittlich 15 Jahren Leitfadeninterviews	Mediennutzung und Medienkompetenz: Computer, Internet, Handy (Bedien-, Struktur-, Handlungswissen), Sprachkompetenz
Eggert 2006	n = 24 10- bis 16-Jährige aus der ehemaligen Sowjetunion mit max. 4-jähriger Aufenthaltsdauer in Deutschland Leitfadeninterviews	Mediennutzung, Medienfunktionen und Medienkompetenz: Radio, TV, Print, Computer, Internet, Spiele

In diesen Studien kommen meist qualitative Leitfaden- oder Tiefeninterviews zur Anwendung, die interessante Einblicke in den Medienumgang der genannten Teilpopulationen geben, aufgrund kleiner Fallzahlen und mangelnder Repräsentativität aber keine allgemeinen Aussagen über die Mediennutzung und Medienkompetenz junger Menschen mit ihren spezifischen Migrationshintergründen in Deutschland erlauben. Im Übrigen ist auffallend, dass sich auch die meisten Untersuchungen dieses Typs auf die großen Migrantengruppen in Deutschland – junge Menschen türkischer Herkunft und russische Aussiedler – beziehen.

Neben diesen wenigen Mediennutzungs- und Medienkompetenzstudien, die sich *explizit* mit jungen Migranten beschäftigen, könnten sich im Grundsatz aus solchen Studien Hinweise zur Mediennutzung und Medienkompetenz dieser Bevölkerungsgruppe ergeben, zu deren Untersuchungspopulation junge Migranten *de facto,* wie zum Beispiel im Fall von Schul- bzw. Schülerstudien, zählen.

Übersicht 3.3: Neuere empirische Studien zur Mediennutzung und Medienkompetenz von jungen Menschen in Deutschland („Studien mit Migrantenanteilen“)

Autoren	Stichprobe/Methode	Erhebungsschwerpunkte
Wagner 2008	n = 903 Hauptschüler im Alter von 10 bis 16 Jahren, *darunter zwei Drittel mit Migrationshintergrund*, aus 20 Haupt- und Gesamtschulen in sozialen Brennpunkten/ strukturschwachen Gebieten von Großstädten in 6 Bundesländern Teilstandardisierte schriftliche Befragung der Schüler, ergänzt durch leitfadengestützte Interviews mit n = 39 Klassenlehrern und Gruppendiskussionen mit n = 111 Heranwachsenden	Ausstattung und Nutzungshäufigkeiten in Bezug auf Computer/Internet, Handy und Spielkonsolen; Medientätigkeiten, Nutzungsmotive und Integration der Medien in die Lebensgestaltung, individuelles Medienhandeln in Bezug auf Spielen, Kommunizieren in virtuellen Räumen, Produzieren und Veröffentlichen
Pfeiffer et al. 2008	n = 6.000 Schüler vierter Klassen und n = 17.000 Schüler neunter Klassen aus elf Städten und Landkreisen sechs verschiedener Bundesländer, *Anteil der Befragten mit Migrationshintergrund nicht dokumentiert* Schriftliche Befragung	Medienausstattung und Mediennutzung, familiäres und schulisches Umfeld, Schulleistungen, Freizeitverhalten
Otto et al. 2004	n = 50 Jugendliche zwischen 14 und 23 Jahren mit Haupt- und Realschulabschluss, *darunter eine ungenannte Anzahl an Jugendlichen mit Migrationshintergrund* Explorative Leitfadeninterviews in Jugendeinrichtungen	Nutzungserfahrungen/-strukturen/ -präferenzen in Bezug auf Internetangebote (MSN, Chat, Foren etc.), Qualitätsvorstellungen und Problemfelder
Bernart/ Billes-Gerhart 2004	n = 103 Jugendliche aus 6. Klassen an Hauptschulen in Baden-Württemberg im durchschnittlichen Alter von 13 Jahren, *darunter n = 57 Jugendliche mit Migrationshintergrund (davon n = 20 Jugendliche mit türkischem und n = 19 Jugendliche mit osteuropäischem Migrationshintergrund)* Schriftliche Befragung	Sprachverhalten und Freundeskreis; Mediennutzung, Medienfunktionen und Medienkompetenz in Bezug auf Handy, Computer/Internet und Spielenutzung
Fromme/ Meder/ Vollmer 2000	n = 1.111 Heranwachsende aus Schulen im Raum Bielefeld im Alter zwischen 8 und 14 Jahren, *darunter n = 80 Aussiedler, n = 88 Schüler türkischer Herkunft sowie Schüler mit anderen Migrationshintergründen* Schriftliche Befragung sowie qualitative Interviews mit n = 21 Heranwachsenden	Umgang mit Computerspielen: Spielverhalten (Nutzungshäufigkeit, Lieblingsspiel und -genre, Angaben zur Hardware), Spielumgebung (Zusammenspiel mit anderen, Wissenserwerb zu Spielen, andere Freizeitaktivitäten), Bewertung verschiedener Merkmale von Computerspielen (mediale Präsentation, Dramaturgie, Kompetenzanforderungen)

Die KIM- und JIM-Studien wären hier nochmals zu nennen, ebenso eine aktuelle umfassende Studie zum Medienhandeln und der Medienkompetenz Jugendlicher im Hinblick auf alte und neue Medien, die von einer Forschergruppe um Klaus Peter Treumann auf Basis des sog. „Bielefelder Kompe-

tenzmodells“ durchgeführt wurde (Treumann et al. 2007).[12] Ähnliches gilt für eine qualitative Studie zur „Computerpraxis Jugendlicher“ (Welling 2008), in der die Relevanz des Computers für Jugendliche und diesbezügliche Aneignungsweisen analysiert, auf den Migrationshintergrund einiger Befragter aber nicht näher eingegangen wird.[13] Dieser Studientyp erfasst junge Menschen mit Migrationshintergrund nur rudimentär, da die jeweils zugrunde liegende Definition der Grundgesamtheit diese Fallgruppe weder explizit aus-, noch explizit einschließt. Die ethnische Zugehörigkeit der Jugendlichen wird bei den Datenanalysen in der Regel nicht explizit berücksichtigt.

Auf der anderen Seite stehen Erhebungen wie die Analyse zum „Medienhandeln in Hauptschulmilieus“ (Wagner 2008), bei der zwei Drittel der befragten Schülerinnen und Schüler einen Migrationshintergrund aufweisen.[14] Hier lassen sich instruktive Vermutungen über die Besonderheiten der Mediennutzung und Medienkompetenz junger Menschen mit Migrationshintergrund ableiten. Weitere Ansatzpunkte geben die zusätzlich in Übersicht 3.3 aufgeführten neueren Studien, die neben deutschen Kindern und Jugendlichen auch Heranwachsende mit Migrationshintergrund berücksichtigen. Allerdings liefert auch dieser Studientyp aufgrund der Definition der Grundgesamtheiten, Auswahlverfahren und Stichprobenzusammensetzungen *keine repräsentativen Aussagen* über die jeweiligen Migrantenpopulationen.

Ergebnisse expliziter Migrantenstudien

Im Folgenden werden die wichtigsten Befunde der zwar nicht repräsentativen, aber immerhin explizit auf junge Menschen mit Migrationshintergrund bezogenen Studien zusammengefasst, deren Eckdaten in Übersicht 3.2 ausgewiesen sind. Wie in der Übersicht auch, wird mit den jüngsten Studienbefunden begonnen.

---

12 In dieser Studie wird eine differenzierte Erfassung verschiedener Medienkompetenzdimensionen geleistet. Ein Kriterium der Definition der Grundgesamtheit war, dass die befragten Jugendlichen aus drei Bundesländern im Alter von 12 bis 20 Jahren (n = 3.271) Deutsch als Muttersprache beherrschten. Daneben wurde die Nationalität erfasst (deutsch/eine andere, und zwar …) und ermittelt, ob die Befragten schon immer in Deutschland leben oder aus dem Ausland (und falls ja: vor wie viel Jahren) zugezogen sind.

13 Welling führte zwischen 2002 und 2004 Gruppendiskussionen mit Nutzern verschiedener Jugendeinrichtungen durch. In einigen Gruppendiskussionen hatten die Befragten überwiegend einen Migrationshintergrund, was bei der Ergebnispräsentation jedoch nicht diskutiert wird.

14 In der Studie wurden n = 903 Hauptschüler im Alter von 10–16 Jahren aus 20 Haupt- und Gesamtschulen in sozialen Brennpunkten/strukturschwachen Gebieten von Großstädten in 6 Bundesländern teilstandardisiert schriftlich befragt, darunter 67 Prozent mit Migrationshintergrund (dazu wurde für Vater und Mutter gefragt „kommt aus Deutschland“ vs. „kommt woanders her, und zwar …“).

Hugger (2009): Potenziale neuer Medien für Identitätsbildungsprozesse

Medienkompetenz drückt sich auch darin aus, wie der Medienumgang zur Orientierung und Positionierung des Einzelnen, zur individuellen Lebensbewältigung beiträgt. In diesem Kontext ist eine explorative Forschungsarbeit von Hugger angesiedelt, die danach fragt, wie sich türkische Migrantenjugendliche spezielle Online-Communities für ihre Identitätsbildungsprozesse zunutze machen. Auf Basis qualitativer Interviews mit jungen Erwachsenen mit türkischem Migrationshintergrund[15] wird in dieser Studie gezeigt, dass Online-Communities unter bestimmten Voraussetzungen Räume sein können, in denen die jungen Erwachsenen ihre „‚prekäre' Zugehörigkeit und die damit verbundenen Anerkennungsprobleme *verarbeiten* können" (Hugger 2009: 282, Herv. i. O.). In diesen Communities könnten die jungen Türken ihre gemeinschaftlichen türkischen und biografischen Wurzeln reflektieren und Anerkennung für ihre Person erfahren. Ob daraus eine „*erfolgreiche* Selbstfindung" (ebd.: 282, Herv. i. O.) sowohl in der Online- als vor allem auch der Offline-Welt resultiert, scheint nach den Hinweisen aus dieser Studie davon abzuhängen, inwiefern in den Communities starke und vertrauenswürdige soziale Bindungen zu Anderen hergestellt werden können – ein Aspekt, der wiederum selbst auf die Notwendigkeit von instrumentellen, wissensbezogenen, gestalterischen und reflexiven Fähigkeiten verweist.

Strotmann (2006, 2008): Unterstützung bei der Aneignung neuer Medien

Strotmann (2006, 2008) geht in ihrer Studie der Frage nach, welche Faktoren der Settings Familie, Peers, Schule und außerschulische Institutionen die Aneignung von neuen Medien durch Jugendliche mit türkischem Migrationshintergrund erleichtern oder erschweren.[16] Bei der Analyse wurde der Schwerpunkt vor allem auf die Betrachtung geschlechtsspezifischer Unterschiede gelegt. So stellt die Autorin fest, dass sich die eher technikorientierten Jungen früher und intensiver dem Computer zuwenden als die befragten Mädchen. Unter den Jugendlichen, die neue Medien kaum oder gar nicht nutzen, fanden sich deutlich mehr Mädchen.

Die Schule wurde von den meisten der befragten Jugendlichen als Ort mit hohem „Aufforderungscharakter" bei der Aneignung von neuen Medien bezeichnet. Vor allem aber wurden die Eltern als diejenigen benannt, welche dies deutlich unterstützen. So beschrieben die Befragten in den Interviews,

15 Basis der Studie sind episodische Interviews mit n = 20 jungen Erwachsenen mit türkischem Migrationshintergrund im Alter von 20 bis 25 Jahren, die aktive Mitglieder bestimmter Online-Communities sind. Die Befragten verfügen über mittlere Reife und höhere Schulabschlüsse.

16 Dazu führte die Autorin im Jahr 2004 29 Intensivinterviews mit Jugendlichen mit türkischem Migrationshintergrund aus Hauptschulen und Gymnasien in Köln. Die Jugendlichen stammten aus der achten und zehnten Klasse. Als weitere Auswahlkriterien wurden Geschlecht sowie das Vorliegen von Affinität bzw. keine Affinität zu neuen Medien eingesetzt.

dass ihre Eltern in der Nutzung des Computers eine Möglichkeit sehen, den Schul- und Berufsweg ihrer Kinder positiv zu beeinflussen und dem PC einen hohen oder sogar einen zentralen Stellenwert in der Gesellschaft einräumen. Jedoch nutzen zwei Drittel der Eltern laut den Angaben der Jugendlichen PC und Internet selbst selten oder nie, was zur Folge hat, dass diese Eltern ihre Kinder nicht direkt bei Problemen mit dem Computer durch Hilfestellungen und Rat unterstützen können. Die Jugendlichen sind also verstärkt auf andere Settings angewiesen.

Zum einen spielen hier Familienmitglieder der gleichen Generation, also Brüder und Cousins, eine große Rolle. Bei den außerschulischen Settings zeigen sich nach Strotmann geschlechtsspezifische Unterschiede dahingehend, dass Mädchen verstärkt geschlossene Angebote, also z. B. Kurse in Moscheen oder privaten Schulen, nutzten, während Jungen eher offene Angebote zum Beispiel in Internetcafés und Bürger- oder Jugendzentren in Anspruch nahmen. Dabei stehe bei den Jungen aber häufig das Treffen von Freunden im Mittelpunkt, die Mediennutzung erfolge eher nebenbei. Die Autorin betont jedoch, dass sich für die Jungen aus dieser gemeinsamen Mediennutzung vielfältige Unterstützungsmöglichkeiten ergeben.[17] Die geringe Unterstützungsmöglichkeit seitens der Eltern sei dagegen insbesondere für Mädchen, die stärker auf die Familie als Aneignungsort angewiesen scheinen, als problematisch einzuschätzen, während den Jungen offensichtlich mehr alternative Möglichkeiten zur Verfügung stehen:

„Wenn die Jungen keine (weiteren) Kompetenzträger in der Familie haben, können sie sich diese zum Teil über ihr soziales Netzwerk eröffnen. Die Mädchen scheinen dies jedoch nicht zu können oder zu wollen.“ (Strotmann 2008: 137)

Hammeran et al. (2007): Selbstbild und Mediennutzung junger Erwachsener türkischer Herkunft

Dass Computer und Internet für die 14- bis 19-Jährigen eine besondere Rolle spielen, beschreibt für türkischstämmige Jugendliche eine qualitative Studie im Auftrag der WDR-Medienforschung.[18] Der Computer ist für die Jugendlichen nach deren Selbsteinschätzung das wichtigste Medium. Besonders das Webportal MSN werde genutzt, um mit Freunden und der Familie in der Türkei zu kommunizieren. Durch die in der Türkei lebenden Familienangehörigen erfahre man alle wichtigen Neuigkeiten über dort stattfindende Ereignisse, auch würde das Internet zur Informationsrecherche – zum Beispiel über

17 Zum Beispiel schauen sich die Jüngeren Fertigkeiten bei den älteren Jugendlichen ab bzw. lassen sich von ihnen die Handhabung neuer Medien erklären.

18 In der Studie wurden im Jahr 2006 leitfadengestützte Gruppendiskussionen mit insgesamt n = 57 türkischstämmigen Personen zwischen 14 und 19, 20 und 29 sowie 30 und 49 Jahren (je zwei homogene Gruppen pro Altersgruppe) durchgeführt.

Google – genutzt. Die jugendlichen Befragten nutzten demnach zur Information über Ereignisse in der Türkei weniger Presse und Fernsehen, sondern vor allem die Gespräche mit Verwandten in der Türkei, die über Internet kostengünstig zu erreichen sind. Bei den 20- bis 29-Jährigen scheint dagegen das Internet neben dem Fernsehen den gleichen Rang einzunehmen. Von den jungen Erwachsenen werde stärker die Informationsaufnahme durch das Internet betont, auch zeigten sich nach den Daten dieser Studie die jungen Erwachsenen kompetenter im Umgang mit Recherchemethoden, indem sie zum Beispiel gezielt die Nachrichtenportale bekannter Zeitschriften ansteuern. In Bezug auf die Fernsehnachrichten zeigten sich die Befragten der Studie insofern kritisch, als unabhängig vom Alter alle Befragten angaben, Nachrichten, die mit ihnen bzw. der Türkei zu tun haben, zu vergleichen, da die deutschen Nachrichtenquellen als einseitig eingeschätzt werden (Hammeran/Baspinar/Simon 2007).

Treibel (2006): Medienkompetenzen an der Hauptschule

Treibel betrachtet Medienkompetenzen aus der Perspektive ethnischer und geschlechtlicher Differenz.[19] Die Autorin sieht für die weiblichen Aussiedlerjugendlichen die Vermutung eines erschwerten Zugriffs auf Computer und Internet bestätigt. Sie hebt jedoch auch hervor, dass die Jugendlichen, die zu Hause keinen Internetzugang haben, gewisse Ausweichstrategien entwickeln und mangelnde Ausstattung ausgleichen, indem sie bei Freunden, Verwandten, in der Schule oder in Internetcafés das Internet nutzen.[20] Es kann daher vermutet werden, dass sich Migrantenjugendliche neue Medien in spezifischen Formen aneignen, indem sie auf familiäre Unterstützungsnetzwerke und öffentliche Angebote zurückgreifen.

Für die Relevanz weiterer Kompetenzen in Bezug auf neue Medien sind die Jugendlichen jedoch anscheinend nicht sensibilisiert. Gefragt nach dem Interesse an Wissens- und Kompetenzzuwachs bezüglich des Internets, sahen die Jugendlichen keinen Bedarf und hielten ihre Kompetenz für ausreichend – eine Einschätzung, die von der Autorin der Studie nicht geteilt wird: „Medienkompetenz (Herv. i. O.) im Sinne von Bedien-, Struktur- und Handlungswissen ist bedingt vorhanden.“ (Treibel 2006: 223 f.) Nach Treibel zeigten die befragten Hauptschüler hier eine Haltung zwischen Pragmatismus und der Abwehr von Kompetenzerwartungen: „Der durchaus rationale Blick auf Kompetenzerwartungen in der Lehre und im Beruf wird mehrheitlich nicht getätigt.“ (ebd.: 223) Die Unterstützungsleistung der Familie für den Kompetenzerwerb

19 In der Studie wurden im Jahr 2004 16 Leitfadeninterviews mit russlanddeutschen und türkischstämmigen Hauptschülern aus 9. Klassen an drei Hauptschulen des Karlsruher Stadtgebietes durchgeführt. Die Jugendlichen waren im Schnitt 15 Jahre alt und mehrheitlich in Deutschland geboren.

20 Die untersuchten Migrantenfamilien sind im Vergleich zu den Daten der JIM-Studien unterproportional mit den Medien Computer, Internet und Handy ausgestattet. Neun der sechzehn Familien sind Offliner.

wird ambivalent eingeschätzt, die Mehrheit der Jugendlichen könne nicht auf die Familien als Kompetenzträger zurückgreifen.

Neue Medien, so macht Treibel am Beispiel des Handys deutlich, können zum einen den Kontrollwünschen der Eltern gegenüber ihren Kindern entgegenkommen. So sei die Anschaffung des Handys meist von den Eltern ausgegangen, die ihre Kinder erreichen können und deren Aufenthaltsorte kontrollieren wollen. Zum anderen scheinen die neuen Medien auch neue Freiräume zu eröffnen. So wird von einem Mädchen berichtet, welches im Chat bewusst gerade Jungen kontaktiert, ohne sich elterlichen Kontrollen ausgesetzt zu sehen. Primär für die Aussiedler wird eine Brückenfunktion der neuen Medien hervorgehoben. E-Mails würden genutzt, um mit der Herkunftsregion in Verbindung zu bleiben. In diesem Zusammenhang ist auch eine offensichtlich hohe sprachliche Flexibilität der Migrantenjugendlichen hervorzuheben. In der Kommunikation werde sowohl Deutsch als auch die Herkunftssprache je nach Bedarf eingesetzt, auch die Freundeskreise seien bei der Mehrheit der Befragten multiethnisch zusammengesetzt.

Eggert (2006): Medienaneignung Heranwachsender aus der ehemaligen Sowjetunion

Ein etwas anderes Bild ergibt eine Studie von Eggert, in der die Rolle von Medien für die Integration Heranwachsender aus der ehemaligen Sowjetunion untersucht wird.[21] Die Ausstattung der Befragten mit Computer und Internet war – geschuldet der aktuellen Lebenssituation – zwar unterdurchschnittlich, die Autorin konstatiert jedoch ein großes Interesse am Internet und weist ähnlich wie Treibel darauf hin, dass die Kinder und Jugendlichen auf öffentliche Orte, Verwandte oder Bekannte zurückgreifen, um Computer bzw. Internet nutzen zu können.[22]

Auch Eggert weist auf eine Brückenfunktion des Internets hin. Dieses werde zum Recherchieren, zum Beispiel für die Schule, und zum Spielen genutzt, aber auch zur Kontaktaufnahme mit Onkeln und Tanten im Herkunftsland per SMS. Besonders die älteren Befragten nutzten der Studie zufolge das Internet, um sich an russischsprachigen Chats zu beteiligen oder um sich mit anderen Auswanderern in Deutschland und weltweit auszutauschen. Hier wurde zum Beispiel die russischsprachige Internetseite „mail.ru“ genannt. Die Chatbekannt-

---

21 Dazu wurden 24 Leitfadeninterviews mit russlanddeutschen Spätaussiedlern/jüdischen Kontingentflüchtlingen im Alter von 10 bis 16 Jahren geführt, die seit längstens 4 Jahren in Deutschland leben. Die Begrenzung auf eine maximale Aufenthaltsdauer von 4 Jahren wurde gewählt, damit sich die Befragten noch an ihre erste Zeit in Deutschland erinnern konnten. Die Mehrheit der Befragten wohnte zum Befragungszeitpunkt noch in einem Übergangswohnheim. Ebenso besuchte ein Teil der Befragten noch Übergangsklassen.

22 Die Interpretation dieser Befunde wird dadurch erschwert, dass der Bildungshintergrund der Befragten nicht klar ist. Zum Teil werden Übergangsklassen besucht mit dem Wunsch, danach in Realschule oder Gymnasium zu wechseln. Ein anderer Teil besucht zum Befragungszeitpunkt die Hauptschule.

schaften beschränken sich, so Eggert, nicht notwendigerweise auf den Chat an sich, sondern sie erfahren eine Fortsetzung im „realen“ Leben, indem man telefonisch Kontakt aufnimmt. Auch hier wird die sprachliche Flexibilität der Heranwachsenden hervorgehoben. So berichtet Eggert, dass Computer und Internet auch in Hinblick auf russischsprachige Mediennutzung eine Rolle spielen, was sich zum Teil in russischsprachigen Benutzeroberflächen auf den Computern äußert.

Problematisiert wird die Nutzung von Computer- und Onlinespielen. Hier lassen die Ergebnisse von Eggert vermuten, dass bei den männlichen Heranwachsenden mit Aussiedlerhintergrund actionhaltige und kampfbetonte Angebote überdurchschnittlich beliebt sein könnten – eine Problematik, die auch in anderen Studien für Kinder und Jugendliche mit Migrationshintergrund thematisiert wird (Eggert 2006: 249, 254; Fromme/Meder/Vollmer 2000, Granato 2001). In diesem Zusammenhang deuten die Ergebnisse dieser Studie auch darauf hin, dass der Medienkonsum der Kinder durch die Eltern so gut wie nicht reglementiert wird.

Ergebnisse von „Studien mit Migrantenanteilen“

Die in Übersicht 3.3 aufgeführten neueren Studien zur Mediennutzung und Medienkompetenz von jungen Menschen in Deutschland berücksichtigen *neben* Kindern und Jugendlichen ohne Migrationshintergrund auch Heranwachsende *mit* Migrationshintergrund. Die wichtigsten Befunde, die in diesen Studien für den Medienumgang junger Menschen mit Migrationshintergrund ausgewiesen werden, sind im Folgenden dargestellt. Die Darstellung folgt wieder der Aktualität der Studien, es wird mit den jüngsten Studienergebnissen begonnen.

Wagner 2008: Medienhandeln in Hauptschulmilieus

Die Ergebnisse der von Wagner publizierten Untersuchung scheinen die Befunde der bisher referierten Studien teilweise zu untermauern. Sie deuten jedenfalls auf einige Besonderheiten im Medienumgang von jungen Migranten im Vergleich zu gleichaltrigen Personen ohne Migrationshintergrund hin. Auch hier werden Einschränkungen der Mädchen mit Migrationshintergrund in Bezug auf den persönlichen Besitz von Computer und Internet verzeichnet, was diese veranlasst, auf andere Nutzungsorte auszuweichen.

Insgesamt nutzen Jugendliche mit Migrationshintergrund nach dieser Studie aber Internet und Handy häufiger als solche ohne. Dabei scheint sich zu bestätigen, dass die Kommunikation via Internet von besonderer Bedeutung für Jugendliche mit Migrationshintergrund sein könnte: Chat, E-Mail und SMS via Internet werden von ihnen häufiger genutzt, um kostengünstig mit Freunden und der Verwandtschaft im Herkunftsland zu kommunizieren, wobei neben

Deutsch auch die Sprachen der Herkunftskulturen eingesetzt werden. Bezüglich des Stellenwerts von Computerspielen spielt der Migrationshintergrund offensichtlich kaum eine Rolle, nach den Daten von Wagner werden diesbezüglich keine Differenzen herausgestellt. Unterschiede berichten die Autoren jedoch in Bezug auf die Rezeption von digitalen Fotos, Videos, Filmen und Musik, die bei den Jugendlichen mit Migrationshintergrund stärker ausgeprägt sei, als auch bei der Produktion von Fotos, Videos und Musik durch multifunktionale Medien.

Bei den Befragten mit Migrationshintergrund zeige sich eine höhere Rate beim Selbermachen und Veröffentlichen im Internet als bei den Befragten ohne Migrationshintergrund – für die Autoren ein Hinweis darauf, dass ein größerer Teil der Jugendlichen mit Migrationshintergrund produktiv in vor allem musikbezogenen jugendkulturellen Szenen verankert ist. Dabei könnten Befragte mit Migrationshintergrund jedoch seltener auf Eltern als Wissensquelle zurückgreifen als Befragte ohne Migrationshintergrund, dies gilt nach der vorliegenden Studie sowohl für Produktion und Rezeption als auch für die Informationssuche im Internet.

Vor dem Hintergrund der gesellschaftspolitischen Diskussion erscheint es überraschend, dass die Jungen mit Migrationshintergrund im Vergleich zu den Jungen ohne Migrationshintergrund nach den vorliegenden, nicht repräsentativen Daten häufiger angaben, das Internet zu Informationszwecken zu nutzen. Insgesamt stützen sich die Befragten mit Migrationshintergrund dabei offenbar stärker auf konkrete Internetadressen als auf Suchmaschinen, welche von Befragten ohne Migrationshintergrund häufiger als Recherchestrategie genannt wurden. Bei den Recherchethemen werden dagegen keine Differenzen berichtet.

Pfeiffer et al. (2008): Die PISA-Verlierer und ihr Medienkonsum

Pfeiffer et al. zeichnen ein etwas kritischeres Bild vom Medienumgang junger Menschen mit Migrationshintergrund, wenn sie herausstellen, dass diese stärker „entwicklungsbeeinträchtigende Medieninhalte“ (ebd.: 283) nutzen würden. Grundlage dieser Einschätzung ist die angegebene Häufigkeit der Nutzung von Filmen und Computerspielen, die nach der USK-Einstufung erst ab 16 bzw. ab 18 Jahren freigegeben sind. Die Kinder mit Migrationshintergrund nutzten nach den Daten dieser Studie entsprechende Angebote mehr als doppelt so häufig wie die befragten Kinder ohne Migrationshintergrund.[23] Für die befragten Kinder mit Migrationshintergrund werden eine bessere Medien-

23 Die Studie stützt sich auf eine 2005 durchgeführte Schülerbefragung von 6.000 Viertklässlern (10-Jährige) und 17.000 Neuntklässlern (15-Jährige) aus elf Städten und Landkreisen sechs verschiedener Bundesländer. Die Ergebnisse werden unter anderem nach Befragten mit und ohne Migrationshintergrund differenziert, es finden sich jedoch keine Angaben zur Anzahl der Befragten mit Migrationshintergrund.

ausstattung im eigenen Zimmer (eigener Fernseher, Konsole und PC) und höhere Werte bei der Mediennutzungsdauer berichtet.

Otto et al. (2004): Soziale Ungleichheit im virtuellen Raum

Ähnlich wie Hugger weisen Otto et al. auf die Rolle der Onlinekommunikation für die Identitätsbildungsprozesse von Jugendlichen mit Migrationshintergrund hin. Demnach scheint die Selbstrepräsentation in Chats und Foren durch schriftlichen Ausdruck und visuelle Selbstbeschreibung, durch die sich die Jugendlichen als Angehörige einer Gruppe darstellen, für die Jugendlichen mit Migrationshintergrund eine besonders hohe Bedeutung zu haben.

Bernart/Billes-Gerhart (2004): Sprachverhalten und Mediennutzung von Migrantenjugendlichen

Eine frühere Studie zum Medienumgang und Sprachgebrauch von Migrantenjugendlichen aus Hauptschulen im Vergleich zu ihren deutschen Mitschülern zeigte ein noch etwas anderes Bild (Bernart/Billes-Gerhart 2004). Nach den Daten dieser Studie[24] standen bei den Jugendlichen mit Migrationshintergrund das Surfen im Internet und vor allem Computerspiele im Vordergrund, während das Chatten, E-Mails und die gezielte Suche eine deutlich nachrangige Rolle spielten. Ähnlich wie Strotmann argumentieren auch Bernart/Billes-Gerhart auf Basis der Orte der Computer- und Internetnutzung, dass bei Jugendlichen mit Migrationshintergrund Schule und Peergroup eine wichtigere Rolle bei der Mediensozialisation zu spielen scheinen als bei deutschen Jugendlichen.

Die Autoren haben sich ferner für das Sprachverhalten der Jugendlichen mit Migrationshintergrund interessiert und aufgezeigt, dass die Zweisprachigkeit im Umgang mit Familie und Freundeskreis für mehr als ein Drittel der befragten Migranten anscheinend eine Selbstverständlichkeit ist. Dies äußert sich offensichtlich auch in der Nutzung muttersprachlicher Seiten im Internet, die von der Hälfte der befragten Migrantenjugendlichen berichtet wurde. Schon in dieser Studie zeigen sich jedoch Differenzen zwischen den einzelnen Migrantengruppen.[25] So deuten die Daten zum Beispiel darauf hin, dass anderssprachige Internetseiten für Jugendliche osteuropäischer Herkunft eine größere Rolle spielen könnten als für die Jugendlichen türkischer Herkunft.

---

24 Im Jahr 2003 wurden n = 103 Jugendliche aus sechsten Klassen an Hauptschulen in Baden-Württemberg befragt, darunter n = 57 Jugendliche mit Migrationshintergrund (davon n = 20 türkischer Migrationshintergrund, n = 19 osteuropäischer Hintergrund). Der Altersdurchschnitt lag bei 12,8 Jahren.

25 In der Studie erfolgt – allerdings auf der Basis sehr geringer Fallzahlen – eine gesonderte Auswertung für die Teilpopulationen der west- und südeuropäischen, osteuropäischen, türkischsprachigen und außereuropäischen Jugendlichen.

Fromme/Meder/Vollmer (2000): Computerspiele in der Kinderkultur

Die Studie der Autoren zur Nutzung von Video- und Computerspielen durch 8- bis 14-Jährige deutet darauf hin, dass Kinder aus verschiedenen Kulturkreisen in ihrem Spielverhalten und der Spielumgebung unterschiedliche Vorlieben aufweisen.[26] Die Kinder aus dem westdeutschen Kulturkreis, Aussiedlerkinder und Kinder aus dem moslemischen Kulturkreis scheinen sich in der Bevorzugung von Kampfspielen und von Denk- und Geschicklichkeitsspielen zu unterscheiden, während andere Genres in etwa gleich beliebt sind. Nach den vorliegenden Daten ist der Anteil von Spielern, die am liebsten Kampfspiele spielen, unter den Aussiedlerkindern besonders hoch, und auch Kinder des moslemischen Kulturkreises mögen demnach Kampfspiele überdurchschnittlich häufig, während die westdeutschen Kinder dieses Genre deutlich seltener als ihr Lieblingsgenre bezeichneten.

Dieses Verhältnis drehe sich nach den Autoren bei den Denk- und Geschicklichkeitsspielen auf niedrigerem Niveau um. Auch bei den Spielhäufigkeiten und den Kompetenzanforderungen, an denen die Kinder Interesse haben, scheinen sich die Kinder mit von Kindern ohne Migrationshintergrund zu unterscheiden. Demnach sind die Anforderungen „logisch denken, überlegen“, „geschickt steuern“ und „Phantasie haben“ bei den westdeutschen Kindern am beliebtesten, während die Aussiedlerkinder es am liebsten haben, wenn sie sich schnell zurechtfinden müssen, gefolgt von „kämpfen, angreifen“ und „schnell reagieren“. Die Kinder aus dem moslemischen Kulturkreis gaben in dieser Studie besonders häufig an, dass sie gerne „kämpfen, angreifen“, gefolgt von „Phantasie haben“ und „genau planen“.

Zusammenfassung

Die Forschungslage zur Medienkompetenz von jungen Menschen mit Migrationshintergrund ist disparat. Betrachtet man die *Ausstattung* mit und den *Zugang* zu den neuen Medien, so berichten die meisten Studien eine generell gute, zum Teil sogar bessere eigene Ausstattung der jungen Menschen mit Migrationshintergrund mit neuen Medien. Allerdings gibt es mehrere Hinweise darauf, dass sich der Zugang für Mädchen mit Migrationshintergrund problematischer gestalten könnte. Die vielfach genannten alternativen Nutzungsorte (bei Freunden, öffentliche Orte) scheinen für Mädchen weniger zugänglich zu sein, gleichzeitig sind Mädchen anscheinend stärker auf Unter-

26 In der Studie wurden n = 1.111 Heranwachsende aus Schulen im Raum Bielefeld im Alter zwischen 8 und 14 Jahren befragt, darunter n = 80 Aussiedler, n = 88 Schüler türkischer Herkunft sowie Schüler mit anderen Migrationshintergründen. Aus den Nationalitäten und der Herkunft wurde die Kategorie Kulturkreise gebildet. Die westdeutschen Schüler wurden als ein Kulturkreis behandelt (n = 803). Die Kinder von Aussiedlerfamilien aus Russland und Polen wurden zur Kategorie „Aussiedlerkinder“ (n = 121), die Kinder türkischer, kurdischer und bosnischer Herkunft wurden zum „moslemischen Kulturkreis“ (n = 126) zusammengefasst.

stützungsleistungen seitens der Familie angewiesen. Die Befunde deuten insgesamt auf eine wichtige Rolle der Familie und der Peergroup bei der Aneignung neuer Medien hin. Sie verweisen aber auch darauf, dass von den Eltern mit Migrationshintergrund kaum Hilfe und Unterstützung geleistet werden kann.

Insbesondere bei Fragen, die sich mit einem reflektierten Medienumgang sowie mit *Interessen* und *Motiven* des Umgangs mit neuen Medien befassen, sind die Befunde sehr heterogen. So wird zum Beispiel einerseits eine häufigere Nutzung von Computerspielen und insbesondere eine Zuwendung zu problematischeren Spielen und Filminhalten konstatiert (speziell ein höheres Interesse an Kampfspielen), während andere Befunde keine Unterschiede zwischen Kindern mit und ohne Migrationshintergrund beim Umgang mit Computerspielen ausweisen. Auch deutet die Forschung darauf hin, dass ein großes Interesse an Computer und Internet besteht und auch die Eltern diesen Medien einen hohen Stellenwert einräumen. Auf der anderen Seite scheint es so zu sein, dass ein niedriges Kompetenzniveau im Umgang mit den Möglichkeiten der neuen Medien als ausreichend angesehen wird und die Motivation, sich weitere Kompetenzen anzueignen, nur bedingt ausgeprägt ist. Mehrere Befunde deuten durchaus auf eine reflektierte Mediennutzung hin, wenn über die vergleichende Nutzung deutscher und heimatsprachlicher Nachrichten in Fernsehen und Internet und über eine vergleichende Informationsrecherche, insbesondere bei konkreten Anlässen, berichtet wird. Reflektion zeigt sich auch in Hinblick auf die Kostensituation, wenn etwa die Vorzüge der günstigen Kommunikation via Internet betont werden. Darüber hinaus liegen jedoch bisher wenige Erkenntnisse zum Risikobewusstsein im Umgang mit neuen Medien und zur Einschätzung von Gefahren bzw. Erfahrungen mit Missbrauch durch neue Medien vor. Die wenigen Befunde deuten darauf hin, dass der Umgang der jungen Menschen mit den neuen Medien über die Kostenkontrolle hinaus durch die Eltern kaum reglementiert wird.

Betrachtet man das *aktive Medienhandeln* der jungen Menschen mit Migrationshintergrund, so deuten einige Befunde auf einen ausgeprägten kommunikativen Gebrauch neuer Medien hin, was sich insbesondere in der Brückenfunktion der neuen Medien ausdrückt. Diese werden demnach zur kostengünstigen Kommunikation mit Familie und Freunden aus dem Herkunftsland genutzt. In dem Zusammenhang sticht die sprachliche Flexibilität der Nutzer hervor, die je nach Kontext in der Herkunfts- oder der Mehrheitssprache kommunizieren. Allerdings gibt es auch hier widersprüchliche Befunde durch Studien, die konstatieren, dass vor allem das Surfen und das Spielen im Internet im Vordergrund stehe, während Chatten und E-Mails eine nachrangigere Rolle spielten. Bezogen auf den individuellen Bereich wird auch von partizipativer und gestaltender Nutzung berichtet, wenn zum Beispiel Fotos, Videos und Musik produziert und mit der Community oder Freunden

und der Familie geteilt werden. Andere Studien heben den präsentativen und kommunikativen Gebrauch neuer Medien hervor und zeigen auf, wie diese zur Selbstpräsentation genutzt werden, was Identitätsbildungsprozesse unterstützen und auch neue Freiräume eröffnen kann.

Insgesamt stehen den Vermutungen über einen benachteiligten Medienzugang und Medienumgang bei jungen Menschen mit Migrationshintergrund heterogene Forschungsbefunde gegenüber. Neben der Feststellung von Differenzen im Vergleich zu gleichaltrigen Personen ohne Migrationshintergrund weisen einige Studien auf vielfältige Aneignungsweisen und Potenziale der neuen Medien in der Population der jungen Migranten hin. Unglücklicherweise ist die Generalisierbarkeit der Ergebnisse dieser Studien jedoch aus methodischen Gründen gering.

4 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen für die Konzeption der LfM-Studie

4.1 Forschungskontext und Forschungsprobleme

In der Einführung (Kapitel 1) haben wir darauf hingewiesen, dass die spezifische Aufgabe der vorliegenden Studie zur Mediennutzung junger Migranten in Nordrhein-Westfalen darin besteht, an zwei Forschungstraditionen anzuschließen und diese miteinander zu verbinden:

– Der erste Forschungsstrang ist in den Kontext der sozialwissenschaftlichen Erforschung der Lebensverhältnisse und Verhaltensweisen ethnischer Minderheiten in modernen Industriegesellschaften eingebettet. Die Mediennutzung von Zuwanderern, ihren Familienangehörigen und Nachfahren wird als Teil dieser Lebensverhältnisse und Verhaltensweisen angesehen. Gefragt und untersucht wird, ob und wie die Mediennutzung in einem Zusammenhang mit dem Einleben in das neue soziale Umfeld oder aber mit entsprechenden Abgrenzungen steht.
– Der zweite Forschungsstrang ist der pädagogisch motivierten Jugendmedienforschung zuzuordnen. Vor dem Hintergrund einer zunehmenden Verbreitung der neuen digitalen Medien in allen Lebens- und Gesellschaftsbereichen wird „Medienkompetenz“ als eine zentrale Schlüsselqualifikation in der modernen Informations- und Wissensgesellschaft angesehen. Die Forschung in diesem Bereich zielt nicht nur darauf ab, den Status quo des Medienumgangs junger Menschen zu ermitteln, sondern auch die Voraussetzungen für die Entwicklung angemessener zielgruppenspezifischer Maßnahmen der Medienkompetenzförderung zu identifizieren.

Der Überblick über die theoretischen Ansätze und empirischen Befunde dieser Forschung in den letzten beiden Kapiteln kann in doppelter Perspektive gelesen werden. Auf den ersten Blick gibt es genügend Anknüpfungspunkte, auf die man sich bei der Konzeption einer Studie wie der hier vorgelegten beziehen kann. Auf den zweiten Blick ist die Forschungssituation jedoch eher unbefriedigend:

– Das gilt vor allem dann, wenn man darauf beharrt, dass es vor dem Hintergrund fehlenden Faktenwissens zunächst einmal darum gehen muss, empirisch belastbare Basisinformationen über grundlegende, medienbezogene Verhaltensweisen und Einstellungen im Milieu junger Migranten zu ermitteln. Diese sind nur auf der Basis methodisch aufwändiger, kostenintensiver und daher selten durchgeführter *Repräsentativerhebungen* zu haben.
– Zu demselben Urteil kommt man, wenn man als Maßstab für wissenschaftlichen Fortschritt die Prinzipien der *Kumulation, Replikation und Variation* benennt, d. h. die Anknüpfung an einschlägige Studien mit dem Ziel, bestimmte Teile davon zu übernehmen und andere zu ändern. Die Minimalvoraussetzung dafür ist eine hinreichende Methodendokumentation der einschlägigen Studien, die in diesem Forschungsfeld jedoch offensichtlich nicht selbstverständlich ist.
– Eng verknüpft damit sind Schwierigkeiten bei der Umsetzung eines *komparatistischen Forschungskonzepts.* Voraussetzung dafür sind vergleichbare Untersuchungskategorien (gleiche oder zumindest äquivalente Fragen und Antwortvorgaben) und klar gegeneinander abgrenzbare Untersuchungspopulationen. Bezogen auf den zweiten Punkt gibt es nicht nur immanente Stichprobenprobleme der auf Migranten bezogenen Forschung. Problematisch ist auch, dass viele der auf die Mehrheitsgesellschaft bezogenen Studien de facto Menschen mit Migrationshintergrund einschließen (nämlich dann, wenn sie deutsch sprechen), diese aber nicht gesondert ausweisen.
– Schließlich ist auf die fehlende Zeit- bzw. Entwicklungsperspektive der bisherigen Forschung hinzuweisen. Sowohl „Integration“ als auch „Medienkompetenz“ sind nichts Statisches, sondern etwas Prozesshaftes. Wenn man jedoch etwas über diese Prozesse bei Menschen mit Migrationshintergrund erfahren will, wird man an *kontinuierlicher Forschung* im Sinne von Zeitreihenstudien nicht vorbei kommen.

Im Folgenden werden wir auf die für die LfM-Studie relevanten Details dieser Forschungsproblematik eingehen.

4.2 Probleme der auf Mediennutzung und soziale Integration von Migranten bezogenen Forschung

Zum *Zusammenhang zwischen der Mediennutzung und der sozialen Integration von Menschen mit Migrationshintergrund* gibt es in Deutschland durchaus einige repräsentative Studien. Dennoch sind sie eher als Ausnahme und Einzelfälle zu bezeichnen. Dieses Manko ist sowohl im Hinblick auf die akademische als auch auf die angewandte Forschung augenfällig und schmerz-

haft. Bedauerlich ist diese Situation vor allem deshalb, weil sie nicht so sehr aus finanziellem Mangel, unzureichender theoretischer Fundierung oder fehlender wissenschaftlicher bzw. angewandter Forschungskompetenz resultiert, sondern eher die Folge einer mangelnden Koordination von Forschungsaktivitäten zu sein scheint.

Dieses Urteil mag deshalb irritieren, weil man bei einem ersten, oberflächlichen Blick in die einschlägige Literatur auf nicht wenige Publikationen, Forschungsberichte und Präsentationsbände stößt, in denen es um die *Mediennutzung von Ausländern bzw. Menschen mit Migrationshintergrund* geht. Zum Teil sind diese Studien repräsentativ und deshalb mit erheblichem finanziellen Aufwand entstanden, jedoch findet man darin neben zeitaufwändigen Mediennutzungsabfragen keine oder nur marginale Indikatoren zur Integration der Befragten. Das aktuell wichtigste Beispiel dafür ist die 2007 durchgeführte ARD/ZDF-Studie, bei der – neben einigen Fragen zum Sprachgebrauch – keine Fragen gestellt wurden, die eine differenzierte Betrachtung der ethnischen Identität und migrationsspezifischen sozialen Situation der Befragten möglich machen. Dies ist aus der Sicht der Verantwortlichen für diese Studie möglicherweise gar kein Defizit, für die kommunikationswissenschaftliche Forschung zur Rolle der Mediennutzung in sozialen Integrationsprozessen schon.

Ein Defizit ganz anderer Art betrifft viele *bevölkerungsrepräsentative Studien der angewandten bzw. kommerziellen Mediaforschung.* Zwar sind Menschen mit Migrationshintergrund in den Zufallsstichproben der Media-Analyse, GfK-Fernsehforschung und vergleichbaren Studien de facto vertreten – jedenfalls sofern sie über ausreichende Deutschkenntnisse verfügen, um auf Interviewfragen in deutscher Sprache antworten zu können. Denn die meisten Auswahlverfahren beziehen sich bei diesen Studien mittlerweile auf die „deutschsprachige Wohnbevölkerung in Privathaushalten“ als Grundgesamtheit. Für Sonderanalysen ist dieser Personenkreis jedoch nicht greifbar, weil die Erfassung eines potenziellen Migrationsstatus in den Untersuchungsinstrumenten dieser Studien nicht vorgesehen ist. Dass damit die „Ränder“ dieser Datensätze gegenüber den Daten spezifischer Migrantenstudien verschwimmen, und damit komparatistische Forschung zusätzlich erschwert wird, haben wir schon erwähnt.

Als Sonderfall ist in diesem Zusammenhang eine Studie der Sinus Sociovision GmbH zu „Stellenwert und Nutzung der Medien in Migrantenmilieus“ zu nennen (Klingler/Kutteroff 2009). Nach der Eigendarstellung des Instituts erlaubt diese Studie „zum ersten Mal Aussagen auf gesicherter repräsentativer Basis über den Migrationshintergrund der in Deutschland lebenden Zuwanderer“ (Sinus Sociovision 2008: 3). Wie diese Repräsentativität methodisch hergestellt wurde, wird jedoch nicht dokumentiert (auch nicht in dem Beitrag

von Wippermann/Flaig 2009). Man erfährt lediglich, dass sich drei Viertel der Befragten acht Herkunftsländern zuordnen lassen.[27]

Schon das allein ist ein Verstoß gegen die Mindestanforderungen an die Methodendokumentation empirischer Studien, die zu den selbstverständlichen Standards der Umfrageforschung zählen.[28] Außerdem wird am Beispiel dieser Studie ein grundsätzliches Problem der auf Migranten bezogenen Sozialforschung deutlich: die Notwendigkeit zur Differenzierung des Bevölkerungssegments der in Deutschland lebenden „Menschen mit Migrationshintergrund" nach Herkunftskontexten. Der Erkenntniswert von Studien ist zu bezweifeln, die in ihren Repräsentanzmodellen und Ergebnisdarstellungen diese Disparität nicht angemessen berücksichtigen. Mit anderen Worten: Durch die Auswahlverfahren dieser Studien muss sichergestellt werden, dass zumindest über zentrale Teilpopulationen repräsentative Aussagen gemacht werden können. Das ist zum Beispiel bei der ARD/ZDF-Studie in Bezug auf sechs Migrantengruppen[29] der Fall (ARD/ZDF 2007: 70). Wie unsinnig die Berichterstattung über die Durchschnittswerte solcher Studien ist, kann man daran verdeutlichen, dass z. B. 40 Prozent der Befragten der Sinus-Migranten-Studie zwei und knapp drei Viertel der Befragten acht Herkunftsmilieus zuzuordnen sind (Sinus Sociovision 2008: 3). Diese wenigen Teilpopulationen prägen natürlich die auf alle Befragten bezogenen Ergebnisse solcher Studien – die restlichen kommen darin so gut wie nicht vor.

Auf der anderen Seite dieses Forschungsfeldes, und das ist in diesem Fall die sozialwissenschaftlich-orientierte akademische Seite, ist der Vorwurf mangelnder Repräsentativität wörtlich gemeint. Hier fehlt es nicht mehr an theoretischen Ansätzen, die verschiedene Verhaltens- und Einstellungsdimensionen im Migrations- und Integrationskontext verbinden und gleichzeitig die Mediennutzung und den Medienumgang in den Blick nehmen. Der Blick in die Forschungsliteratur zeigt jedoch vor allem zwei Dinge. Erstens dominieren qualitative Studien, obwohl der Bedarf an explorativer Forschung nicht aus einer angemessenen Diskussion des Forschungsstandes hergeleitet wird. Zweitens sind nicht wenige Studien formal „quantitativ" konzipiert (Untersuchungsinstrument, Anzahl Befragte, Analysestrategie), von Zufallsstichproben oder der Anwendung anderer repräsentativer Auswahlverfahren kann jedoch keine Rede sein. Forschungsökonomie ist hier häufig die vorherrschende Rahmen-

27 Personen mit türkischem, ex-jugoslawischem, polnischem, italienischem, spanischem, portugiesischem und griechischem Migrationshintergrund sowie (Spät-)Aussiedler aus dem Bereich der ehemaligen Sowjetunion.

28 Vgl. dazu zum Beispiel den „Code of Professional Ethics & Practices" der American Association for Public Opinion Research (AAPOR), das DFG-Memorandum zu „Qualitätskriterien der Umfrageforschung" oder, speziell für die medienbezogene Umfrageforschung in Deutschland, das „ZAW-Rahmenschema für Werbeträgeranalysen" (AAPOR 2005, DFG 1999, ZAW 1994).

29 Es handelt sich dabei um Personen mit türkischem, ex-jugoslawischem, polnischem, italienischem und griechischem Migrationshintergrund sowie (Spät-)Aussiedler aus dem Bereich der ehemaligen Sowjetunion.

bedingung für die Operationalisierung der Fragestellung, weniger Validität und Angemessenheit. Viele dieser Studien zeigen innovative Analysen und interessante Ergebnisse, führen aber auf dem Weg zu gesicherten und verallgemeinerbaren Erkenntnissen zur Rolle von Massenmedien im Integrationsprozess nur bedingt weiter.

4.3 Probleme der auf Mediennutzung und Medienkompetenz von jungen Migranten bezogenen Forschung

An erster Stelle ist festzuhalten, dass es bisher in Deutschland keine exklusiv auf diese Fragestellung bezogene Forschung gibt, die den Ansprüchen der Repräsentativität genügt. Mit der LfM-Studie wird daher absolutes Neuland betreten.

Das bedeutet nicht, dass überhaupt keine repräsentativen Daten über die Mediennutzung junger Migranten in Deutschland verfügbar sind. Vielmehr können solche Daten als Teilinformationen aus Studien entnommen werden, die – wie die BPA-, die WDR- oder die ARD/ZDF-Studie – die Mediennutzung für das gesamte Altersspektrum einzelner Migrantengruppen beschreiben. Dabei sind jedoch zwei entscheidende Einschränkungen zu beachten. Entsprechend der Definition der jeweiligen Grundgesamtheiten sind die jüngsten Befragten in diesen Studien, wie in den meisten bevölkerungsrepräsentativen Umfragen üblich, 14 Jahre alt.

Zweitens gilt etwas Ähnliches wie im Forschungsfeld Mediennutzung *und* Integration. Die Variablenstruktur dieser Studien erlaubt keine Analysen, die an den aktuellen, praktischen und theoretischen Diskurs zum Thema Mediennutzung *und* Medienkompetenz junger Menschen anschlussfähig sind. Zum einen bezieht sich die Mediennutzungsabfrage vorwiegend auf die klassischen Massenmedien und kaum auf die neuen digitalen Funktions- bzw. Individualmedien. Zum anderen werden keine Aspekte der Medienkompetenz erfasst, die über pauschale Mediennutzungswerte hinausgehen.

Dieser Befund ist deshalb so fatal, weil die in unserer Gesellschaft verbreiteten Vorstellungen über „besondere Medienkompetenzprobleme“ junger Migranten durchaus von Studien unterstützt werden, die alles Mögliche leisten können, nur eines nicht: repräsentative Hinweise auf reale Verteilungen von Verhaltensweisen in diesem Bevölkerungssegment zu geben. Das gilt für beide Forschungstypen, zwischen denen in Kapitel 3 unterschieden wurde. Im ersten Fall, den wenigstens explizit auf Migranten bezogenen Medienkompetenzstudien, könnte man allein über die geringen Fallzahlen argumentieren (vgl. Übersicht 3.2). Aber das ist gerade *nicht* unser Argument: Es bezieht sich stets auf das Wechselspiel zwischen der Definition von Grundgesamtheiten und hierauf bezogenen, Repräsentativität sichernden Auswahlverfahren. Nimmt

man beides zusammen, verbietet sich jede Verallgemeinerung der durch diese Studien gewonnenen Basisbefunde in Bezug auf „die“ Medienkompetenz „der“ jungen Menschen mit Migrationshintergrund.

Diese Einschätzung gilt auch für die zweite Fallgruppe, d. h. für Medienkompetenzstudien mit quasi beiläufig hohen Migrantenanteilen (vgl. Übersicht 3.3). Trotz dieser hohen Fallzahlen sollte man mit den Ergebnissen dieser Studien ausgesprochen vorsichtig umgehen – d. h. die methodische „Datengenese“ muss im Auge behalten werden. Zunächst darf man sich grundsätzlich von den großen Fallzahlen sog. Schulstudien nicht blenden lassen: Stichprobentheoretisch und stichprobenpraktisch stehen viele Faktoren der Bildung repräsentativer Stichproben entgegen (problematisch ist vor allem die Zufallssteuerung bzw. umgekehrt: die Klumpenbildung bei der Auswahl der Schulen, Schulklassen und Schüler). Dazu kommt bei den in unserem Zusammenhang relevanten Studien, dass bei ihnen der Schwerpunkt auf „Problemschulen“ – nämlich Hauptschulen – und zum Teil dann auch noch auf Schulen in Problemregionen liegt. Prototypisch dafür ist die Studie von Wagner und anderen, für die 20 Haupt- und Gesamtschulen in sozialen Brennpunkten und strukturschwachen Gebieten von Großstädten ausgewählt wurden (Wagner 2008). Mit Sicherheit sagen die Ergebnisse dieser Studie viel über die Medienkompetenz junger Migranten *an Hauptschulen* in Problemregionen aus. Aber es wäre trotz der Bildungsprobleme von Migranten fatal, diese Teilergebnisse auf die Gesamtheit junger Migranten in Deutschland zu projizieren. Bezogen auf junge Deutsche ohne Migrationshintergrund käme niemand auf diese Idee.

Am Ende dieses Abschnitts bleibt noch die Frage nach dem „Nutzwert“ der repräsentativen Studien zur Medienkompetenz der in Deutschland lebenden Kinder und Jugendlichen für die spezifischen Problemstellungen der auf junge Migranten bezogenen Medienkompetenzforschung. Im Kern geht es dabei um das 1998/1999 begonnene Langzeitprojekt des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs), die jährlich durchgeführten KIM- und JIM-Studien, auf die in den vorstehenden Kapiteln mehrfach hingewiesen wurde (vgl. Übersicht 1.1).

Auf jeden Fall kann man sagen, dass im Rahmen dieser Forschung zentrale MedienkompetenzIndikatoren erhoben werden, die – vielleicht mit gewissen Einschränkungen, aber doch im Rahmen dessen, was mit quantitativen Befragungsverfahren machbar ist – z. B. mit den theoretischen Dimensionen des Medienkompetenzmodells von Theunert korrespondieren (vgl. Übersicht 3.1). Das ist die eine Seite: die der Untersuchungsvariablen. Auf der anderen Seite, der Ebene der Falldefinition, steht man vor dem Problem, das wir schon im letzten Abschnitt in Bezug auf die angewandte bzw. kommerzielle Reichweiteforschung beschrieben haben. Auch die KIM- und JIM-Studie definieren ihre Grundgesamtheiten über das Kriterium ausreichender Deutschkenntnisse der Zielpersonen für ein Interview. Damit sind junge Migranten mit Sicherheit

eine Teilmenge in der jeweiligen Stichprobenpopulation. Nach unserem Kenntnisstand sind sie jedoch nicht eindeutig als solche identifizierbar. D. h. sie können weder für Sonderanalysen eingegrenzt noch für komparatistische Zwecke, d. h. im Vergleich mit anderen Studien (bei dem die KIM- oder JIM-Daten für „junge Menschen ohne Migrationshintergrund“ stehen) ausgegrenzt werden.

Zusammenfassend kann man festhalten, dass eine bessere Koordination zwischen den verschiedenen Initiatoren und Realisatoren dieser Forschung im Bereich der Medien, der Medienpolitik und der Wissenschaft mehr als wünschenswert wäre. So ließen sich z. B. die Potenziale der kontinuierlichen bevölkerungsrepräsentativen Forschung im Bereich der Medien und Medienpädagogik (d. h. von Studien, die sich *in erster Linie* gar nicht speziell auf Menschen mit Migrationshintergrund beziehen) mit relativ geringem Aufwand für Analysen nutzbar machen, die dann speziell auf die Mediennutzung in diesem Bevölkerungssegment bezogen sind. Das wäre besonders im Hinblick auf die Ermittlung repräsentativer Basisdaten eine substantielle Ergänzung der akademischen Forschung. Diese wird zwar in der Regel von Fragestellungen geleitet, die über die pure Deskription hinausgehen. Ihre empirischen Befunde sind jedoch selten generalisierbar, weil die dazu erforderliche Datenbasis methodisch nicht gegeben ist.

4.4 Konzeptionelle Schlussfolgerungen für die LfM-Studie

An erster Stelle der Untersuchungskonzeption, die wir für die LfM entwickelten, steht in Bezug auf beide Forschungsfelder – (Massen-)Mediennutzung und Integration, (Individual-)Mediennutzung und Medienkompetenz – das Prinzip der *Repräsentativität* und davon ausgehend das Prinzip der *Anschlussfähigkeit* (vgl. Kapitel 1). Insbesondere für die Konzeption der quantitativen Telefonumfragen sind das die zentralen Kriterien (vgl. Kapitel 5, 7 und 8). Als dritter Gesichtspunkt kommt dann noch speziell in Bezug auf die Medienkompetenzproblematik das Kriterium des *Praxisbezugs* der LfM-Studie hinzu – als Leitlinie für die Durchführung von Gruppendiskussionen (vgl. Kapitel 6) und einem Experten-Workshop (vgl. Kapitel 9).

Repräsentativität

Durch die Ausschreibung der LfM waren die Grundgesamtheiten für Repräsentativerhebungen bis auf einen Punkt vorgegeben: Festgelegt waren der regionale Rahmen (Nordrhein-Westfalen) und das Alter der Zielgruppe (12 bis 29 Jahre). Sieht man von Personen türkischer Herkunft ab, war die weitere Eingrenzung des Migrationshintergrundes etwas unscharf. Konkret wählten

wir dann den Migrationshintergrund der sog. „Russlanddeutschen“ aus den Gebieten der ehemaligen Sowjetunion als zweiten, klar umrissenen Untersuchungskontext. Damit sind *Personen türkischer Herkunft* sowie – wie wir sie hier nennen – *russische Aussiedler* die beiden Migrantengruppen, zu denen in der LfM-Studie repräsentative Daten erhoben werden.

Der Hauptgrund für diese Entscheidung ist die Zielsetzung, durch zwei statistisch voneinander unabhängige Teilerhebungen für jede dieser beiden Grundgesamtheiten repräsentative Informationen zur Mediennutzung, sozialen Integration und Medienkompetenz zu erhalten, die dann in einem komparativen Analysedesign sowohl miteinander als auch mit Ergebnissen anderer Studien (über gleiche oder andere Populationen – z. B. gleichaltrige Personen ohne Migrationshintergrund) verwendet werden können.

Anschlussfähigkeit

Dieses Prinzip bezieht sich vor allem auf die Operationalisierung der theoretischen Konzepte zu Zusammenhängen zwischen Mediennutzung und sozialer Integration bzw. Mediennutzung und Medienkompetenz im Rahmen der einschlägigen Repräsentativerhebungen in diesem Forschungsfeld. Denn nur, wenn die entsprechenden Formulierungen aus den Untersuchungsinstrumenten früherer Studien übernommen werden, ist *kumulative, replikative und komparatistische Forschung* möglich: Eine Forschung, die sich systematisch auf den bisherigen Wissensstand bezieht und die Ergebnisse der LfM-Studie mit bisher vorliegenden Untersuchungsbefunden vergleicht.

In der Grundlogik der Erfassung der Nutzung der Massenmedien sowie bei der Erhebung von Indikatoren für soziale Integration folgt die LfM-Studie drei früheren Migrantenstudien (G. I. F.-Studie 1999, BPA-Studie 2000 und insbesondere der WDR-Studie 2006). Die sehr viel komplexere Methode der Tagesablauferhebung, die in der ARD/ZDF-Studie 2007 zur Anwendung kam, war im Budgetrahmen der LfM-Studie nicht zu realisieren.

Insbesondere bei der Erfassung der Nutzung der neuen Individualmedien (Internet etc.) und bei der Abfrage unterschiedlicher Dimensionen von Medienkompetenz folgen wir weitgehend den Vorgaben der JIM-Studie. Ganz einfach war das nicht, weil dazu keine öffentlich zugängliche Methodendokumentation existiert, die den professionellen Standards der Sozialforschung genügt (vgl. dazu den Hinweis auf die einschlägigen AAPOR-, DFG- und ZAW-Regeln in Abschnitt 4.2). Auch auf direkte Nachfrage wurde uns das Untersuchungsinstrument von den Verantwortlichen für diese Studie nicht in vollem Umfang zugänglich gemacht. Stattdessen wurden einzelne Fragen und Antwortvorgaben, die wir zum Teil aus der Berichterstattung über die Ergebnisse der JIM-Studie, zum Teil durch Nachfragen ermittelten, zur Verwendung im Rahmen der LfM-Studie freigegeben. Hierfür bedanken wir uns.

Praxisbezug

Da die Ausschreibung der LfM-Studie mit dem Auftrag verbunden war, den Bedarf für zielgruppenspezifische Maßnahmen zur *Medienkompetenzförderung* in Migrantenmilieus zu reflektieren und dazu ggf. praktische Empfehlungen zu formulieren, wurde die quantitative Repräsentativerhebung in diesem Feld durch qualitative *Gruppendiskussionen* ergänzt. Hierzu wurde das Altersspektrum der Zielpersonen für diese Diskussionen auf die 12- bis 19-Jährigen verengt (d. h. auf die Grundgesamtheit, auf die sich auch die JIM-Studie bezieht, und die noch am ehesten durch medienpädagogische Angebote erreichbar sein dürfte). Die Diskussionen wurden in zwei Alterssegmenten, den 12- bis 15-Jährigen und den 16- bis 19-Jährigen, durchgeführt. Im jüngeren Alterssegment wurde Kinder- und Elternbefragung (in jeweils getrennten Gruppen) kombiniert.

Der Leitfaden für die Gruppendiskussionen ist einerseits an der theoretischen Systematisierung der Medienkompetenzproblematik durch Theunert orientiert (vgl. Übersicht 3.1). Andererseits sollten die Gespräche an die Fragenkomplexe der JIM-Studie anschließen und diese vertiefen.

Die Ergebnisse aller Teilstudien der LfM-Studie wurden in einem abschließenden Experten-Workshop zusammengeführt und aus medienpädagogischer Perspektive erörtert. Dabei stand die Frage im Vordergrund, welche praktischen Schlussfolgerungen aus ihnen gezogen werden können.

5 Methode und Ergebnisse der Telefonumfragen

5.1 Methode

Zwischen dem 13. Oktober und dem 9. November 2008 wurden die Telefoninterviews zur Mediennutzung Jugendlicher und junger Erwachsener in Nordrhein-Westfalen durchgeführt. Die Feldarbeit erfolgte mit einem standardisierten Fragebogen in Form telefonischer computergestützter Interviews (CATI) durch ENIGMA GfK.[30] Das Institut war an der Entwicklung des Fragebogens beteiligt und für die telefongerechte Aufbereitung zuständig.

Grundgesamtheiten und Stichproben

Insgesamt wurden zwei voneinander unabhängige repräsentative Stichproben aus den beiden Grundgesamtheiten:

– „Personen türkischer Herkunft im Alter zwischen 12 und 29 Jahren in privaten Haushalten mit Telefoneintrag in Nordrhein-Westfalen“ und
– „Russische Aussiedler zwischen 12 und 29 Jahren in privaten Haushalten mit Telefoneintrag in Nordrhein-Westfalen“

nach dem Onomastik-Verfahren (Humpert/Schneiderheinze 2000) gezogen. Die Treffergenauigkeit betrug für die „türkischstämmige Stichprobe“ 91 Prozent, d. h. in 9 Prozent der angerufenen Haushalte lebte keine Person mit türkischem Migrationshintergrund. Für die Spätaussiedlerstichprobe waren es 88 Prozent. Die Stichprobenziehung erfolgte zweistufig: Die Stichproben wurden regional nach Gemeindekennziffern geschichtet, die Personenauswahl im Haushalt war zufallsgesteuert (Last-Birthday-Methode).

Die Bruttostichprobe betrug für Personen mit türkischem Migrationshintergrund n = 2.136 Personen, die um qualitätsneutrale Ausfälle bereinigte Netto-

30 Vgl. zum Folgenden den Methodenbericht der ENIGMA GfK Medien- und Marketingforschung (ENIGMA GfK 2008), der als PDF-Dokument unter http://www.lfm-nrw.de/forschung/schriftreihe auf der Homepage der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) abrufbar ist.

stichprobe n = 1.508 Personen. Interviews konnten mit n = 1.078 Personen begonnen werden (Ausschöpfungsquote 71 Prozent) und **n = 302** Personen erfüllten schließlich das vorgegebene Alterskriterium von 12 bis 29 Jahren. Für die Spätaussiedler umfasste die Bruttostichprobe 2.225 Personen, die Nettostichprobe 1.664, von denen 1.159 für ein Interview erreichbar waren (Ausschöpfungsquote 70 Prozent). **n = 303** Personen erfüllten das Alterskriterium. Die Stichprobendaten wurden nachträglich hinsichtlich Alter und Geschlecht auf der Basis der Mikrozensusdaten von 2007 gewichtet.

Damit liegt die durchschnittliche Schwankungsbreite (die Fehlerspanne der statistischen Induktion von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit) zwischen 2,5 und 5,8 Prozentpunkten, je nach geschätztem Anteilswert (5/95 bzw. 50/50 Prozent) und ist damit zwar gerade noch vertretbar, erlaubt es aber nur bei sehr großen Gruppenunterschieden von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit zu schließen – im Durchschnitt müssen diese Unterschiede > 5 Prozentpunkte sein.

Fragebogen und Interviews

Die Interviews dauerten im Durchschnitt knapp 40 Minuten. Sie wurden in einem Zeitraum von 4 Wochen durchgeführt. Die Untersuchungsinstrumente lagen in beiden Sprachen vor. Alle (ausschließlich weiblichen) Interviewerinnen waren zweisprachig, d. h. sie konnten das Interview nicht nur in Deutsch, sondern auch vollständig in Türkisch bzw. Russisch durchführen. Bei den Befragten mit türkischem Migrationshintergrund wurden 19 Prozent der Interviews in türkischer Sprache durchgeführt. Bei den russischen Aussiedlern waren es 14 Prozent aller Interviews, die in russischer Sprache geführt wurden.

Das Untersuchungsinstrument bestand aus einem Screening-Fragebogen zum Migrationshintergrund, der Haushaltssituation und zur Zielpersonenauswahl (insgesamt 8 Fragen) und dem eigentlichen Fragebogen mit insgesamt 53 Fragen und 15 Fragen zur Soziodemografie. Die Fragenkomplexe entsprachen den Untersuchungsfeldern der Studie und waren in die Bereiche Freizeitaktivitäten, Ausstattung mit und Nutzung von Massenmedien, Internet, Computern, Handys und Spielen sowie Fragen zu Integration und ethnischer Identität gegliedert. Den Schluss des Interviews bildeten die Fragen zur Soziodemografie und die Interviewereinschätzung der Sprachkompetenz der Befragten.

Darstellung der Ergebnisse

Wir werden im nächsten Abschnitt einige methodisch relevante Daten, die der Beschreibung der Stichprobe dienen, noch einmal aufgreifen. Vorher jedoch noch ein paar Bemerkungen zur Ergebnisdarstellung. Wann immer möglich, werden wir die beiden Stichproben parallel betrachten. Dies geschieht nicht, um die zwei zum Teil sehr unterschiedlichen Teilpopulationen ständig miteinander zu vergleichen oder – was genauso unangebracht wäre – „in einen Topf zu werfen". Es wäre vielmehr ausgesprochen redundant und einer lesbaren Darstellung abträglich, die Stichproben sukzessive abzuarbeiten. Außerdem lassen sich durch die parallele Betrachtungsweise vielleicht tatsächlich einige Besonderheiten der zwei ethnischen Gruppen herausarbeiten.

Beide Stichproben werden noch einmal in zwei Altersgruppen (12 bis 19 Jahre bzw. 20 bis 29 Jahre) unterteilt. In der Regel werden Prozentwerte berichtet, die sich auf die jeweiligen Tabellen(zellen) beziehen. Bei der Darstellung der Mediennutzung werden wir zumeist – soweit sinnvoll – das inzwischen bewährte Standardmaß des „Stammnutzers" anwenden: Ein Stammnutzer ist eine Person, die das entsprechende Medium/Medienangebot an mindestens 4 von 7 Tagen einer „normalen" oder „durchschnittlichen" Woche nutzt – das Gleiche gilt für die Darstellung der Freizeitaktivitäten der Befragten.

5.2 Die Stichproben

Alter, Geschlecht und Bildung

Da beide Stichproben nach den Verteilungen von Alter und Geschlecht der Mikrozensusdaten gewichtet wurden, spiegeln sie in dieser Hinsicht die Verteilung der Grundgesamtheit exakt wider (Tabelle 5.1 und Tabelle 5.2).[31]

Tabelle 5.1: Alter der Befragten (in Prozent, gew.)*

Alter	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
12–13 Jahre	20	–	11	16	–	7
14–19 Jahre	80	–	41	84	–	36
20–29 Jahre	–	100	48	–	100	57
Gesamt	100	100	100	100	100	100

* Von 100 Prozent abweichende Werte sind Rundungsfehler.

31 Zur Kritik der Erfassung der Aussiedler im Rahmen des Mikrozensus vgl. allerdings Seifert (2008).

Bei den Befragten mit türkischem Migrationshintergrund sind 48 Prozent der Befragten der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen zuzuordnen. 41 Prozent sind zwischen 14 und 19 Jahre alt, 11 Prozent sind 12 oder 13 Jahre alt. Auch bei den Spätaussiedlern ist die Gruppe der 20- bis 29-Jährigen mit 57 Prozent zahlenmäßig am stärksten, die 12- bis 19-Jährigen haben einen Stichprobenanteil von insgesamt 43 Prozent, darunter die 12- oder 13-Jährigen mit 7 Prozent.

Tabelle 5.2: Geschlecht der Befragten (in Prozent, gew.)

Geschlecht	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. $n_w = 156$	20–29 J. $n_w = 146$	Gesamt $n_w = 302$	12–19 J. $n_w = 132$	20–29 J. $n_w = 171$	Gesamt $n_w = 303$
Männlich	54	50	52	54	47	50
Weiblich	46	50	48	46	53	50
Gesamt	100	100	100	100	100	100

In der Stichprobe der türkischstämmigen Befragten gibt es vor allem unter den jüngeren Befragten bis 19 Jahre etwas mehr Männer bzw. Jungen als Frauen bzw. Mädchen (54 : 46 Prozent). In der Gesamtstichprobe fällt das Verhältnis deshalb mit 52 : 48 Prozent leicht zu Gunsten des männlichen Geschlechts aus. Unter den Aussiedlern ist das Verhältnis in der Gesamtstichprobe genau ausgeglichen, die zwei Altersgruppen verhalten sich spiegelbildlich – leichter Männerüberhang bei den bis 19-Jährigen (54 Prozent) und mehr Frauen bei den 20- bis 29-Jährigen (53 Prozent).

Die Heterogenität der Stichproben zeigt sich besonders bei der formalen Bildung der Befragten (Tabelle 5.3). In beiden Stichproben besuchen die Befragten, die jünger als 19 Jahre sind, mehrheitlich noch die Schule (88 bzw. 84 Prozent), während bei den 20- bis 29-Jährigen die Schulzeit in der Regel beendet ist (94 bzw. 93 Prozent). Das führt im Stichprobenmittel bei den türkischstämmigen Befragten zu einer Schülerquote von 49 Prozent und bei den Aussiedlern zu einem Anteilswert von 41 Prozent.

Tabelle 5.3: Schulbildung der Befragten (in Prozent, gew.)

Formale Bildung	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. $n_w = 156$	20–29 J. $n_w = 146$	Gesamt $n_w = 302$	12–19 J. $n_w = 132$	20–29 J. $n_w = 171$	Gesamt $n_w = 303$
Schüler (aktuelle Schule)	88	6	49	84	8	41
Hauptschule	*26*	*1*	*14*	*21*	*1*	*10*
Realschule/weiterf.	*27*	*2*	*15*	*28*	*1*	*13*
Gymnasium	*20*	*1*	*11*	*22*	*3*	*11*
Sonstiges	*15*	*2*	*9*	*13*	*3*	*7*
Ausbildung/Beruf etc.	12	94	51	16	93	59
Kein Abschluss	*1*	*6*	*4*	*1*	*3*	*2*
Hauptschule	*2*	*25*	*13*	*5*	*25*	*16*
Realschule/weiterf.	*3*	*17*	*10*	*10*	*33*	*23*
(Fach-)Abitur	*6*	*46*	*25*	*1*	*32*	*18*
Gesamt	100	100	100	100	100	100

Bei den Daten zur Schulbildung ist zu beachten, dass es sich nur bei den Nicht-Schülern um Angaben zum Schulabschluss handelt. Bei den Schülern sind es dagegen Angaben zu der Schulart oder Schulstufe, die zum Zeitpunkt der Befragung besucht wird.

In beiden Teilstichproben besuchen die *12 bis 19-jährigen Schüler* in etwa zu gleichen Teilen (jeweils zwischen 20 und 28 Prozent) die Hauptschule, die Realschule bzw. weiterführende Schularten sowie das Gymnasium. Die mit 13–15 Prozent relativ große Gruppe „Sonstiges“ lässt sich aus den Befragungsunterlagen nicht weiter konkretisieren. Bei den *20 bis 29-jährigen Nicht-Schülern* zeigen sich dann allerdings Unterschiede in den Schulabschlüssen der beiden Migrantengruppen. Zwar ist der Anteil der Hauptschulabschlüsse mit jeweils 25 Prozent gleich. Von den türkischstämmigen Befragten hat aber ein relativ großer Anteil (46 Prozent) mindestens Fachabitur, bei den russischen Aussiedlern sind es mit 32 Prozent deutlich weniger.

In Kapitel 2 wurde darauf verwiesen, dass man die Lebenswelt von Migranten auf der Basis weiterer Milieufaktoren differenziert betrachten kann (und sollte). Ein denkbarer Zugang hierzu sind die hier vorgestellten Daten zu Alter, Geschlecht und Bildung. Die Vermutung ist naheliegend, dass die Mediennutzung der beiden jungen Migrantengruppen, die im Mittelpunkt der LfM-Studie stehen, von diesen Faktoren maßgeblich beeinflusst wird. In der nachfolgenden Präsentation und Diskussion der Untersuchungsergebnisse wird „standardmäßig“ auf den Faktor Bezug genommen, der die stärkste Heterogenität innerhalb der beiden Populationen erzeugt: das Alter (das wiederum eng verknüpft ist mit dem Status als Schüler bzw. Nicht-Schüler, der privaten und wirtschaftlichen Selbstständigkeit bzw. Abhängigkeit usw.). Soweit sachlich geboten und im Rahmen der vorliegenden Publikation möglich, werden die anderen beiden Faktoren – Geschlecht und Bildungsstatus – ebenfalls thematisiert. Bevor man jedoch bestimmte Befunde zur Mediennutzung und

Medienkompetenz vorschnell durch den einen oder anderen Milieu-Indikator erklärt, sollte man prüfen, ob und wie diese Faktoren untereinander verknüpft sind. Im vorliegenden Fall haben entsprechende Tests Folgendes ergeben:

– In beiden Teilstichproben gibt es keinen signifikanten Zusammenhang zwischen der Altersstruktur und dem Geschlecht der Befragten.
– In beiden Teilstichproben gibt es denselben signifikanten Zusammenhang zwischen der Altersstruktur und der Schulbildung (besuchte Schule/Schulabschluss) der Befragten. Der Anteil der Hauptschüler ist bei den 12 bis 19-Jährigen und den 20 bis 29-Jährigen gleich. Jedoch sind in der Gruppe der 12 bis 19-Jährigen die Realschüler und in der Gruppe der 20 bis 29-Jährigen die Gymnasiasten stärker vertreten.
– In beiden Teilstichproben gibt es auch einen signifikanten Zusammenhang zwischen Geschlecht und Bildung – er weist jedoch inhaltlich in eine jeweils unterschiedliche Richtung: In der türkischstämmigen Stichprobe sind die Mädchen häufiger als die Jungen in der Gruppe der Realschüler vertreten, die Jungen dagegen häufiger in der Gruppe der Gymnasiasten. In der Stichprobe der jungen russischen Aussiedler ist es in der Tendenz umgekehrt. Die Mädchen sind häufiger in der Gruppe der Gymnasiasten vertreten, die Jungen häufiger bei den Hauptschülern.

Natürlich ist das letztgenannte Ergebnis ein Hinweis darauf, dass die Rolle von Jungen und Mädchen in den beiden untersuchten Migrantenpopulationen jeweils kulturspezifisch geprägt ist (und dass „Geschlecht“ im Bezug auf die Fragestellung der LfM-Studie nicht als generalisierter Milieu-Indikator genutzt werden darf). Im vorliegenden Zusammenhang ist ein zweiter Punkt jedoch wichtiger: Wenn die nachfolgenden Ergebnisse nach Alter, Geschlecht und Schulbildung spezifiziert werden, spiegeln sich darin stets „Drittvariablen-Spuren“, d. h. die hier dargestellten Wechselbeziehungen zwischen Alter, Schulbildung und Geschlecht. Nur in den in Kapitel 7 dargestellten multivariaten Kausalanalysen werden diese Interaktionen neutralisiert.

Haushaltsgröße und Haushaltszusammensetzung

Medienumgebungen, d. h. die Ausstattung mit entsprechender Hardware, der tägliche Umgang mit Medien und ihre Nutzung sind in vielfacher Hinsicht an den familiären Haushalt gebunden. Dies gilt auch für mobile Kommunikationsmittel, denn Abonnements, Abrechnungen und Anschaffungen betreffen – besonders in den Altersgruppen dieser Umfrage – fast immer das familiäre Gesamtbudget. Daher ist es für die Perspektive dieser Untersuchung wichtig, die Haushaltssituation der Befragten zu kennen und das familiäre Umfeld im Alltag als Teil der Soziodemografie zu beschreiben.

Tabelle 5.4 zeigt zunächst, wie viele Personen in den Haushalten der Befragten leben. Es ist erwartbar, dass die wenigsten der 12- bis 19-Jährigen allein leben – Einpersonenhaushalte kommen in dieser Altersgruppe so gut wie nicht vor. Auch bei den 20- bis 29-Jährigen ist die Lebensform des Alleinlebens in beiden Teilstichproben noch nicht sehr verbreitet (10 bzw. 7 Prozent). In beiden ethnischen Gruppen lebt ein vergleichbar großer Anteil der Befragten im Durchschnitt der Gesamtstichproben in Vierpersonenhaushalten (37 bzw. 38 Prozent). Befragte mit türkischem Migrationshintergrund leben vergleichsweise häufiger in größeren Haushaltszusammenhängen. Der Anteil der Fünfundmehrpersonenhaushalte ist mit 38 Prozent vergleichsweise hoch – noch höher ist er sogar bei den 12- bis 19-Jährigen. Hier lebt mehr als jeder zweite Befragte in einem Haushalt, der fünf und mehr Personen umfasst.

Tabelle 5.4: Haushaltsgröße (in Prozent, gew.)

Personen	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Eine Person	–	10	5	1	7	4
Zwei Personen	1	6	3	4	18	12
Drei Personen	12	25	18	20	32	27
Vier Personen	36	38	37	50	29	38
Fünf und mehr Personen	53	22	38	26	24	19
Gesamt	100	100	100	100	100	100

Die Haushaltsgrößen der russischen Aussiedler sind im Durchschnitt kleiner. Dreipersonenhaushalte sind mit 27 Prozent häufiger vertreten als Haushalte mit fünf und mehr Personen (19 Prozent). Es ist unmittelbar einsichtig, dass eine starke familiäre Bindung der Befragten – zum Teil aufgrund ihres Alters, zum Teil als Charakteristik der ethnischen Gruppe – Auswirkungen auf den individuellen Medienumgang der Befragten hat, insbesondere was Medien betrifft, die je Haushalt nur einmal vorhanden sind. Wir werden darauf im nächsten Kapitel zurückkommen.

Noch deutlicher als die Zahl der Haushaltsmitglieder zeigt die Verteilung der im Haushalt lebenden Angehörigen die Familienbindung der befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen (Tabelle 5.5). In beiden Teilstichproben lebt bei mehr als 70 Prozent der Befragten mindestens ein Elternteil mit im Haushalt. Die junge Altersgruppe der 12- bis 19-Jährigen lebt fast ohne Ausnahme in beiden Migrationsgruppen noch bei den Eltern (98 bzw. 99 Prozent). Auf der anderen Seite sind in der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen in beiden Populationen schon eigene Kinder mit im Haushalt (36 bzw. 31 Prozent) – eine Tatsache, die das Lebens- und Medienumfeld ebenfalls maßgeblich beeinflusst.

Tabelle 5.5: Haushaltsmitglieder (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Familienangehörige	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Lebens-/Ehepartner	–	38	18	–	41	23
Kinder	4	36	19	1	31	18
Mutter	98	52	76	99	71	71
Vater	97	50	74	92	66	66
Geschwister	83	34	60	78	47	47
Großmutter	4	1	3	5	5	5
Großvater	4	2	3	1	2	2

Zusammenfassung

Zusammenfassend kann man für die erweiterte Soziodemografie und den Migrationshintergrund der Befragten festhalten, dass die Altersspanne zwischen 12 und 29 doch eine jeweils sehr heterogene Teilstichprobe erzeugt, die man so nicht vor Augen hat, wenn von „Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit Migrationshintergrund“ die Rede ist. Schon an dieser Stelle der Analysen zeigt sich, dass die Unterschiede zwischen den zwei tabellierten Altersgruppen einer Teilstichprobe zum Teil erheblich größer sind als mögliche Unterschiede zwischen den Teilstichproben selbst (auch wenn diese Perspektive nicht im Zentrum der Analyse steht). Schon im nächsten Abschnitt, der Beschreibung der Medienausstattung der Befragten, wird man diese manifesten Unterschiede in den Lebenswelten der zwei Altersgruppen berücksichtigen müssen.

5.3 Ethnische Identität und soziale Integration

Wie ist das Verhältnis zwischen Herkunfts- und Ankunftskontext, zwischen Migrationshintergrund und Mehrheitsgesellschaft bei den Befragten? Bevor wir uns der Ausstattung mit und der Nutzung von Medien zuwenden, sollen an dieser Stelle einige zentrale Indikatoren zur ethnischen Identität bzw. zu den in Kapitel 2 genannten Akkulturationsstrategien betrachtet werden. Dabei geht es im Grundsatz um die Frage, wie stark bzw. positiv sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen der deutschen Mehrheitsgesellschaft zuwenden und wie stark bzw. positiv sie sich parallel dazu noch mit ihrer Herkunft, bzw. der Herkunft ihrer Eltern identifizieren.

Migrationserfahrung, Aufenthaltsdauer und Staatsbürgerschaft

Eigene Migrationserfahrung haben in der Stichprobe der Türkischstämmigen nur die wenigsten (Tabelle 5.6). Lediglich ein Fünftel (19 Prozent) ist selbst nach Deutschland zugewandert. Bei einem überwältigenden Teil der Befragten dieser Teilstichprobe bezieht sich der Migrationshintergrund auf die vorhergehende Generation, meistens beide Elternteile (66 Prozent), manchmal auch nur Vater oder Mutter (zusammen 11 Prozent).

Tabelle 5.6: Zuwanderungsstatus (in Prozent, gew.)

Zuwanderung	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Befragte(r) zugewandert	6	32	19	79	96	88
Beide Eltern zugew.	*69*	*63*	*66*	*1*	*1*	*1*
Vater zugewandert	*10*	*1*	*6*	*2*	*–*	*1*
Mutter zugewandert	*8*	*1*	*5*	*19*	*4*	*10*
Nichts davon	6	3	5	–	–	–
Gesamt	100	100	100	100	100	100

Ganz anders die Gruppe der russischen Aussiedler: Hier haben 88 Prozent der Stichprobe selbst erfahren, was es bedeutet, den gesellschaftlichen Kontext zu wechseln, in der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen sind es sogar 96 Prozent. Für die hier Geborenen gilt, dass dann fast immer die Mutter zugewandert ist (10 Prozent), sehr selten beide Elternteile oder nur der Vater.

Tabelle 5.7: Aufenthaltsdauer (in Prozent, gew.)

Aufenthaltsdauer	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
In Deutschland geb.	94	69	82	21	4	11
1 bis 5 Jahre	1	4	3	7	6	6
6 bis 10 Jahre	3	9	6	30	30	30
11 bis 15 Jahre	3	8	5	34	36	35
Mehr als 16 Jahre	–	10	5	8	25	17
Gesamt	100	100	100	100	100	100

Die Daten zur Zuwanderung lassen schon vermuten, was Tabelle 5.7 bestätigt. Die meisten der türkischstämmigen Befragten sind in Deutschland geboren (82 Prozent), am größten ist der Anteil bei den Jüngsten zwischen 12 und 19 Jahre (94 Prozent). Unter den 20- bis 29-Jährigen gibt es zusätzlich 10 Prozent, die mehr als 16 Jahre ihres Lebens in Deutschland zugebracht haben.

In der Stichprobe der Aussiedler dominieren dagegen die Zuwanderer. Insgesamt sind nur 11 Prozent der Befragten in Deutschland geboren. Gut die Hälfte lebt jedoch schon seit mehr als 10 Jahren in Deutschland. Der größte Teil der Befragten ist mit den Eltern eingewandert, d. h. die große Einwanderungswelle der Aussiedler Ende der 1990er Jahre wird in der Tabelle gut sichtbar.

Tabelle 5.8: Staatsbürgerschaft (in Prozent, gew.)

Staatsbürgerschaft	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Deutsch	33	40	37	92	92	92
Türkisch	64	60	62	–	–	–
Deutsche Staatsbürgerschaft gewünscht:						
Ja, sicher	*21*	*20*	*20*			
Ja, vielleicht	*19*	*12*	*16*			
Nein	*24*	*27*	*26*			
Russisch	–	–	–	5	1	2
Doppelstaatsbürger (D+)	3	–	2	3	8	6
Gesamt	100	100	100	100	100	100

Der unterschiedliche Zuwanderungshintergrund zeigt sich auch in der Staatsbürgerschaft der beiden Teilpopulationen (Tabelle 5.8). Die meisten jungen Aussiedler sind qua Status Deutsche (92 Prozent) und haben nur in einigen Ausnahmefällen (auch) die russische Staatsbürgerschaft (6 Prozent).

Für die türkischstämmige Population sind die Daten in dieser Hinsicht interessanter, denn sie zeigen unter anderem, welche Bedeutung die Verwendung einer weiter gefassten Definition von „Migrationshintergrund“ hat. So sind in der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen 40 Prozent deutsche Staatsbürger mit türkischem Migrationshintergrund. Wenn man allerdings bedenkt, dass 69 Prozent in dieser Gruppe in Deutschland geboren sind, erscheint das Verhältnis von 40 : 60 für die deutsche bzw. türkische Staatsbürgerschaft in dieser (volljährigen!) Altersgruppe kein besonders hoher Wert. (Die Gruppe der 12- bis 19-Jährigen sollte man an dieser Stelle außer Betracht lassen, da hier noch nicht alle Freiheitsgrade für eine solche Entscheidung gegeben sind.)

Etwas besser verständlich werden diese Zahlen, wenn man die Antworten auf die Frage nach dem Wunsch, die deutsche Staatsbürgerschaft eines Tages anzunehmen, hinzuzieht. Tatsächlich streben die meisten der jungen Türkinnen und Türken in dieser Stichprobe die deutsche Staatsbürgerschaft an. Jeder Fünfte will „sicher“ Deutscher werden (20 Prozent) und etwas weniger antworten auf diese Frage mit „Ja, vielleicht“ (16 Prozent). Das bedeutet allerdings von der anderen Seite aus betrachtet, dass etwa ein Viertel der Befragten die deutsche Staatsbürgerschaft ablehnt und explizit Türkin bzw. Türke bleiben

will – mit Blick auf die Altersstruktur der Stichprobe ist das kein geringer Anteil.

Sprache

Ein Merkmal, das zwischen Soziodemografie und ethnischer Identität angesiedelt ist und als Indikator für ganz unterschiedliche Sachverhalte in verschiedenen Lebensbereichen dienen kann, ist die Sprache. In den später folgenden Abschnitten zur Identität und Integration der Befragten werden wir uns näher mit der Sprache im Alltag und Sprachkompetenzen befassen. Zur Charakterisierung der Stichprobe soll jedoch an dieser Stelle schon ein erster Blick auf die Sprachpraxis in den Familien geworfen werden. Tabelle 5.9 zeigt die Verteilung der Sprachen, die in diesem familiären Kontext vorherrschend sind.

Tabelle 5.9: Sprachgebrauch in der Familie (in Prozent, gew.)

Sprache	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Nur Herkunftssprache*	22	36	29	21	31	27
Meistens Herkunftssprache	19	21	20	13	20	17
Beides gleich häufig	51	36	44	32	29	31
Meistens Deutsch	6	4	5	16	7	11
Nur Deutsch	2	3	2	18	12	15
Gesamt	100	100	100	100	100	100

* Mit *Herkunftssprache* ist hier die Sprache des Migrationshintergrundes gemeint, also in der Regel Türkisch in der ersten und Russisch in der zweiten Teilstichprobe.

Deutsch ist als familiäre Alltagssprache weder bei den türkischstämmigen Befragten noch bei den Aussiedlern vorherrschend. Aber es wird in beiden Populationen – jedenfalls laut Selbsteinschätzung – zu großen Teilen mit der Herkunftssprache gemischt. Dabei werden in den Familien mit türkischem Migrationshintergrund beide Sprachen sehr häufig parallel genutzt (44 Prozent), *ohne* Türkisch findet jedoch kaum familiäre Kommunikation statt (7 Prozent).

In den russischen Spätaussiedlerfamilien ist die Präsenz des Deutschen stärker. Zusammengenommen wird bei einem Viertel der Befragten zu Hause meistens oder nur Deutsch gesprochen. Aber auch der Anteil der Familien, in denen nur oder meistens Russisch gesprochen wird, ist mit zusammen 44 Prozent verhältnismäßig hoch. Dazu kommen noch 31 Prozent, die angeben, beide Sprachen etwa gleich häufig in der Familie zu benutzen.

Der vollkommene Verzicht auf die Herkunftssprache ist in den türkischstämmigen Familien der Ausnahmefall (2 Prozent). Im Milieu der russischen Spätaussiedler kommt das häufiger vor, ist im Gesamtzusammenhang gesehen mit 15 Prozent aber doch selten.

Man kann diese Analyse auf zwei weitere aufschlussreiche Lebensbereiche ausweiten: den Sprachgebrauch in der Freizeit und im Schul- bzw. Berufsleben. Aber vorher noch ein kurzer Blick auf die Sprachkompetenz der Befragten. Man kann sie – auch vor dem Hintergrund der hohen Zahl der auf Deutsch durchgeführten Interviews und der guten Bewertung durch die Interviewerinnen (vgl. Abschnitt 5.1) für beide Teilpopulationen als gut bis sehr gut bezeichnen (Tabelle 5.10). Die 12- bis 29-Jährigen Befragten mit türkischem Migrationshintergrund schätzen sich dann auch entsprechend ein.

Zusammengenommen behaupten 82 Prozent der Befragten gut oder sehr gut Deutsch zu sprechen, nur 6 Prozent bezeichnen ihre Fähigkeiten diesbezüglich als gering oder sehr gering. In der Spätaussiedlerstichprobe sind die Zahlen ähnlich. 88 Prozent votieren für gut bis sehr gut, wenn sie um eine Selbsteinschätzung gebeten werden, nur 2 Prozent bewerten ihre Sprachkenntnisse in Deutsch mit gering oder sehr gering. Das sind zwar – wenn man das jugendliche Alter und die hohe Zahl der in Deutschland Geborenen berücksichtigt – keine überraschenden Zahlen, sie sind aber dennoch relevant, denn sie zeigen, dass die meisten Befragten in beiden Stichproben die Wahl haben, jedenfalls was ihre Kompetenzen angeht: Deutsch und Türkisch bzw. Deutsch und Russisch stehen der Mehrheit der jungen Erwachsenen und Jugendlichen für eine Verständigung in beiden Kontexten zur Verfügung.

Tabelle 5.10: Selbsteinschätzung: Sprachkompetenz – Deutsch sprechen (in Prozent, gew.)

Deutsch sprechen	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Sehr gut	41	49	45	54	34	43
Gut	46	29	37	39	50	45
Zufriedenstellend	16	10	11	7	14	11
Gering	1	10	5	–	1	1
Sehr gering	–	3	1	–	1	1
Gesamt	100	100	100	100	100	100

Ein Blick auf die professionelle Sphäre des täglichen Lebens zeigt dann auch, wie notwendig es für die meisten Befragten ist, sprachlich auf den Mehrheitskontext umschalten zu können. Nur eine Minderheit ist in der Lage, in Schule, Ausbildung oder am Arbeitsplatz auf Deutsch zu verzichten. Dabei haben am ehesten noch die türkischstämmigen Befragten die Möglichkeit, beide Sprachen benutzen zu dürfen oder zu können (22 Prozent), nur oder meistens Türkisch sprechen sie dagegen kaum (5 Prozent). Bei den Aussiedlern ist das Bild noch viel deutlicher. 8 Prozent sprechen *auch Russisch* im Arbeitsalltag, *nur Russisch* spielt gar keine Rolle in dieser Population (Tabelle 5.11).

Sieht man sich – quasi als Kontrast zur alternativlosen Arbeits- und Ausbildungswelt auf der einen und der traditionell am stärksten auf den Migra-

tionskontext ausgerichteten Familienumwelt auf der anderen Seite – den Sprachgebrauch in der Freizeit an, so scheint dieser ein guter Indikator für die soziale Integration der Befragten zu sein (Tabelle 5.12).

Tabelle 5.11: Sprachgebrauch in Schule/Universität/Arbeitsplatz (in Prozent, gew.)

Sprache	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Nur die Herkunftssprache	1	8	5	–	–	–
Meistens Herkunftssprache	3	3	3	–	1	–
Beides gleich häufig	22	22	22	7	8	8
Meistens Deutsch	22	14	19	10	13	12
Nur Deutsch	51	52	51	83	78	80
Gesamt	100	100	100	100	100	100

Und tatsächlich zeigt sich hier ein eher ausgeglichenes Bild. Die extrem hohen Werte für die mehr oder weniger ausschließliche Nutzung der Herkunftssprache in der Familie werden in der Freizeit deutlich unterschritten. Es wird mehr Deutsch gesprochen, ohne dass jedoch die Werte aus Schule und Beruf erreicht werden. Die Mittelposition, der gleichberechtigte Sprachgebrauch ist übrigens in beiden Teilstichproben nahezu konstant (45 Prozent in der türkischstämmigen Stichprobe und 31 Prozent in der russischen Aussiedlerstichprobe; Familie: 44 und 31 Prozent). Dagegen sind die Werte für den exklusiven Gebrauch der Herkunftssprache im Freizeitkontext extrem niedrig, besonders in den Alterssegmenten der 12- bis 19-Jährigen, und dies in beiden befragten Populationen (6 bzw. 3 Prozent).

Tabelle 5.12: Sprachgebrauch in der Freizeit (in Prozent, gew.)

Sprache	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Nur die Herkunftssprache	6	16	11	3	24	15
Meistens Herkunftssprache	10	16	13	4	13	9
Beides gleich häufig	44	46	45	28	34	31
Meistens Deutsch	15	11	13	15	8	11
Nur Deutsch	26	11	19	51	20	34
Gesamt	100	100	100	100	100	100

Diese Betrachtung zeigt sehr deutlich, dass erstens die verschieden stark reglementierten und sozialem Druck ausgesetzten Lebenswelten den Sprachgebrauch der Jugendlichen mitbestimmen und dass zweitens die soziale Interaktion in der Freizeit stark bis sehr stark auf den deutschen Mehrheitskontext ausgerichtet ist, allerdings auch hier nicht ohne den Herkunftskontext sprach-

lich zu pflegen und so im Sinne der Terminologie von Berry mehrheitlich eine integrative Akkulturationsstrategie zu verfolgen.

Geht man davon aus, dass die bisher beschriebenen Bereiche Familie, Freizeit und Schule/Beruf diejenigen Lebenswelten sind, die den größten Teil des sozialen Alltagslebens einnehmen, so lohnt sich abschließend ein zusammenfassender Überblick über diese Bereiche. Tabelle 5.13 zeigt einen gleich gewichteten Summenindex aller drei Indikatoren. Hier wird besonders deutlich, dass aus dieser Perspektive der deutsche Sprachgebrauch für fast alle Befragten dominant ist. Insbesondere die extremen Werte für die professionelle Lebenswelt schlagen hier voll durch.

Tabelle 5.13: Index des Sprachgebrauchs (Familie, Freizeit, Schule/Beruf) (in Prozent, gew.)

Sprache	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Nur die Herkunftssprache	2	6	4	–	–	–
Meistens Herkunftssprache	9	19	14	6	20	14
Beides gleich häufig	45	48	46	20	41	32
Meistens Deutsch	41	25	33	45	27	35
Nur Deutsch	3	3	3	30	12	20
Gesamt	100	100	100	100	100	100

Nur noch insgesamt 18 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit türkischem Migrationshintergrund sprechen im Alltag mehr Türkisch als Deutsch, bei den 12- bis 19-Jährigen sind es sogar nur noch 11 Prozent. Bei den russischsprachigen Aussiedlern ist es ähnlich. 14 Prozent sprechen mehr Russisch als Deutsch, niemand spricht ausschließlich die „alte“ Herkunftssprache, und von den 12- bis 19-Jährigen Befragten aus dieser Stichprobe sprechen nur noch 6 Prozent im Alltag überwiegend Russisch. Aus dieser letzten – zugegeben wenig differenzierten Perspektive – deuten die Daten eindeutig auf eine eher im deutschen Sprachkontext verankerte soziale Interaktion als auf irgendeine Art von sprachlicher Abschottung hin. Deutsch wird von fast allen jeden Tag gebraucht, und fast alle Befragten sind auch in der Lage, dieser Anforderung in den verschiedenen Alltagsbereichen zu genügen. Im Vergleich der zwei Populationen kann man für die türkischstämmigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen vielleicht einen etwas stärkeren Hang zur Pflege der Herkunftssprache, zur Sprache der älteren Generationen in den Familien identifizieren. Dabei muss man sich für die Aussiedler allerdings vor Augen führen, dass für diese Population die Sprache der älteren Generation oftmals Deutsch ist und war.

Soziale Interaktion

Kontakte in die Mehrheitsgesellschaft bestehen bei den zwei Befragtengruppen in erheblichem Umfang – neben dem Umgang mit Freunden und Bekannten aus dem gleichen Migrationsmilieu (Tabelle 5.14).

In der Teilstichprobe der Spätaussiedler halten sich im Gesamtdurchschnitt die Treffen mit Freunden und Bekannten mit und ohne Migrationshintergrund die Waage (69 bzw. 67 Prozent). Außerdem zeigt sich, dass bei den jüngeren Befragten die freundschaftlichen Kontakte außerhalb der Familie im Grundsatz wichtiger sind als in der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen. In der türkischen Teilstichprobe gibt es ein leichtes Übergewicht für die türkischstämmigen Freunde und Bekannten. 78 Prozent der Befragten treffen sich täglich bzw. mehrmals pro Woche mit Freunden, die ebenfalls einen türkischen Migrationshintergrund haben, 59 Prozent geben an, dies (auch) mit deutschen Bekannten zu tun.

Tabelle 5.14: Freunde und Bekannte treffen ((fast) täglich/mehrmals pro Woche, Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Freunde und Bekannte	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Türk. bzw. russ. Freunde	80	76	78	76	63	69
Deutsche Freunde	61	57	59	85	55	67

Besonders in den jüngeren Altersgruppen findet darüber hinaus der soziale Alltag auch in den Vereinen statt (Tabelle 5.15). 41 Prozent der 12- bis 19-Jährigen Türkischstämmigen und 38 Prozent der Aussiedler in dieser Altersgruppe sind Mitglied in einem Sportverein. In den älteren Segmenten sind es tendenziell weniger, aber immerhin noch zwischen 20 (Aussiedler) und 30 Prozent (Türkischstämmige). In den sehr wenigen Fällen sind dabei die Befragten mit Migrationshintergrund unter sich. So sind in allen Sportvereinen zwar auch Mitglieder mit der gleichen Herkunft zu finden, die Mehrheit stellen sie aber nur in wenigen Fällen – 11 Prozent bei den türkischstämmigen Befragten und 5 Prozent bei den Aussiedlern.

Tabelle 5.15: Mitgliedschaft in Vereinen (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Vereinsmitgliedschaft	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Sportverein	41	30	36	38	20	28
… auch „Landsleute“	35	22	29	29	15	21
… mehr als die Hälfte	14	8	11	7	3	5
Kirche/religiöse Gruppe	8	6	7	5	7	6
… auch „Landsleute“	7	4	5	3	7	5
… mehr als die Hälfte	6	4	5	2	5	3
Politische Gruppe	2	4	3	3	1	2
… auch „Landsleute“	1	1	1	3	1	2
… mehr als die Hälfte	0	1	1	1	1	1

Andere als Sportvereinsaktivitäten spielen im Übrigen so gut wie keine Rolle. Kirchliche und religiöse Gruppen werden von 7 bzw. 6 Prozent der Befragten regelmäßig besucht, hier deutet sich an, dass der Migrationshintergrund dabei eine starke Gemeinsamkeit der Mitglieder sein könnte. Da aber die Anteile insgesamt sehr klein sind, erlauben sie an dieser Stelle keine detaillierte Analyse. Politische Gruppen haben mit 3 bzw. 2 Prozent nur eine marginale Bedeutung im sozialen Alltag der Befragten.

Nicht faktisch, sondern projektiv gefragt, also weniger auf die eigene Person als mehr auf die ethnische Gemeinschaft bezogen, zeigt die Bewertung des Umgangs mit deutschen Freunden und Bekannten, wie die Einstellung zur Mehrheitsgesellschaft ausfällt (Tabelle 5.16). Wie man sieht – und vor dem Hintergrund der vielfältigen individuellen Kontakte auch erwarten konnte –, fällt diese Bewertung durchweg positiv aus. 75 bzw. 82 Prozent der Befragten in den jeweiligen Teilstichproben „finden es gut“, wenn die eigenen Landsleute viele deutsche Freunde und Bekannte haben.

Tabelle 5.16: Einstellung zur sozialen Interaktion („finde ich gut“ Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Freunde und Bekannte	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Landsleute mit vielen deutschen Freunden oder Bekannten	72	78	75	82	82	82
Landsleute, die eine(n) Deutsche(n) heiraten	31	40	36	57	68	63

Einen Schritt weiter geht dann die projektive Frage nach der Einheirat in die deutsche Mehrheitsgesellschaft. Die Antworten fallen in beiden Populationen deutlich kritischer aus. Bei den Befragten mit türkischem Migrationshintergrund sagen lediglich 36 Prozent, dass sie es gut finden, wenn ihre

Landsleute eine(n) Deutsche(n) heiraten, in der Teilstichprobe der Aussiedler sind es mit 63 Prozent deutlich mehr als in der türkischen Stichprobe, aber ebenfalls deutlich weniger als auf die Frage nach Freundschaft und Bekanntschaft.

Einstellungen zur deutschen Mehrheitsgesellschaft

Das Vertrauen in deutsche Institutionen ist groß (Tabelle 5.17). An der Spitze der Vertrauensrangliste stehen in beiden Populationen deutsche Ärzte und Krankenhäuser (86 bzw. 82 Prozent), gefolgt von deutschen Schulen (76 bzw. 82 Prozent). Das deutsche Fernsehen als „vertrauenswürdige Institution" nimmt ebenfalls – zumindest bei den türkischstämmigen Befragten – einen hohen Rang ein (72 Prozent) und liegt in beiden Populationen vor den Tageszeitungen. Abgeschlagen übrigens sind in diesem Vergleich die deutschen Parteien mit 39 Prozent bei Befragten mit türkischem Migrationshintergrund bzw. 37 Prozent bei den Aussiedlern.

Die Ranglisten gleichen sich sehr im Vergleich der zwei Stichproben. Eine erhebliche Abweichung in der Bewertung der Vertrauenswürdigkeit zeigt sich eigentlich nur in Bezug auf die deutsche Bundeswehr. Diese kommt bei den Befragten der Aussiedlerstichprobe vergleichsweise besser an als bei den türkischstämmigen Befragten (72 Prozent bzw. 61 Prozent).

Tabelle 5.17: Vertrauen in deutsche Einrichtungen („sehr/etwas" Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Deutsche Einrichtungen	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	14–19 J. n_w = 124*	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 270	14–19 J. n_w = 111*	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 282
Ärzte und Krankenhäuser	83	88	86	90	77	82
Schulen	76	75	76	86	80	82
Fernsehen	71	72	72	71	62	66
Polizei und Gerichte	68	74	71	81	75	77
Behörden am Wohnort	59	70	65	74	66	69
Zeitungen	60	63	62	72	63	66
Gewerkschaften	59	62	60	66	61	63
Bundeswehr	57	64	61	80	67	72
Deutsche Parteien	37	40	39	48	30	37

* Die Frage wurde 12- und 13-Jährigen nicht gestellt.

Insgesamt stehen die Jugendlichen und jungen Erwachsenen der deutschen Politik und ihren Akteuren eher skeptisch gegenüber (Tabelle 5.18).

Tabelle 5.18: Einstellungen zur deutschen Politik (Statements) („voll und ganz/weitgehend“ Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Statements	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	14–19 J. n_w = 124*	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 270	14–19 J. n_w = 111*	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 282
Die deutschen Politiker kümmern sich darum, was Leute wie ich denken	30	25	27	35	27	30
Ich traue mir zu, in einer politischen Gruppe eine aktive Rolle zu übernehmen	40	38	39	21	13	16
Leute wie ich haben Einfluss darauf, was die deutsche Regierung tut	45	39	42	33	23	27

* Die Frage wurde 12- und 13-Jährigen nicht gestellt.

So gleicht sich das Bild bei der Einschätzung der Interessenvertretung durch die deutschen Politiker. 30 Prozent der befragten Aussiedler fühlen sich gut vertreten, bei den Befragten mit türkischem Migrationshintergrund sind es 27 Prozent. Sehr unterschiedlich dagegen werden die Statements zur aktiven Beteiligung an und zum Einfluss auf die deutsche Politik in den zwei Teilstichproben bewertet. In der türkischstämmigen Teilstichprobe ist das Vertrauen in die eigenen politischen Fähigkeiten mit 39 Prozent relativ stark ausgeprägt, ebenso das Vertrauen darauf, Einfluss auf die deutsche Regierung nehmen zu können (42 Prozent). Unter den Spätaussiedlern herrscht weniger Zuversicht. Lediglich 16 Prozent der Befragten in dieser Teilstichprobe trauen sich eine aktive Rolle in einer politischen Gruppe zu, und 27 Prozent schätzen die Einflussmöglichkeiten auf die deutsche Regierung positiv ein. Dabei sind die jungen Befragten bis 19 Jahre, vor allem in der Stichprobe der russischen Aussiedler deutlich optimistischer als die 20- bis 29-Jährigen.

Wie stark das Interesse auf der einen Seite für den Herkunftskontext und auf der anderen Seite für den deutschen Ankunftskontext ist, zeigt Tabelle 5.19. Die Befragten beider Stichproben wurden gefragt, inwieweit sie sich für aktuelle Ereignisse und das politische Geschehen in ihrem Herkunftsland und in Deutschland interessieren. Die Strukturen sind eindeutig und im Hinblick auf die zwei Teilstichproben durchaus unterschiedlich.

Tabelle 5.19: Informationsbedürfnisse („sehr/etwas“ Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Informationsbedürfnisse	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Aktuelle Ereignisse im Herkunftsland	81	88	84	60	58	59
Aktuelle Ereignisse in Deutschland	73	79	76	73	86	80
Aktuelle Ereignisse „hier in der Gegend“	82	83	82	83	78	80
Politisches Geschehen im Herkunftsland	65	82	73	40	53	48
Politisches Geschehen in Deutschland	57	76	66	59	76	68
Politisches Geschehen „hier in der Gegend“	65	74	70	62	62	62

Die Spätaussiedler richten den Schwerpunkt ihrer Informationsbedürfnisse ganz eindeutig auf den deutschen Kontext und dabei gleichermaßen auf das nationale und das lokale Umfeld (jeweils 80 Prozent interessieren sich für aktuelle Ereignisse in Deutschland und in ihrer Gegend). Der Wert für das Interesse an Informationen aus dem Herkunftsland fällt dagegen mit 59 Prozent deutlich ab. Das gleiche Resultat zeigt sich – wenn auch auf niedrigerem Niveau – für das politische Geschehen. Die Werte für Deutschland und die lokale Politik liegen bei 68 bzw. 62 Prozent, während das politische Geschehen in der ehemaligen Sowjetunion mit weitaus weniger Interesse verfolgt wird (48 Prozent). Trotzdem muss man aber festhalten, dass dieses Interesse nach wie vor vorhanden ist – aufgegeben wird es von den befragten Jugendlichen nicht. Im Übrigen zeigen sich hier wieder starke Unterschiede zwischen den Altersgruppen, die nationale Perspektive interessiert die älteren Befragten ab 20 Jahre sehr viel mehr als die jüngeren.

Das Interesse der türkischen Befragten an aktuellen Ereignissen in der Türkei und türkischer Politik ist ungleich größer. 84 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen interessieren sich für aktuelle Ereignisse aus ihrem Herkunftsland, das sind mehr als für aktuelle Ereignisse in Deutschland (76 Prozent) und etwa genauso viele wie für aktuelle lokale Ereignisse (82 Prozent) – und das ohne nennenswerte Unterschiede zwischen den Altersgruppen. Und auch das politische Geschehen wird mit gleich starkem Interesse in der Türkei und auf lokaler Ebene in Deutschland verfolgt (73 bzw. 70 Prozent). Das Interesse für nationale deutsche Politik fällt dagegen geringfügig ab (66 Prozent). Und auch hier kann man einen Unterschied zwischen den Altersgruppen ausmachen. Die jüngeren Befragten zeigen ein deutlich geringeres politisches Interesse (für Deutschland und für die Türkei) als diejenigen Befragten, die älter als 20 Jahre sind.

Den Übergangsbereich zwischen pauschalen Informationsbedürfnissen und konkreter Mediennutzung bildet die Frage nach der Relevanz medialer und interpersonaler Quellen für Informationen aus dem Herkunftsland bzw. Deutschland (Tabelle 5.20).

Tabelle 5.20: Informationsquellen („sehr/etwas“ Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Informationsquellen	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Aktuelle Ereignisse im Herkunftsland						
Deutschsprachige Medien	71	76	73	64	64	64
Medien in der Herkunftssprache	77	87	82	53	59	56
Freunde, Verwandte etc.	83	88	85	70	73	72
Aktuelle Ereignisse in Deutschland						
Deutschsprachige Medien	77	75	76	77	85	82
Medien in der Herkunftssprache	69	69	69	43	41	42
Freunde, Verwandte etc.	81	77	79	73	84	80

Dabei ist vor allem die „gegenläufige“ Informationssuche interessant, also wie stark etwa türkisch- bzw. russischsprachige Medien genutzt werden, um sich über Deutschland zu informieren und umgekehrt. In der türkischen Teilstichprobe werden türkischsprachige Medien als relevante Informationsquellen für beide Informationsbedürfnisse angegeben, allerdings werden deutschsprachige Medien für Ereignisse in Deutschland (76 Prozent gegenüber 69 Prozent) und türkischsprachige Medien für Ereignisse in der Türkei bevorzugt (82 Prozent gegenüber 73 Prozent). Bei den Spätaussiedlern ist das Bild weitaus weniger symmetrisch. Deutschsprachige Medien stehen auch dann im Vordergrund, wenn es um Informationen aus dem Herkunftskontext geht (64 Prozent) und werden nicht nur für Informationen aus Deutschland genutzt (82 Prozent). Die Werte für russischsprachige Medien als Informationsquellen sind sowohl für Informationen aus der ehemaligen Sowjetunion (56 Prozent) als auch für Informationen aus Deutschland (42 Prozent) erheblich geringer.

Viel interessanter ist in diesem Zusammenhang aber vielleicht die herausragende Bedeutung der interpersonalen Kommunikation. In fast allen Feldern, für Informationen aus Deutschland für die türkischstämmigen Befragten (79 Prozent), für Informationen aus der Türkei (85 Prozent der türkischstämmigen Befragten), für Informationen aus der ehemaligen Sowjetunion (72 Prozent der Aussiedler) sind Gespräche mit Freunden, Bekannten und Verwandten die bevorzugte Informationsquelle, zum Teil genauso häufig, zum Teil häufiger genannt als herkunftssprachliche und deutsche Medien.

5.4 Medienausstattung

Das Fernsehen ist allgegenwärtig. Es ist nach wie vor das Massenmedium, das in fast allen Haushalten vorhanden und im Alltag jedes Befragten präsent ist, ganz gleich in welcher Altersgruppe und mit welchem Migrationshintergrund (Tabelle 5.21).

Tabelle 5.21: Medienausstattung im Haushalt: Klassische Massenmedien (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Ausstattung/Haushalt	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Fernsehgerät	99	97	98	97	94	96
Radiogerät	52	58	55	74	58	65
Zeitungsabonnement	15	14	15	28	12	19
Internetzugang	92	93	93	93	88	90
Gesamt	100	100	100	100	100	100

Die Prozentwerte schwanken knapp unterhalb der 100-Prozentmarke zwischen 96 und 99 Prozent. Folgt man der Ansicht, dass ein Internetzugang als Medienplattform genutzt werden kann und es sich damit um ein Ausstattungsmerkmal der Medienumgebung handelt, dann muss man konstatieren, dass das Internet nahe daran ist, die Verbreitungswerte des Fernsehens zu erreichen. In beiden Teilstichproben liegen die Prozentwerte für einen Internetzugang im Haushalt an oder über der 90-Prozentmarke.

Dagegen fallen die anderen, konventionellen Mediengattungen stark ab – ein Trend, der schon aus anderen Umfragen unter Migranten bekannt ist. Am schlechtesten schneidet in dieser Hinsicht die Abonnementszeitung ab, wobei sicher berücksichtigt werden muss, dass ein Zeitungsabonnement sich typischerweise auf eine deutsche Zeitung bezieht und damit ein wesentlicher Teil möglicher Zeitungszugänge für Menschen mit Migrationshintergrund nicht erfasst wird, denn einzeln am Kiosk gekaufte Exemplare herkunftssprachlicher Boulevard- oder Sportzeitungen werden so nicht erhoben, sie sind als (Auslands-)Abonnement oft nicht verfügbar. Insgesamt geben 15 Prozent der türkischstämmigen Befragten an, ein Zeitungsabonnement im Haushalt zu haben, bei den Aussiedlern sind es 19 Prozent.

Das Radiogerät liegt in diesem Vergleich zwar noch vor der Zeitung, ist aber im Hinblick auf die vorhandenen Fernseh- und Internetinfrastrukturen abgeschlagen. Bei den Befragten, die aus der Türkei stammen, sind es 55 Prozent, die ein solches Gerät im Haushalt haben, bei den Aussiedlern sind es mit 65 Prozent geringfügig mehr – vielleicht ein Hinweis auf eine etwas höhere deutsche Sprachkompetenz, wenn man davon ausgeht, dass Radiogeräte in der Mehrzahl noch an lokale und regionale oder zumindest nationale Verbrei-

tungsgebiete deutscher Radiosender gebunden sind (im Gegensatz zu digital verbreiteten Internetradios ohne Gebiets- und Frequenzbindung).

Der Blick auf die Haushaltsausstattung der Befragten mit technischen Abspielmöglichkeiten zeigt für die unterschiedlichen Medientypen auch unterschiedliche Verbreitungsgrade moderner oder konventioneller Wiedergabetechnik (Tabelle 5.22).

Tabelle 5.22: Medienausstattung im Haushalt: Massen- und Funktionsmedien (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Ausstattung/Haushalt	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Videorekorder	51	40	46	68	51	59
DVD-Rekorder	60	46	53	60	50	54
FP-Rekorder	12	24	18	25	18	21
MP3-Player/iPod	78	52	66	88	65	75
Walkman/Discman	13	15	14	17	15	16
Computer	95	91	93	96	91	93
Spielkonsole	65	38	52	55	37	45
Mobile Spielkonsole	48	23	35	40	19	28
Handy	99	96	98	98	97	98

Bei den türkischstämmigen Befragten dominiert für die Bewegtbildaufzeichnung und Wiedergabe der DVD-Rekorder (53 Prozent), gefolgt vom Videorekorder. Festplattenrekorder spielen mit 18 Prozent dagegen eine untergeordnete Rolle. Bei den Spätaussiedlern steht der Videorekorder mit 59 Prozent auf oder über dem Niveau des DVD-Rekorders (54 Prozent), aber auch hier setzt sich der Festplattenrekorder mit 21 Prozent (noch) nicht durch – vielleicht wegen der häufig fehlenden Möglichkeit, auch mobile Medien (DVD, CD, Speicherkarte) wiedergeben zu können.

Für die Audiomedienwiedergabe gilt: MP3-Player und andere festplattengestützte Wiedergabegeräte dominieren die konventionellen CD- und Kassettenabspielgeräte. 66 Prozent der türkischstämmigen Befragten verfügen im Haushalt über mindestens einen MP3-Player, bei den Jüngeren zwischen 12 und 19 Jahren sind es sogar 78 Prozent – der Walk-/Discman liegt weit abgeschlagen mit ca. 14 Prozent dahinter. In der Teilstichprobe der Spätaussiedler ist der Unterschied noch deutlicher. Hier leben drei Viertel der Befragten in Haushalten mit mindestens einem MP3-Player, 16 Prozent verfügen über einen Walk-/Discman.

Computer sind häufig noch eine Voraussetzung für den Internetzugang, und deshalb ist die große Zahl der PCs in den Haushalten vor dem Hintergrund der weit verbreiteten Internetanschlüsse (s. o.) auch erwartbar. Die Quote der Computerhaushalte liegt zwischen 91 und 96 Prozent, die Schwankungen zwischen den Teilpopulationen und in den Subgruppen sind gering. Konsolen

als Spezialhardware für Spiele sind dagegen vor allem bei der jüngeren Altersgruppe beliebt. Bei den 12- bis 19-jährigen Befragten mit türkischem Migrationshintergrund sind es 65 Prozent der Haushalte, bei den Spätaussiedlern der gleichen Altersgruppe 55 Prozent. In der älteren Altersgruppe der 20- bis 29-Jährigen sind die Zahlen zwar niedriger, aber nicht extrem, so dass im Stichprobenmittel 52 bzw. 45 Prozent der Haushalte über eine Spielkonsole verfügen.

Unangefochten auf Platz 1 der Ausstattungsliste liegen die Mobiltelefone. Es gibt in der Stichprobe so gut wie keinen Haushalt, in dem nicht mindestens ein Mobiltelefon verfügbar ist. Da das Handy, zumindest die Geräte der neuesten Generation, sich inzwischen zu multimedialen Plattformen für alle möglichen massenmedialen und individuellen Kommunikationsvorgänge entwickelt haben, sind solche Verbreitungszahlen nicht mehr überraschend. Dennoch kann man mit Blick auf die Ausstattungsquoten mit Medienempfangs- und Mediennutzungsgeräten konstatieren, dass die Haushalte mit Migrationshintergrund in dieser Stichprobe weitestgehend nicht von einer „digitalen" Kluft betroffen sind – die Daten entsprechen weitestgehend den Ausstattungsmerkmalen deutscher Haushalte ohne Migrationshintergrund. Dieses Bild wird man im Hinblick auf die Befragten noch genauer zeichnen können, wenn man sich die individuelle Medien- und Kommunikationsausstattung vor Augen führt, was wir – nach einem Blick auf die Fernsehempfangssituation der Haushalte – auch tun werden.

Fernsehprogramme kann man heute – auch auf einem konventionellen Fernsehgerät – auf sehr vielen unterschiedlichen Wegen empfangen. Tabelle 5.23 zeigt jedoch, dass die analoge, terrestrische Variante, also mit einer Antenne am Gerät oder im Haus, selten geworden ist.

Tabelle 5.23: Fernsehempfangssituation (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Fernsehempfang/HH	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Fernsehgerät im HH	99	97	98	97	94	96
Kabelanschluss	34	35	34	36	36	36
… mit Digitalreceiver	24	19	21	17	13	15
Satellitenempfang	59	65	62	62	62	62
… mit Digitalreceiver	49	56	52	53	50	51
Antenne	13	5	9	11	7	9
… mit Digitalreceiver	6	1	3	2	1	1
Abo-Fernsehen	26	22	24	13	9	11
Empfang herkunftssprachlicher Programme möglich	87	81	84	74	60	66

In beiden Teilstichproben kommt Fernsehen nur noch in 9 Prozent der Fälle über eine terrestrische Antenne in die Haushalte, und wenn man es genau

nehmen will, muss man davon noch diejenigen Haushalte abziehen, die zwar via Antenne, aber mit einer Set-Top-Box digitales terrestrisches Fernsehen empfangen (DVB-T), auch wenn das bei den Befragten noch sehr selten der Fall ist (zwischen 1 und 6 Prozent). Dagegen sind Satellitenempfangsanlagen weit verbreitet – in beiden Stichproben liegt der Anteil bei 62 Prozent, und der weitaus größte Teil ermöglicht den Empfang digitaler Programme (und damit eben eine Vervielfachung des Programmangebotes und die Möglichkeit, auch viele fremdsprachige Programme zu empfangen). Der Kabelanschluss über eine Verbreitungsgesellschaft oder einen Telekommunikationsanbieter ist der zweihäufigste Weg, Fernsehprogramme zu empfangen, und auch hier nutzt ein großer Teil der Befragten schon die digitale Variante – 21 Prozentpunkte von 34 Prozent bei den Befragten mit türkischem Migrationshintergrund und 15 Prozentpunkte von 36 Prozent bei den Aussiedlern.

Alles zusammengenommen verfügen 76 Prozent der Befragten aus der türkischstämmigen Stichprobe über eine digitale Empfangsmöglichkeit und 67 Prozent der russischen Aussiedler. Das schlägt sich dann auch in der Möglichkeit nieder, Fernsehprogramme aus dem Herkunftskontext empfangen zu können. Diese Möglichkeit entspricht für die Aussiedler mit 66 Prozent ziemlich genau der Digitalisierungsquote, in der anderen Teilstichprobe wird diese mit 84 Prozent noch übertroffen, was mit der Einspeisung türkischsprachiger Programme auch in die analogen Kabelnetze in Nordrhein-Westfalen zusammenhängt. Darüber hinaus nutzen 24 Prozent der Haushalte der Befragten in der türkischstämmigen Teilstichprobe die Möglichkeit, über die digitalen Empfangswege auch bezahltes Abonnementsfernsehen zu empfangen, ein relativ hoher Wert im Vergleich zur Quote in der anderen Teilstichprobe (11 Prozent).

Man kann die Betrachtung der individuellen Medienwelten der Befragten noch ein bisschen fokussieren, wenn man von der Ausstattung der Haushalte auf die individuelle Verfügbarkeit bzw. den Besitz der technischen Infrastruktur zur Mediennutzung übergeht. In Tabelle 5.24 sind die wichtigsten Massenmedien und Nutzungsplattformen für Individual- und Funktionsmedien zusammengefasst.

Auf den ersten Blick fällt auf, dass das Fernsehgerät beim Übergang zur individuellen Perspektive an Bedeutung verliert. Fernsehen ist unter den Befragten beider Teilstichproben weniger an die Person als an den Haushalt geknüpft – ganz im Gegensatz zum Mobiltelefon. So verfügen lediglich 68 Prozent der türkischstämmigen Befragten über einen *eigenen* Fernseher (12- bis 19-Jährige: 58 Prozent), ein Wert der etwa auf dem Niveau der Besitzquote für die jugendlichen Aussiedler liegt (63 Prozent, 12- bis 19-Jährige: 58 Prozent).

In eine ähnliche Richtung weist der Besitz von Computern. Die Prozentwerte für den individuellen Besitz sind erheblich kleiner als die Haushaltsquoten, wenn auch nicht ganz so stark rückläufig wie die Vergleichswerte für

Fernsehgeräte. 74 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit türkischem Migrationshintergrund und 67 Prozent der Spätaussiedler geben an, über einen eigenen Computer zu verfügen. Dabei sind die Werte bei dieser letztgenannten Gruppe in den Alterssegmenten sehr konstant (65 bzw. 68 Prozent), während es in der anderen Teilstichprobe große Unterschiede zwischen den jüngeren (66 Prozent) und den älteren Befragten (82 Prozent) gibt.

Tabelle 5.24: Individuelle Medienausstattung der Befragten (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Ausstattung/Befragte(r)	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Fernsehgerät	58	79	68	58	67	63
Radio	25	42	33	34	31	32
Zeitungsabonnement*	15	14	15	28	12	19
Computer	66	82	74	65	68	67
Internetzugang	56	77	66	48	57	53
Handy	89	92	90	93	88	90
Spielkonsole	44	31	38	37	30	33
Mobile Spielkonsole	33	17	25	25	14	19
Videorekorder	17	26	21	17	25	22
DVD-Rekorder	23	19	21	19	10	14
MP3-Player/iPod	68	48	59	81	55	66

* Die Daten sind identisch mit denjenigen aus Tabelle 5.21 und werden hier nur der Vollständigkeit halber wiederholt – Zeitungsabonnements wurden nicht als individuelles Ausstattungsmerkmal erfasst.

Für die Ausstattung der Befragten mit Mobiltelefonen zeigt die Tabelle vor allem zwei Befunde: Erstens ist das Handy auf Rang 1, was die Verbreitung in den Stichproben angeht, kein Gerät ist häufiger im Besitz der Befragten als das tragbare Telefon (90 Prozent in beiden Stichproben). Und zweitens ist das Handy das Gerät, das am stärksten „individualisiert“ ist, denn die Prozentwerte für die einzelnen Befragten zeigen die geringste Abweichung von den quasi gesättigten Ausstattungsquoten für die Haushalte, und dies gilt konstant über alle Alterssegmente in beiden Teilstichproben. Die Frage, inwieweit sich diese zwei Befunde auch auf die Nutzung des Mobiltelefons über das Telefonieren hinaus auswirken, kann an dieser Stelle noch nicht beantwortet werden (vgl. dazu den nächsten Abschnitt).

Ebenfalls hoch im Kurs stehen MP3-Player unter den individuellen Ausstattungsmerkmalen, vor allem bei den jüngeren Befragten bis 19 Jahre. Bei den Spätaussiedlern geben in dieser Gruppe 81 Prozent an, ein eigenes Gerät zu besitzen, im Durchschnitt der Teilstichprobe sind es knapp zwei Drittel der Befragten (66 Prozent). Bei der anderen Teilstichprobe sind die Werte ähnlich hoch (68 Prozent für die 12- bis 19-Jährigen und 59 Prozent in der gesamten Teilstichprobe der türkischstämmigen Befragten). Radiogeräte laufen – ebenso

wie auf Haushaltsebene „unter ferner liefen“. Die Besitzquote liegt in beiden Populationen bei etwa einem Drittel der Befragten und damit auf dem Niveau der Spielkonsolen, allerdings noch vor DVD- und Videorekordern, die Werte zwischen 14 und 26 Prozent, je nach Altersgruppe erreichen.

Zusammenfassend kann man für die Medienausstattung der befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen konstatieren, dass von den klassischen, eindeutig auf Massenkommunikation festgelegten Geräten der Fernseher noch immer am weitesten verbreitet ist, dass aber andere Geräte, die zum Teil schon die Möglichkeit für die Nutzung der gleichen Inhalte bieten, zum Teil noch weiter verbreitet sind. Der Computer, insbesondere mit Internetanschluss, und das Mobiltelefon als multimediale Plattformen für audio-visuelle Inhalte sind eindeutig stärker präsent in den Medienumwelten der Befragten. Das muss sich nicht unbedingt auf den Medienkonsum, die konkrete Nutzung der Massenmedien auswirken. Schließlich ist das Fernsehen am Computer auch Fernsehen, aber es kann eben auch bedeuten, dass etwa Inhalte von Internetplattformen stärker in das Mediennutzungsmenü drängen als das bei vorherigen Generationen der Fall war.

Das ist übrigens kein migrationsspezifischer Befund. Er gilt auch für Jugendliche ohne Migrationshintergrund, oder besser: für Jugendliche mit *und* ohne Migrationshintergrund. Ein Vergleich mit Daten aus der JIM-Studie (JIM 2008) zeigt bezüglich der Ausstattungsmerkmale keine gravierenden Unterschiede bzw. Besonderheiten zwischen dem jüngsten Bevölkerungssegment aus Zuwandererfamilien und deutschen Jugendlichen – wir werden auf den Vergleich mit externen Daten noch zurückkommen (vgl. Kapitel 8).

5.5 Massenmedien und soziale Integration

In diesem Abschnitt steht die Nutzung der konventionellen Massenmedien Fernsehen, Radio und Zeitunglesen im Vordergrund. Wir fassen in diesem Zusammenhang zunächst aus pragmatischen Gründen die Internetnutzung pauschal mit unter diesen Mediennutzungsbegriff, auch wenn klar ist, dass es „die Internetnutzung“ nicht gibt und die interpersonale Kommunikation durch E-Mail und Chat mindestens einen genauso hohen Stellenwert hat, wie die eher massenmediale Nutzung von Web-Seiten zur Information und/oder Unterhaltung. Im Abschnitt 5.6 werden wir der Funktionsnutzung von Computer, Internet, Handy und Spielen diesbezüglich noch genauer auf den Grund gehen, auch wenn wir – der Vollständigkeit halber und des besseren Überblicks wegen – schon hier einige der pauschalen Nutzungsdaten mit betrachten. Im zweiten Teil dieses Abschnittes werden wir dann auf kurzem Wege der Frage nach Korrelationen zwischen Mediennutzung und Integration insbesondere sprachgebundenen Medienumgangs und ethnischer Identität nachgehen.

Mediennutzung

Auf einer pauschalen Ebene, d. h. ohne weitere Berücksichtigung der genutzten Inhalte, zeigt sich bei der Betrachtung der Stammnutzerdaten, dass die im vorherigen Abschnitt dargestellten Ausstattungsmerkmale gute Prädiktoren für den Umfang der Nutzung der verschiedenen Medien sind (Tabelle 5.25).

Tabelle 5.25: Mediennutzung (Stammnutzer*) (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Mediengattungen	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Fernsehen	92	85	88	86	84	85
Radio	16	35	25	34	51	44
Zeitung	18	39	28	12	27	20
Internet	69	66	67	73	68	70
Computer	60	62	61	71	66	68
Handy	79	84	81	75	75	75
Spiele PC/Konsole	30	8	19	28	9	17

* Personen, die angeben, das Medium an 4, 5, 6 oder 7 Tagen einer normalen Woche zu nutzen.

Unter den konventionellen Massenmedien steht das Fernsehen auf dem ersten Platz der Nutzungsrangliste. 88 Prozent der türkischstämmigen Befragten und 85 Prozent der jungen Aussiedler nutzen an mindestens 4 Tagen einer normalen Woche das Fernsehen. Die Schwankungen in den zwei tabellierten Alterssegmenten sind dabei in beiden Teilstichproben nicht besonders groß, dem Fernsehen wenden sich alle Befragten gleichermaßen häufig zu. Die Bedeutung von Radio und Zeitung bleibt dahinter deutlich zurück. In der Population der Personen mit türkischem Migrationshintergrund kann man die Ränge von Hörfunk und Presse kaum noch unterscheiden. Das Radio wird von 25 Prozent, die Zeitung von 28 Prozent der Befragten regelmäßig jede Woche an mindestens 4 Tagen genutzt, dabei stellen sich insbesondere die Jüngeren bis 19 Jahre als eher abgewandte Radiohörer (16 Prozent) und Zeitungsleser (18 Prozent) heraus. Bei den Spätaussiedlern wird dagegen eindeutig das Radio bevorzugt (44 Prozent Stammhörer), Zeitunglesen fällt dagegen mit 20 Prozent Stammleseranteil dramatisch zurück. Und auch in dieser Teilstichprobe verlieren Radio und Tageszeitung in der Gruppe der ganz Jungen von 12 bis 19 Jahre noch einmal deutlich an Boden (Stammhörer: 34 Prozent, Stammleser: 12 Prozent).

Nimmt man das Internet als multimediale Plattform hinzu, die zwischen den konventionellen Massenmedien und den Funktionsmedien steht, so zeigt sich – wie sich ebenfalls schon bei den Ausstattungsindikatoren andeutete –, dass die Internetnutzung in Bezug auf die zeitliche und wiederkehrende Nutzung dem Fernsehen dicht auf den Fersen ist. 67 Prozent (Türkischstämmige) bzw. 70 Prozent (Aussiedler) der Befragten sind Stammnutzer des Internets,

d. h. sind an mehr als vier Tagen pro Woche online. Und die Werte schwanken kaum in den Altersgruppen, d. h. – ganz anders als bei Radio und Zeitung – hat sich die Internetnutzung in allen Alterssegmenten gleichermaßen durchgesetzt, es handelt sich weder um eine Domäne der ganz Jungen noch um eine Tätigkeit, die eher bei den Älteren mit eigenem Haushalt anzusiedeln wäre – die Internetnutzung ist auf dem Wege, ebenso wie das Fernsehen, zum alltäglichen Medienumgang zu werden.

Computer sind das bevorzugte Werkzeug für die Internetnutzung, in der Stichprobe gehen die Werte für die Stammnutzerschaften des Computers allerdings kaum über diejenigen der Internetnutzung hinaus. In Abschnitt 5.6 werden wir den Inhalten und Funktionen bei der Computernutzung noch genauer auf den Grund gehen. Das Mobiltelefon ist trotz seiner zunehmenden multimedialen Fähigkeiten wohl noch in erster Linie ein Telefon. Inwieweit hier Massenkommunikationsprozesse vorliegen, muss ebenfalls im nächsten Abschnitt genauer betrachtet werden. Was die reine Nutzungsfrequenz betrifft, so kann man festhalten, dass der Stammnutzeranteil in beiden Teilstichproben bei (Aussiedler) bzw. über (Türkischstämmige) drei Viertel der jeweiligen Gesamtstichprobe liegt – ebenfalls ohne große Schwankungen zwischen den Altersgruppen. Spielkonsolennutzung spielt dagegen vor allem bei den jüngeren Befragten (in beiden Populationen gleichermaßen) eine erwähnenswerte Rolle. Dort liegen die Anteile für Stammnutzer bei 30 bzw. 28 Prozent, was zusammen mit der marginalen Nutzung in der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen zu Durchschnittswerten von 19 bzw. 17 Prozent für „Stammspieler“ führt.

Wenn man die quantitative Mediennutzung der beiden jungen Migrantenpopulationen unter Bildungsgesichtspunkten differenziert, sieht man in beiden Stichproben übereinstimmend eine vergleichsweise große „Bildungskluft“ in der Nutzung der Individualmedien Internet, PC und Handy (Tabelle 5.26).

Tabelle 5.26: Mediennutzung (Stammnutzer) nach Bildung (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Mediengattungen	Türkischer Migrationshintergrund				Russische Spätaussiedler			
	Hauptschule $n_w = 80$	Realschule $n_w = 101$	Abitur $n_w = 110$	Gesamt* $n_w = 302$	Hauptschule $n_w = 77$	Realschule $n_w = 131$	Abitur $n_w = 89$	Gesamt** $n_w = 303$
Fernsehen	94	91	83	88	87	84	83	85
Radio	17	22	36	25	44	42	47	44
Zeitung	21	26	39	28	27	18	19	20
Internet	54	67	81	67	58	67	83	70
Computer	41	64	76	61	56	68	80	68
Handy	73	82	91	81	67	72	87	75
Spiele PC/Konsole	29	20	12	19	18	17	17	17

* Fehlende Werte: n = 11 (kein Abschluss)
** Fehlende Werte: n = 6 (kein Abschluss)

Die Stammnutzungswerte nehmen exakt am Bildungsstatus entlang zu, sie liegen bei den Gymnasiasten bzw. Abiturienten in der Regel 20 und mehr Prozentpunkte über denen der anderen Bildungsgruppen. Bei den türkischstämmigen Gymnasiasten kommen noch eine geringere Fernseh- und Spielenutzung sowie eine höhere Radio- und Zeitungsnutzung dazu. Diese Differenzen sind bei den jungen russischen Aussiedlern nicht festzustellen, Im Gegenteil, bei den Hauptschülern findet man mehr Zeitungsleser als bei den Gymnasiasten (was allerdings durch die Drittvariablen Alter und Geschlecht begründet sein kann).

Bei der Differenzierung der quantitativen Mediennutzung nach Geschlecht zeigt sich, dass dieser „Milieu-Faktor" in der Stichprobe der türkischstämmigen Befragten sehr viel wichtiger ist als bei den russischen Aussiedlern (Tabelle 5.27). In der letztgenannten Gruppe findet man nur zwei geschlechtsspezifische Differenzen: sehr viel mehr männliche als weibliche Computerspieler (28 zu 7 Prozent) und etwas mehr männliche Zeitungsleser. In der türkischstämmigen Stichprobe wenden sich die weiblichen Befragten vor allem stärker als die Jungen bzw. Männer dem Fernsehen zu (95 zu 83 Prozent). Spiele (27 zu 10 Prozent), Computer (68 zu 54 Prozent) sowie Internet und Zeitungslektüre sind dagegen eher männliche Mediennutzungsdomänen.

Tabelle 5.27: Mediennutzung (Stammnutzer) nach Geschlecht (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Mediengattungen	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	männlich n_w = 157	weiblich n_w = 145	Gesamt n_w = 302	männlich n_w = 152	weiblich n_w = 151	Gesamt n_w = 303
Fernsehen	83	95	88	86	84	85
Radio	23	28	25	44	44	44
Zeitung	33	24	28	24	16	20
Internet	72	62	67	72	69	70
Computer	68	54	61	69	66	68
Handy	80	83	81	74	76	75
Spiele PC/Konsole	27	10	19	28	7	17

Mit Blick auf die Fragestellung der Studie ist die sprachgebundene Mediennutzung, also die differenzierte Beschreibung der Zuwendung zu den Massenmedien danach, in welcher Sprache sie erfolgt, besonders relevant (Tabelle 5.28).

Anzunehmen ist, dass sich die in Abschnitt 5.3 dargestellten, unterschiedlichen Befunde zum Sprachverhalten und zur Sprachkompetenz der Befragten in den beiden Teilpopulationen entsprechend auch in den Befunden zur Mediennutzung niederschlagen.

Die deutschsprachigen Medien dominieren die Mediennutzung – und das gilt für jede der Teilstichproben, für jede Mediengattung und für (fast) jede

Altersgruppe. Für die türkischstämmige Teilstichprobe gilt: Fernsehen wird regelmäßig in deutscher und türkischer Sprache genutzt, mit einem leichten Vorsprung für das deutschsprachige Fernsehen (71 Prozent bzw. 65 Prozent). Der Blick auf die Altersgruppen dieser Stichprobe zeigt dann auch die einzige Ausnahme von der pauschalen Präferenz für die deutschsprachigen Massenmedien: In der Gruppe der 20- bis 29-jährigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen liegt das deutsche Fernsehen mit einem Stammseheranteil von 58 Prozent hinter dem türkischsprachigen Fernsehen mit 64 Prozent. Insgesamt zeigt die Tabelle recht deutlich, dass die Nutzung der türkischsprachigen Medien den Kindern und Jugendlichen in den türkischen Familien nicht „in die Wiege gelegt" wird, sondern erst später, größtenteils erst im eigenen Haushalt an Bedeutung gewinnt. Denn in der Gruppe der 12- bis 19-jährigen Befragten sind deutlich mehr deutschsprachige Medienstammnutzer zu finden als in der Gruppe der 20- bis 29-jährigen Erwachsenen. Die Rangfolge der Medien bleibt im Übrigen erhalten: Fernsehen und Internet ganz oben auf der Liste, Zeitung und Radio eher abgeschlagen.

Tabelle 5.28: Sprachgebundene Mediennutzung (Stammnutzer, Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Mediengattungen	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Fernsehen (Deutsch)	82	58	71	83	80	81
Fernsehen (Türk. bzw. Russ.)	65	64	65	20	30	25
Radio (Deutsch)	11	25	18	32	50	42
Radio (Türk. bzw. Russ.)	6	13	10	2	2	2
Tageszeitung (Deutsch)	14	28	21	10	24	18
Tageszeitung (Türk. bzw. Russ.)	9	24	16	2	3	2
Internet (Deutsch)	66	52	59	71	56	63
Internet (Türk. bzw. Russ.)	25	34	29	17	36	27

Bei der Betrachtung der sprachgebundenen Mediennutzung für die Spätaussiedler zeigt sich ein ganz anderes Bild – allerdings nicht im Hinblick auf die Rangfolge der beliebtesten Mediengattungen, sondern im Hinblick auf die Mediennutzung in der Herkunftssprache. Diese fällt nämlich hinter der deutschsprachigen Rezeption deutlich zurück. Radio- und Zeitungsnutzung in russischer Sprache sind so gut wie kaum noch vorhanden in dieser Gruppe, die Werte liegen unabhängig vom Alter der Befragten bei ca. 2 Prozent für Stammleser der Tageszeitung und Stammhörer des Radios in russischer Sprache. Bei der Fernseh- und Internetnutzung sind Unterschiede zwischen deutsch- und russischsprachiger Nutzung weniger dramatisch, aber gleichfalls sehr deutlich. Das deutschsprachige Fernsehen erreicht einen Stammseheranteil von

81 Prozent, das russischsprachige Fernsehen nutzt dagegen lediglich ein Viertel der Befragten regelmäßig.

Die Internetnutzung findet für beide Teilpopulationen gleichermaßen prioritär in deutscher Sprache statt (59 bzw. 63 Prozent), die herkunftssprachliche Nutzung liegt etwa bei der Hälfte dieser Anteilswerte (29 bzw. 27 Prozent). Und auch hier fällt auf, dass eher die Älteren in der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen gelegentlich den Blick auf russischsprachige Portale richten, sowohl bei den Türkischstämmigen als auch bei den Aussiedlern (34 bzw. 36 Prozent), die jüngeren Befragten interessiert das vergleichsweise weniger (25 bzw. 17 Prozent). Im Übrigen wird ein nicht geringer Teil der Internetnutzung vermutlich auch in englischer Sprache stattfinden, die für diesen Vergleich nicht erhoben wurde.

Die größere Homogenität der sprachgebundenen Mediennutzung in der Stichprobe der jungen russischen Aussiedler wird nicht zuletzt auch dadurch bestätigt, dass sich hier nur eine geringe bildungs- und geschlechtsspezifische Varianz zeigt (Tabelle 5.29 und Tabelle 5.30).

Tabelle 5.29: Sprachgebundene Mediennutzung nach Bildung (Stammnutzer, Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Mediengattungen	Türkischer Migrationshintergrund				Russische Spätaussiedler			
	Hauptschule $n_w = 80$	Realschule $n_w = 101$	Abitur $n_w = 110$	Gesamt* $n_w = 302$	Hauptschule $n_w = 77$	Realschule $n_w = 131$	Abitur $n_w = 89$	Gesamt** $n_w = 303$
Fernsehen (Dt.)	74	77	66	71	82	80	79	81
Fernsehen (Türk. bzw. Russ.)	69	68	56	65	25	24	25	25
Radio (Dt.)	11	12	29	18	44	38	47	42
Radio (Türk. bzw. Russ.)	9	10	8	10	–	5	1	2
Tageszeitung (Dt.)	8	18	35	21	22	17	17	18
Tageszeitung (Türk. bzw. Russ.)	15	13	19	16	5	2	2	3
Internet (Dt.)	43	63	73	59	51	60	79	63
Internet (Türk. bzw. Russ.)	27	29	33	29	26	25	30	27

* Fehlende Werte: n = 11 (kein Abschluss)
** Fehlende Werte: n = 6 (kein Abschluss)

Tabelle 5.30: Sprachgebundene Mediennutzung nach Geschlecht (Stammnutzer, Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Mediengattungen	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	männlich n_w = 157	weiblich n_w = 145	Gesamt n_w = 302	männlich n_w = 152	weiblich n_w = 151	Gesamt n_w = 303
Fernsehen (Deutsch)	74	67	71	82	80	81
Fernsehen (Türk. bzw. Russ.)	54	77	65	22	29	25
Radio (Deutsch)	20	16	18	43	41	42
Radio (Türk. bzw. Russ.)	5	15	10	1	4	2
Tageszeitung (Deutsch)	26	16	21	22	13	18
Tageszeitung (Türk. bzw. Russ.)	19	12	16	2	3	3
Internet (Deutsch)	66	52	59	66	60	63
Internet (Türk. bzw. Russ.)	32	27	29	24	32	27

Vor allem eine Ausnahme ist jedoch erwähnenswert: Während sich die Bildungsgruppen in der Nutzung russischsprachiger Internetangebote kaum unterscheiden, steigt die Nutzung deutschsprachiger Internetangebote linear mit dem Bildungsniveau an. Nur die Hälfte der Hauptschüler, aber fast vier Fünftel der Gymnasiasten nutzen deutschsprachige Internetangebote.

In der türkischstämmigen Stichprobe ist dagegen der enge Zusammenhang zwischen der Nutzung deutschsprachiger Medienangebote und dem Bildungsgrad unübersehbar. Abgesehen vom Fernsehen steigt die Zuwendung zu deutschsprachigen Medienangeboten mit dem Grad der Schulbildung. Umgekehrt hat die Schulbildung keinen durchgehenden Einfluss auf die stärkere oder schwächere Nutzung türkischsprachiger Medienangebote. Aufschlussreich ist auch, dass es vor allem die Mädchen und jungen Frauen in dieser Migrantengruppe sind, die sich stärker dem türkischsprachigen Fernsehen zuwenden (77 zu 54 Prozent). Weiterführende Analysen zeigen, dass nur 9 Prozent der männlichen, aber 28 Prozent der weiblichen türkischstämmigen Befragten *ausschließlich* türkische (und keine deutschen) Fernsehprogramme nutzen.

Am Beispiel der Fernsehnutzung kann man sehr gut deutlich machen, wie die Kombinationsmuster im Hinblick auf die sprachgebundene Rezeption verteilt sind (Tabelle 5.31).

Tabelle 5.31: Sprachgebundene Fernsehnutzung (Stammseher, in Prozent, gew.)

Fernsehnutzung	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Türk. bzw. Russ. *und* Deutsch	55	37	46	16	25	21
Nur deutsches Fernsehen	27	21	24	67	55	60
Nur türk. bzw. russ. Fernsehen	10	27	18	3	5	4
Kein Fernsehstammnutzer	8	15	12	14	16	15
Gesamt	100	100	100	100	100	100

Für die Aussiedler – um für dieses Mal mit dieser Teilstichprobe zu beginnen – kann man eindeutig die mehrheitliche Präferenz für eine ausschließlich deutschsprachige Fernsehnutzung ablesen. Der Wert für solche entschieden deutschsprachigen Stammseher liegt bei 60 Prozent. Fernsehen ausschließlich in russischer Sprache hat für diese Population so gut wie keine Bedeutung mehr (4 Prozent). Wenn es zur Gewohnheit der Befragten gehört, dann fast immer parallel und in Ergänzung zur deutschsprachigen Fernsehnutzung – aber auch dieser Wert ist mit 21 Prozent vergleichsweise gering. Nicht zu vernachlässigen ist auch die Gruppe derjenigen, die weder die eine noch die andere Sprache bevorzugen, 15 Prozent der befragten Aussiedler schauen nicht (mehr) regelmäßig fern, genauer gesagt an weniger als 3 Tagen einer normalen Woche.

Der Anteil der Nichtseher ist auch in der anderen Teilpopulation mit 12 Prozent nicht als vernachlässigbar zu bezeichnen, die Kombinationsmuster für deutsch- bzw. türkischsprachige Fernsehnutzung sind jedoch ganz anders gelagert. Die größte Gruppe, die allerdings mit 46 Prozent noch knapp unter der 50-Prozentmarke liegt, ist die der Kombinierer – sie sind sowohl türkisch- als auch deutschsprachige Fernsehstammzuschauer. Nur deutschsprachiges Fernsehen nutzen weit aus weniger (24 Prozent), allerdings ist der Anteilswert in der Stichprobe immer noch höher als derjenige für die exklusiv türkischsprachige Fernsehnutzung mit 18 Prozent. Insgesamt gesehen spielt also das türkischsprachige Fernsehen hier eine bedeutendere Rolle als das russischsprachige Fernsehen in der anderen Gruppe – vorherrschend ist die heimatsprachliche Fernsehnutzung aber in keiner der beiden Migrationsgruppen, wenn auch in unterschiedlich starker Ausprägung.

Um die Analyse zu vervollständigen, kann man die Darstellung der sprachgebundenen Mediennutzung auf alle vier Gattungen (Fernsehen, Radio, Tageszeitung und Internet) erweitern (Tabelle 5.32).

Tabelle 5.32: Sprachgebundene Medienkombinationen (Fernsehen, Radio, Zeitung, Internet) (Stammseher in Prozent, gew.)

Mediengattungen	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Türk. bzw. Russ. *und* Deutsch	69	56	63	28	47	39
Nur deutsche Medien	23	24	24	68	48	57
Nur türk. bzw. russ. Medien	4	18	11	2	2	2
Kein Stammnutzer	4	2	3	2	3	3
Gesamt	100	100	100	100	100	100

Statistisch gesprochen, erhöht man damit erstens die Wahrscheinlichkeit, Kombinationen zwischen deutsch- und herkunftssprachlicher Mediennutzung auf Stammnutzerniveau zu identifizieren, und zweitens verringert man damit

die Wahrscheinlichkeit für Nichtnutzer, denn es werden ja vier Medien gleichzeitig betrachtet. Die Tabelle zeigt, dass dies jedoch an den hohen Anteilswerten für die gemischt sprachliche bzw. exklusiv deutschsprachige Nutzung wenig ändert. Die Werte für die kombinierte herkunftssprachliche und deutschsprachige Mediennutzung steigen zwar in beiden Teilpopulationen geringfügig und die Zahl der Nichtnutzer nimmt ab. Insgesamt aber, insbesondere, was die Relevanz der Kombinationsmuster und die Verteilungen innerhalb der Teilstichproben angeht, bleiben die Verhältnisse mehr oder weniger konstant. Dies trifft besonders auf die Stammnutzerdaten für eine exklusiv deutschsprachige Mediennutzung zu. Sie ist in der türkischsprachigen Teilstichprobe vergleichsweise gering, aber keineswegs marginal (24 Prozent), und in der Spätaussiedlerstichprobe dominant (57 Prozent).

Zusammenhänge

Nimmt man in einem ersten Schritt den alltäglichen Sprachgebrauch als starken Indikator für die soziale Interaktion in der Mehrheitsgesellschaft in den Blick, zeigen sich erstens sehr deutliche Zusammenhänge zwischen Alltagssprache und Mediennutzung und zweitens sehr unterschiedliche Strukturen dieser Zusammenhänge für die zwei Teilstichproben (Tabelle 5.33).

Wie man erwarten konnte, gibt es bei den türkischstämmigen Befragten jeweils positive Zusammenhänge zwischen deutschem Sprachgebrauch und der Mediennutzung in deutscher Sprache (.19) bzw. türkischem Sprachgebrauch und türkischsprachiger Mediennutzung (.28). Interessanter sind in diesem Zusammenhang die negativen Korrelationen mit der jeweils anderen Sprache. So hängen deutscher Sprachgebrauch und türkische Mediennutzung negativ zusammen (–.21), ebenso wie türkischer Sprachgebrauch und deutsche Mediennutzung (–.12). Also kann man konstatieren: Je häufiger eine der beiden Sprachen im Alltag gesprochen wird, je häufiger werden auch die Medien in dieser Sprache genutzt *und* je seltener werden Medien in der jeweils anderen Sprache genutzt. Dieser eindeutige, für beide Sprachen geltende Zusammenhang ist nicht überraschend. So zeigte eine vergleichbare Analyse für türkischstämmige Befragte im Alter zwischen 14 und 49 Jahren ähnliche Zusammenhänge, übrigens ebenfalls mit etwas stärkeren Koeffizienten für die türkische Sprache (Trebbe 2009: 248).

Tabelle 5.33: Sprachgebrauch und sprachgebundene Mediennutzung (Korrelationen, r)*

Sprachgebrauch, in Prozent (Familie, Freizeit, Schule/Beruf)	Mediennutzung (Stammnutzung TV, Radio, Zeitung, Internet)		
Türkischstämmige Befragte (n_w = 302)	Deutsch	Türkisch	Zweisprachig
Deutsch	.19	–.21	–.15
Türkisch	–.12	.28	
Zweisprachig			.12
Russische Spätaussiedler (n_w = 303)	Deutsch	Russisch	Zweisprachig
Deutsch		–.53	–.38
Russisch		.45	.33
Zweisprachig		.16	

* Produkt-Moment-Korrelationen nach Pearson, alle Koeffizienten $p(\alpha) < .05$, Wertebereich: +1.0 (starker positiver Zusammenhang), 0 (kein messbarer Zusammenhang) und –1.0 (starker negativer Zusammenhang), leere Zellen: statistisch nicht signifikant.

Interessant ist in diesem Zusammenhang die Analyse der zweisprachigen Mediennutzung. Die Indikatoren haben hohe Werte für eine stark ausgeprägte Mediennutzung in beiden Sprachen bzw. eine hohe Ausgewogenheit des deutschen und türkischen Sprachgebrauchs im Alltag. Dabei ist Korrelation zwischen diesen beiden Indikatoren ebenfalls nicht überraschend (.12): Wer beide Sprachen im Alltag häufig und zu etwa gleichen Teilen nutzt, wendet sich auch Massenmedien häufig in beiden Sprachen zu. Auffällig ist vielmehr der negative Zusammenhang zwischen zweisprachiger Mediennutzung und dem Gebrauch von Deutsch als Alltagssprache (–.15). Er besagt, dass ein hohes Maß an Deutsch im Alltag auf Kosten der zweisprachigen Mediennutzung in beiden Sprachen geht, oder anders ausgedrückt: Die Befragten, die im Alltag viel Deutsch sprechen (müssen), konzentrieren sich häufig auch bei der Mediennutzung auf diese Sprache.

In der Stichprobe der russischen Spätaussiedler zeigt sich eine andere Struktur. Die Mediennutzung in deutscher Sprache ist bei diesen Befragten unabhängig vom alltäglichen Sprachgebrauch. Ganz im Gegensatz zur russischsprachigen Mediennutzung. Diese zeigt einen stark positiven Zusammenhang mit dem Gebrauch der russischen Sprache im Alltag (.45) und einen fast ebenso großen negativen Zusammenhang mit dem deutschen Sprachgebrauch (–.53). Zusammen mit dem Befund, dass auch Zweisprachigkeit im Alltag und die Nutzung der russischsprachigen Medien positiv verbunden sind (.16), deutet dies auf eine Ergänzungsfunktion der russischsprachigen Medien hin – deutsche Medien sind der Alltag, russische kommen bei einigen Befragten dazu, und dies vor allem dann, wenn die russische Sprache im Alltag auch noch eine aktive Rolle spielt. In diese Richtung zeigt auch die stark negative Korrelation zwischen der zweisprachigen Mediennutzung und dem Gebrauch der deutschen Sprache im Alltag (–.38). Eine ausgeprägte Nutzung russischsprachiger Massenmedien findet also wohl besonders bei denjenigen Befragten statt, bei denen Deutsch als Alltagssprache häufig in den Hintergrund gerückt wird.

Zum Zusammenhang von sozialer Interaktion, hier operationalisiert durch die Zahl der Kontakte zu deutsch- bzw. herkunftssprachigen Freunden und Bekannten, zeigen sich weniger eindeutige Strukturen (Tabelle 5.34). Für den Kontakt mit deutschsprachigen Freunden und Bekannten zeigen sich zwei mit den Befunden zum Sprachgebrauch vergleichbare Zusammenhänge. Er korreliert positiv mit der deutschsprachigen und negativ mit der türkischsprachigen Mediennutzung (.18 bzw. –.16). Zusätzlich zeigt sich ein Zusammenhang zwischen deutschsprachiger Mediennutzung und einer stark zu beiden Sprachen orientierten Interaktion mit Freunden und Bekannten. Das kann darauf hindeuten, dass in der türkischstämmigen Population deutschsprachige Medien Anschlusskommunikation ermöglichen, die in den erweiterten Freundeskreisen genutzt werden kann.

Tabelle 5.34: Soziale Interaktion und sprachgebundene Mediennutzung (Korrelationen, r)*

Treffen mit Freunden und Bekannten	Mediennutzung (Stammnutzung TV, Radio, Zeitung, Internet)		
Türkischstämmige Befragte (n_w = 302)	Deutsch	Türkisch	Zweisprachig
Deutsche Freunde/Bekannte	.18	–.16	
Türkische Freunde/Bekannte			
Dt. und türk. Freunde/Bekannte	.15		
Russische Spätaussiedler (n_w = 303)	Deutsch	Russisch	Zweisprachig
Deutsche Freunde/Bekannte		–.20	–.17
Russische Freunde/Bekannte		.17	
Dt. und russ. Freunde/Bekannte			

* Produkt-Moment-Korrelationen nach Pearson, alle Koeffizienten $p(\alpha) < .05$.

In der Stichprobe der jungen Aussiedler zeigen sich vor allem Zusammenhänge mit der Nutzung russischsprachiger Medien – negativ mit der Interaktion mit deutschen Freunden (–.20) und positiv mit der Interaktion mit russischsprachigen Freunden und Bekannten (.17); entsprechende Korrelationen für die deutschsprachige Mediennutzung zeigen sich im Übrigen nicht – sie scheint mehr oder weniger unabhängig von der (herkunftsgebundenen) Interaktion mit Freunden und Bekannten zu sein. Eine ausgeprägte zweisprachige Mediennutzung geht hier übrigens erneut auf Kosten des Zusammenseins mit deutschsprachigen Freunden und Bekannten (–.17). Russischsprachige Mediennutzung, ganz gleich, ob für sich allein betrachtet oder im Kanon mit der deutschsprachigen Mediennutzung, scheint – stärker als dies bei der türkischen Population der Fall ist – der sozialen Interaktion mit der Mehrheitsgesellschaft entgegenzulaufen.

Abschließend ein Blick auf das Interesse für den Herkunfts- und den Ankunftskontext. Es liegt nahe anzunehmen, dass Zusammenhänge zwischen Informationsbedürfnissen und Mediennutzung existieren (Tabelle 5.35).

Tabelle 5.35: Informationsbedürfnisse und sprachgebundene Mediennutzung (Korrelationen, r)*

Informationsbedürfnis: Aktuelle Ereignisse und politisches Geschehen	Mediennutzung (Stammnutzung TV, Radio, Zeitung, Internet)		
Türkischstämmige Befragte (n_w = 302)	Deutsch	Türkisch	Zweisprachig
Deutschland	.12		
Türkei		.23	.14
Türkei/Deutschland		.18	
Russische Spätaussiedler (n_w = 303)	Deutsch	Russisch	Zweisprachig
Deutschland			
Russland, ehemalige SU		.30	.12
Russland, ehemalige SU/Deutschland		.27	.16

* Produkt-Moment-Korrelationen nach Pearson, alle Koeffizienten $p(\alpha) < .05$.

Die Daten zeichnen in diesem Fall für die türkischstämmige Stichprobe und die befragten Aussiedler ein ähnliches und erwartetes Bild – mit ein paar geringfügigen Einschränkungen. So zeigt sich bei den Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit türkischem Migrationshintergrund ein Zusammenhang zwischen dem Interesse an Politik und Ereignissen aus Deutschland und der deutschsprachigen Mediennutzung (.12). Türkischsprachige Medien werden dagegen eher im Zusammenhang mit der Türkei genutzt (.23). Diejenigen, die sich für einen der zwei gesellschaftlichen Kontexte stärker interessieren, nutzen also auch die entsprechenden Medien überproportional häufig. Negative Koeffizienten findet man übrigens nicht: So zeigen sich keine negativen Zusammenhänge zwischen einem starken Interesse für die Türkei und der deutschsprachigen Mediennutzung, d. h. ein Interesse für den Kontext des eigenen Migrationshintergrundes geht *nicht* zu Lasten der deutschsprachigen Mediennutzung. Darüber hinaus sind Informationen über die Türkei in türkischer Sprache eine funktionale Ergänzung für die meisten Befragten. Befragte mit ausgeprägt zweisprachiger Mediennutzung interessieren sich sehr stark für die Ereignisse in der Türkei (.14), genauso wie Befragte, die sich gleichermaßen stark für Deutschland und die Türkei interessieren, eher türkische Medien nutzen (.18).

Genau wie bei allen anderen für die Spätaussiedler beschriebenen Integrationsindikatoren, zeigen sich auch hier keine signifikanten Zusammenhänge mit der deutschsprachigen Mediennutzung. Das kann bedeuten, dass deutsche Medien so stark und über alle anderen Unterschiede hinweg gleichmäßig von den Befragten genutzt werden, dass sich keine Zusammenhänge zu den integrationsrelevanten Dimensionen zeigen. Die Daten für die russischsprachigen Medien sind dagegen eindeutig und im Grundsatz ähnlich gelagert wie in der anderen Teilstichprobe. Russischsprachige Medien werden vor allem von denen genutzt, die sich für Ereignisse im Herkunftskontext interessieren (.30), dabei ist es gleichgültig, ob man dies isoliert oder im Zusammenhang mit einem

hohen Informationsbedürfnis *auch* für Deutschland betrachtet (.27). Und auch die andere Perspektive kann man – analog zur türkischen Stichprobe – einnehmen: Eine ausgeprägt zweisprachige Mediennutzung kommt meistens mit einem grundsätzlich stark ausgeprägten Informationsbedürfnis zusammen (.16) oder mit einem, dass sich explizit auf die ehemalige Sowjetunion bzw. Russland bezieht (.12).

Führt man sich abschließend noch einmal die Besonderheiten und Gemeinsamkeiten der zwei Teilstichproben vor Augen, so kann man an dieser Stelle sicher schon drei zentrale Befunde festhalten. Erstens zeigen die Spätaussiedler ein stärker und exklusiver auf die deutschen Medien ausgerichtetes Mediennutzungsverhalten. Zweitens entspricht dieses Mediennutzungsverhalten ihrer weniger auf den Herkunftskontext ausgerichteten ethnischen Identität – was vor dem Hintergrund ihrer ja häufig deutschstämmigen Tradition und Herkunft nicht verwundert. Und drittens schließlich zeigen sich für beide Teilstichproben funktionale Differenzierungen in der Mediennutzung und eindeutige Zusammenhänge zwischen sprachgebundener Mediennutzung und sozialer Integration in die deutsche Mehrheitsgesellschaft. Medien werden in beiden Populationen im Kontext sozialer Interaktion in dieser Mehrheitsgesellschaft „eingesetzt“, sind aber gleichzeitig für viele eine Möglichkeit, den Kontakt zur Herkunftsgesellschaft zu halten – und diese zwei Funktionen existieren offenbar in beiden Gruppen ohne sich gegenseitig zu beeinträchtigen.

5.6 Individualmediennutzung und Medienkompetenz

Die Ausführungen in Kapitel 3 haben gezeigt, dass mit den Begriffen „Individualmedien“ bzw. „Funktionsmedien“ ganz unterschiedliche Dinge wie Hard- und Software, technische Plattformen bis hin zu Medieninhalten bezeichnet werden können. In der quantitativen Befragung der Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit Migrationshintergrund haben wir uns – auch mit Blick auf die vertieften Nachfragemöglichkeiten in den Gruppendiskussionen – für einen pragmatischen Weg entschieden und die Erhebung auf die pauschale Nutzung, die präferierten Inhalte und einige Einstellungsfragen zur PC- und Internetnutzung, zum Mobiltelefon und zu Spielen fokussiert. Wir beschränken uns hier also auf die Handlungsdimension von Medienkompetenz mit einigen zusätzlichen Aspekten der Reflexionsdimension. Vollständig oder gar erschöpfend kann und will dieser Erhebungsteil nicht sein. Dennoch kann man – so zeigen es die Daten – für die zwei Altersgruppen der befragten Teilstichproben interessante Befunde festhalten. Interessant vor allem deshalb, weil sie häufig den öffentlich und zum Teil auch wissenschaftlich geäußerten Thesen zur Benachteiligung der Kinder und Jugendlichen mit Migrationshintergrund widersprechen.

Wie im vorangehenden Abschnitt gezeigt, ist die pauschale Internetnutzung in beiden Teilstichproben und in beiden hier analysierten Altersgruppen schon auf dem zweiten Rang der Massenmediennutzung angekommen, jedenfalls wenn man als Vergleichswährung die Stammnutzung, d. h. die Zuwendung an mindestens vier Tagen einer durchschnittlichen Woche verwendet. In Tabelle 5.36 ist jetzt die Internetnutzung noch einmal im Zusammenhang mit den anderen Funktionsmedien und den häufigsten Freizeitaktivitäten der Befragten tabelliert.

Tabelle 5.36: Mediennutzung und Freizeitaktivitäten (Stammnutzer, Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Aktivitäten	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Internet	69	66	67	73	68	70
Computer	60	62	61	71	66	68
Handy	79	84	81	75	75	75
Spiele PC/Konsole	30	8	19	28	9	17
MP3	78	58	68	79	52	64
Freunde treffen	46	21	39	72	37	52
Musik CD/MC hören	51	44	47	49	57	53
Nichts tun	40	32	36	42	38	40
Sport treiben	32	22	27	37	18	26
Bücher lesen	27	22	25	22	20	21
Digital fotografieren	26	20	23	15	9	11

Es zeigt sich gleich, dass – einmal abgesehen vom Mobiltelefon (vgl. dazu auch Abschnitt 5.5) – vor allem die Musiknutzung via MP3, Musikkassetten und CD der Internetnutzung Konkurrenz macht. Besonders in den jungen Altersgruppen beider Stichproben ist die Nutzung von MP3-formatierten Hörstücken stark verbreitet (78 bzw. 79 Prozent), aber auch in den Stichprobenmitteln liegt die Nutzung dieser Medien mit 68 bzw. 64 Prozent etwa auf dem Niveau der Internetnutzung (67 bzw. 70 Prozent). Musikkassetten und CD als Tonträger verlieren dagegen an Boden, sind aber im Vergleich zu anderen Medien mit 47 Prozent (Türkischstämmige) bzw. 53 Prozent (Aussiedler) Stammnutzung noch immer sehr beliebt. PC-Spiele und Spielkonsolen sind vor allem bei den jüngeren Befragten bis 19 Jahre beliebt (30 bzw. 28 Prozent), während die Älteren dieser Aktivität deutlich weniger Zeit widmen (8 bzw. 9 Prozent). Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang der Stammnutzeranteil für das Lesen von Büchern. 25 Prozent der Befragten mit türkischem Migrationshintergrund geben an, an mindestens 4 von 7 Tagen zu lesen. Das ist mehr als etwa der entsprechende Anteil für die Tageszeitungslektüre (21 Prozent, vgl. Tabelle 5.28), und auch in der Aussiedlerstichprobe ist der Anteil mit 21 Prozent vergleichsweise hoch.

Der Favorit bei anderen, nicht-medialen Tätigkeiten ist der Umgang mit Freunden – allerdings in den Teilstichproben und den jeweiligen Altersgruppen sehr unterschiedlich verteilt. Durchschnittlich 39 Prozent der jungen Erwachsenen und Jugendlichen mit türkischem Migrationshintergrund treffen ihre Freunde häufiger als viermal pro Woche – für die Aussiedlerstichprobe ist dieser Anteil mit 52 Prozent erheblich höher, in der Gruppe der unter 20-Jährigen Aussiedler sind es sogar 72 Prozent (46 Prozent bei den 12- bis 19-Jährigen mit türkischer Abstammung). Dahinter folgen dann die Anteilswerte fürs Nichts tun (36 bzw. 40 Prozent) und Sport treiben (27 bzw. 26 Prozent).

Internet

Das Internet wird überwiegend zu Hause genutzt (Tabelle 5.37). 69 Prozent der Türkischstämmigen und 78 Prozent der Spätaussiedler geben an, häufig in den eigenen vier Wänden online zu sein. In der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen sieht man einen leichten Trend zur verstärkten Nutzung im Rahmen von Schule und Ausbildung – die Werte (22 bzw. 17 Prozent) liegen deutlich über denjenigen der jüngeren Altersgruppe bis 19 Jahre (10 bzw. 13 Prozent). Im Vergleich zur Nutzung zu Hause sind diese Werte jedoch noch immer vergleichsweise niedrig. Bei Freunden und Verwandten wird das Internet am wenigsten häufig genutzt, und wenn dann eher durch die jüngeren Befragten, die ja, wie gerade beschrieben, auch prinzipiell häufiger ihre Freunde treffen.

Tabelle 5.37: Orte der Internetnutzung („häufig“, Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Nutzungsorte	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Zu Hause	71	67	69	86	73	78
In der Schule	10	22	16	13	17	15
Bei Freunden, Bekannten, Verwandten	11	6	9	13	4	8
Öffentliche Orte	6	3	5	2	1	1

Schließlich sind Prozentanteile von 11 Prozent in der Gruppe der unter 20-jährigen türkischen Migranten und 13 Prozent für die Aussiedler dieser Altersgruppe jedoch nicht zu unterschätzen, da diese Form der Nutzung bedeuten kann, dass sie ohne Aufsicht oder zumindest Kenntnis der Eltern stattfindet. Öffentliche Orte wie Internet-Cafés oder Jugendzentren sind dagegen offensichtlich kein Ort, um ins Internet zu gehen – 5 Prozent bzw. 1 Prozent in beiden Teilstichproben zeigen das deutlich. Trotzdem: Je selbstverständlicher die mobile Kommunikation im Internet wird, je stärker werden diese Werte in den nächsten Jahren ansteigen. Nach dem Stand der hier erhobenen

Daten sind jedoch Eltern und Familie die Hauptansprechpartner, wenn es um Information und Aufklärung zum Thema Internetnutzung geht.

Fragt man die Jugendlichen und jungen Erwachsenen danach, was sie im Internet tun, bzw. welche Dienste und Anwendungen sie nutzen, zeigt sich schnell die vielfältige und mehrdimensionale Bedeutung des Internets als Kommunikationsplattform, interpersonale Kommunikationstechnologie und Massenmedium (Tabelle 5.38).

Tabelle 5.38: Tätigkeiten und genutzte Dienste im Internet (Stammnutzung, Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Internetdienste	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Messenger, ICQ etc.	66	49	58	61	27	42
Suchmaschinen	60	55	57	57	52	54
E-Mail	45	47	46	33	34	34
Musik/Sounds hören	48	31	40	45	21	31
Online-Communities	39	21	30	46	24	34
Chat	35	15	26	41	16	27
Surfen	32	33	33	37	32	34
Filme/Videos ansehen	28	15	22	23	11	16
Info für Schule/Beruf	24	24	25	22	18	20
Aktuelle Nachrichten	20	43	31	23	21	22
Newsgroup lesen	8	8	8	17	13	15
Online-Spiele allein	9	3	6	10	2	6
Multi-User-Spiele	6	4	5	12	3	7

Die absoluten „Killer-Applikationen“ sind Kommunikationsdienste wie ICQ oder Instant Messenger und Suchmaschinen. Sie erreichen – wiederum auf der Basis des Stammnutzerkriteriums – die höchsten Werte in beiden Stichproben. Dabei treten große Unterschiede zwischen den Altersgruppen vor allem für die Nachrichtendienste auf. So nutzen beispielsweise 61 Prozent der jüngeren Aussiedler in der Stichprobe häufig solche Dienste, während es in der älteren Gruppe der 20- bis 29-Jährigen gerade 27 Prozent sind – bei den Türkischstämmigen sieht es ähnlich aus. Ganz anders dagegen das Bild bei den Suchmaschinen: Ihre Nutzung gehört zum Standardinventar der Internetnutzung und zeigt nur geringe Schwankungen in den Altersgruppen und vergleichbare Stammnutzungsanteile in beiden Stichproben (57 bzw. 54 Prozent). Das Schreiben von E-Mails gehört für mehr als die Hälfte der Befragten in der türkischstämmigen Stichprobe nicht zur alltäglichen Internetnutzung. Der Anteil der Stammnutzer liegt bei 46 Prozent, in der Teilstichprobe der Aussiedler sind es sogar nur 34 Prozent. Die Messenger-Dienste bieten hier anscheinend direktere Kommunikationsmöglichkeiten im Zeitalter von „Flatrates“ und DSL-Anschlüssen.

Musik hören gehört ebenfalls zu den häufigen Tätigkeiten im Internet – jedenfalls bei den türkischstämmigen Befragten (40 Prozent), unter den Aussiedlern geht vor allem die Altersgruppe der 12- bis 19-Jährigen dieser Tätigkeit regelmäßig nach (45 Prozent), die Gruppe der 20- bis 29-Jährigen nutzt diese Möglichkeit kaum und erreicht in dieser Stichprobe nur 21 Prozent.

Abschließend noch ein kurzer Blick auf Tätigkeiten, die der konventionellen Informationsnutzung von Massenmedien ähneln. Das eher rezeptionsorientierte „Surfen", also das Springen von Internetseite zu Internetseite über Suchmaschinenergebnisse, Empfehlungen und Hyperlinks erreicht Stammnutzerwerte zwischen 33 Prozent (Türkischstämmige) und 34 Prozent (Aussiedler) und ist damit eher im Mittelfeld der abgefragten Dienste und Tätigkeiten zu finden (in den jungen Altersgruppen geringfügig häufiger). Die zwei Tätigkeiten „Informationen für Schule oder Beruf suchen" und „aktuelle Nachrichten" lesen erreichen in beiden Populationen Werte über 20 Prozent und rangieren damit zwar weit hinter den genannten „Killer-Applikationen", aber immerhin noch deutlich vor Online-Spielen, die zwischen 5 und 7 Prozent der befragten Jugendlichen regelmäßig im Internet spielen.

Die Einschätzung einiger vorgegebener Ansichten und Einstellungen zum Internet gleichen sich in beiden Teilstichproben sehr (Tabelle 5.39). Sie zeigen, dass das Internet für den überwiegenden Teil der Befragten eine Selbstverständlichkeit ist, mit der sie im Alltag umgehen, die aber zum Teil auch von Unsicherheit bis hin zu (vielleicht altersbedingter und -gerechter) Naivität geprägt ist. Die mit Abstand größte Zustimmung erfahren Statements, die diese Alltäglichkeit betonen („gehört heute einfach dazu" – 93 Prozent in beiden Stichproben), die Nützlichkeit für Schule und Beruf hervorheben (90 Prozent der Türkischstämmigen bzw. 96 Prozent der Aussiedler) und die Verbreitung und Nutzung im Freundeskreis thematisieren (85 bzw. 86 Prozent), Letztere besonders bei den jüngeren Befragten im Alter zwischen 12 und 19 Jahren in beiden Stichproben.

Die Befragten mit türkischem Migrationshintergrund (und hier wieder besonders die jüngere Altersgruppe) zeigen etwas mehr Selbstbewusstsein, wenn es darum geht, das eigene Wissen über erlaubte und unerlaubte Angebote im Internet zu bewerten. 77 Prozent der türkischstämmigen Befragten behaupten von sich, diese Unterscheidung voll und ganz bzw. weitgehend treffen zu können, unter den Aussiedlern sind es lediglich 69 Prozent. Noch stärker unterscheiden sich die zwei Populationen jedoch in einer anderen Funktionszuweisung an das Internet. Die jugendlichen Aussiedler nutzen das Internet sehr viel häufiger als Kontaktbörse, 73 Prozent der Befragten stimmen der Aussage zu, dass man über das Internet „gut neue Leute kennenlernen" könne. Bei den türkischstämmigen Befragten sind das mit 57 Prozent in der Gesamtstichprobe erheblich weniger. Diese Funktionszuweisung ist hier höchstens bei den

jüngeren Befragten stärker verbreitet (67 Prozent), bei der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen stimmen weniger als die Hälfte (46 Prozent) dem Statement zu.

Tabelle 5.39: Ansichten zum Internet („voll und ganz/weitgehend“, Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Statements	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Internet gehört heute einfach dazu	91	96	93	94	91	93
Internet ist für die Schule, Ausbildung, Studium bzw. Beruf nützlich	89	92	90	95	97	96
Die meisten meiner Freundinnen und Freunde beschäftigen sich mit dem Internet	92	78	85	90	83	86
Wenn ich das Internet nutze, weiß ich genau, was erlaubt ist und was nicht	83	71	77	79	60	69
Über das Internet wird viel zu viel Aufhebens gemacht	56	63	60	52	55	54
Über das Internet kann man gut neue Leute kennenlernen	67	46	57	76	70	73
Was im Internet steht, hat vorher jemand auf die Richtigkeit überprüft	26	17	22	30	25	27

Dass das Selbstbewusstsein im Umgang mit dem Internet nicht immer gerechtfertigt ist, zeigt die Zustimmung zu dem bewusst provokativ gestellten Statement der „geprüften“ Richtigkeit aller im Internet verfügbaren Inhalte. In beiden Stichproben stimmte mehr als jeder fünfte Befragte dieser Einschätzung (zumindest weitgehend) zu. In der Stichprobe der Aussiedler ist es sogar jeder Vierte (27 Prozent). Die Werte zeigen, dass trotz – oder wegen – der Alltäglichkeit des Umgangs mit dem Internet durchaus noch Potenzial für zusätzliche Information und Aufklärung über die Internetinhalte sichtbar wird, zumindest bei den hier befragten jüngeren Erwachsenen bzw. Jugendlichen. Dass dies im Übrigen keine Besonderheit für Befragte mit Migrationshintergrund ist, zeigt ein Vergleich mit den Daten der JIM-Studie (JIM 2008). Hier stimmten ebenfalls 28 Prozent der dort befragten 12- bis 19-jährigen Jugendlichen (mit und ohne Migrationshintergrund) dem Statement zu – dies nur als kleiner Vorgriff auf Kapitel 8, in dem wir auf die Vergleichsdaten der JIM-Studie detaillierter eingehen werden.

Computer

Die Computernutzung verläuft größtenteils analog zur und im Zusammenhang mit der Internetnutzung, das zeigten schon die Nutzungsdaten zu Beginn dieses Abschnitts, und das zeigen auch die Nutzungsorte für die PC-Benut-

zung in Tabelle 5.40. Computer werden in erster Linie zu Hause genutzt (70 bzw. 78 Prozent) und in geringerem Umfang auch in der Schule bzw. der Ausbildungsstätte (20 Prozent). Etwa 10 Prozent der jüngeren Befragten zwischen 12 und 19 Jahre beider Stichproben haben darüber hinaus die Möglichkeit, einen Computer bei Freunden oder Verwandten zu nutzen.

Tabelle 5.40: Orte der Computernutzung („häufig", Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Nutzungsorte	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Zu Hause	72	67	70	83	74	78
In der Schule	14	27	20	16	22	20
Bei Freunden, Bekannten, Verwandten	10	7	9	10	4	7
Öffentliche Orte	5	2	4	2	4	3

Bezogen auf alle Befragten fallen andere Tätigkeiten und Funktionen im Vergleich zur oben beschriebenen Internetnutzung doch erheblich ab (Tabelle 5.41). Insbesondere die Nutzung an mindestens 4 Tagen, also so gut wie an jedem Arbeitstag von Montag bis Freitag, findet für diese Funktionen weitaus weniger Verbreitung.

Tabelle 5.41: Tätigkeiten bei der Computernutzung (Stammnutzung, Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Tätigkeiten	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Schule, Ausbild., Beruf	20	21	20	14	20	18
Textverarbeitung	12	25	18	12	19	16
Musik zusammenstellen	12	5	9	4	4	4
Bilder/Filme bearbeiten	12	5	9	6	5	5
DVD ansehen	10	4	7	6	5	6
Malen, Zeichnen, Grafik	7	6	7	6	3	4
CDs brennen	9	5	7	1	3	2
Präsentationen/Ref.	4	8	6	4	3	3
Lernprogramme nutzen	3	7	5	2	4	3
Programmieren	4	4	4	2	1	1
Musik machen	3	4	4	2	2	2
Soundbearbeitung	3	4	4	4	3	3
DVD brennen	2	2	2	2	–	1

An erster Stelle steht dennoch der Einsatz für Schule, Ausbildung und Beruf, und das in beiden Teilstichproben (20 bzw. 18 Prozent) und auch vergleichsweise konstant in den Altersgruppen (Ausnahme: 12- bis 19-jährige Aussiedler mit 14 Prozent). Etwas spezifischer auf Textverarbeitung bezogen,

gehen die Anteilswerte für die Stammnutzung geringfügig zurück. Im Durchschnitt nutzen 18 Prozent der türkischstämmigen jungen Erwachsenen und Jugendlichen regelmäßig diese Funktion, in der Aussiedlerstichprobe sind es 16 Prozent, bei den 20- bis 29-Jährigen jeweils etwas mehr als in der jüngeren Gruppe der 12- bis 19-Jährigen.

Danach rücken private Computeranwendungen in den Vordergrund, die vor allem mit den technischen Eigenschaften des PC als Multimediaplattform zusammenhängen. Dabei fällt erstens auf, dass Tätigkeiten wie Musik zusammenstellen (9 bzw. 4 Prozent), Bilder bearbeiten (9 bzw. 5 Prozent) oder DVD ansehen (7 bzw. 6 Prozent) in der türkischsprachigen Stichprobe im Durchschnitt durchgängig mit höheren Stammnutzeranteilen versehen sind als in der Teilstichprobe der Aussiedler. Und zweitens kann man festhalten, dass im Vergleich zu anderen Freizeit- und Mediennutzungsaktivitäten, wie sie in Tabelle 5.36 beschrieben wurden, die Freizeitgestaltung am PC eindeutig nachrangig ist, jedenfalls was die regelmäßige Nutzung mehrmals in der Woche betrifft.

Auch in der Bewertung der vorformulierten Aussagen zum Computer zeigt sich die prioritär auf professionelle Funktionen ausgerichtete Einschätzung und Nutzung des Computers (Tabelle 5.42). So gut wie jeder der Befragten sieht die Nützlichkeit der Technik für Schule, Ausbildung und Universität (94 bzw. 96 Prozent).

Tabelle 5.42: Ansichten zum Computer („voll und ganz/weitgehend", Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Statements	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Computer sind für die Schule, Ausbildung, Universität oder Beruf nützlich	94	95	94	95	97	96
Es macht Spaß, mit dem Computer zu lernen oder zu arbeiten	87	74	81	81	73	76
Computer sind eine schöne Freizeitbeschäftigung	69	63	66	60	62	61
Eigentlich würde ich mich ganz gerne häufiger mit Computern beschäftigen	48	44	46	27	28	27

Fragt man nach dem „Spaß", den die Arbeit am Computer macht, geht die Zahl der zustimmenden Bewertungen schon zurück. 81 Prozent der türkischstämmigen Stichprobe und 76 Prozent der Aussiedler können dem zustimmen. Eine schöne Freizeitbeschäftigung sehen immerhin noch 66 bzw. 61 Prozent in der Benutzung eines Computers, damit liegen die Prozentwerte aber dennoch deutlich unter denjenigen für die Nützlichkeit des PC als Arbeitsgerät in

Schule und Beruf. Und schließlich fallen die zustimmenden Antworten unter die 50-Prozentmarke, wenn man nach der Ausweitung der Beschäftigung mit dem Computer fragt. Besonders niedrig sind die Werte für die jungen Aussiedler. Hier wollen lediglich 27 Prozent der Befragten einer solchen Aussage zustimmen, ganz gleich in welcher der zwei Altersgruppen. Bei den türkischstämmigen Befragten sind es mit im Durchschnitt 46 Prozent dagegen noch deutlich mehr.

Zusammengenommen bekommt man bei der Durchsicht der Daten für die Internet- bzw. PC-Nutzung und -Bewertung den Eindruck, als sei die Population der Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit türkischem Migrationshintergrund etwas intensiver mit der Nutzung digitaler Technik beschäftigt. Die Befragten aus der Teilstichprobe der Aussiedler zeigen sowohl bei den in Anspruch genommenen Diensten im Internet als auch beim multimedialen Einsatz des eigenen Computers im Durchschnitt häufig ein paar Prozentpunkte weniger in den Stammnutzer- und Zustimmungsanteilen.

Mobiltelefon

Das Handy ist als multimediales und individuelles Funktionsmedium am weitestesten verbreitet, und es wird auch am häufigsten genutzt. Wie im vorangehenden Abschnitt gezeigt, liegen Ausstattungs- und Nutzungsdaten auch in der Altersgruppe dieser Befragung etwa auf dem Niveau des Massenmediums Fernsehen, wenn man diesen Vergleich denn anstellen will. Im Folgenden werden einige Daten dazu beschrieben, wie und wofür das Handy von den Befragten der zwei Stichproben eingesetzt wird. Zunächst zu den Kosten (Tabelle 5.43).

Tabelle 5.43: Vertragsart und Kosten (in Prozent, gew.)

Vertragsart/Kosten	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Prepaid	65	29	48	66	27	44
Vertrag	23	62	42	24	65	47
Weiß nicht	1	0	1	1	–	–
Kein Handynutzer	10	10	10	10	9	9
Gesamt	100	100	100	100	100	100
Kosten pro Monat (∅)	€ 22	€ 33	€ 27	€ 18	€ 28	€ 24
Davon: Eigenanteil (∅)	€ 10 (n = 140)	€ 29 (n = 132)	€ 19 (n = 273)	€ 10 (n = 119)	€ 25 (n = 156)	€ 19 (n = 274)

Vertrags- und Prepaid-Handys halten sich in den Stichproben etwa die Waage. Erwartbar ist die Schwerpunktbildung in den Altersgruppen. Im Segment der 12- bis 19-Jährigen dominiert die Guthabentelefonie in beiden Stich-

proben (65 bzw. 66 Prozent), im älteren Segment zeigen sich etwa die gleichen Anteile für die Vertragsbindung (62 bzw. 65 Prozent) – die jeweils andere Variante liegt dann etwa bei einem Viertel in der Altersgruppe. Die Kosten pro Monat liegen zwischen 18 und 33 Euro, wobei die Befragten mit türkischem Migrationshintergrund tendenziell mehr Geld für das mobile Telefonieren ausgeben – zwischen 4 und 5 Euro mehr, je nach Altersgruppe. Ein erheblicher Teil der Kosten wird von den Befragten selbst getragen, mit Ausnahme der Befragten bis 19 Jahre, hier schwankt der Eigenanteil um die 50 Prozent der Kosten.

Moderne Mobiltelefone lassen sich mit einem Tastendruck auf die gewünschte Benutzersprache umstellen. Wir haben die Teilnehmer an der Umfrage gebeten, uns zu sagen, in welcher Sprache die Menüs auf ihrem Telefon-Display erscheinen. Das Ergebnis ist deutlich, wenn auch vor dem Hintergrund der Analysen zum Sprachgebrauch und zur sprachgebundenen Mediennutzung nicht mehr sehr überraschend (Tabelle 5.44). In der türkischstämmigen Stichprobe, und hier besonders unter den Befragten zwischen 20 und 29, gibt es vergleichsweise viele Handynutzer, die eine türkische Menüführung eingestellt haben. 17 Prozent dieser Altersgruppe bedienen ihr Telefon in türkischer Sprache, was im Stichprobenmittel zu einem Anteil von 10 Prozent führt. Dagegen spielt in der anderen Teilstichprobe die russische Sprache bei der Handynutzung so gut wie keine Rolle. Nur eine sehr kleine Minderheit von 2 Prozent nutzt diese Option.

Tabelle 5.44: Menüsprache des Handys (in Prozent, gew.)

Menüsprache	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Deutsch	85	73	79	88	89	88
Türkisch/Russisch	3	17	10	2	2	2
Englisch	3	1	2	1	–	–
Kein Handynutzer	10	10	10	10	9	9
Gesamt	100	100	100	100	100	100

Fragt man – analog zu den anderen Funktionsmedien – nach den konkreten Anwendungen, die mit dem Telefon ausgeführt werden, zeigt sich – vermutlich nicht zuletzt auch verursacht durch die Kostenstruktur – doch eine vergleichsweise starke Fokussierung auf die Telefonfunktionen des Handys. Einzige Ausnahme: Kurznachrichten senden und empfangen (Tabelle 5.45).

Anrufe entgegennehmen und jemanden anrufen, das sind die Funktionen des Telefons mit den höchsten Stammnutzeranteilen, also die Gruppe, die an mindestens 4 von 7 Tagen diese Funktion nutzt. Ein leichtes Übergewicht liegt dabei auf dem Angerufen werden (73 bzw. 70 Prozent) gegenüber dem selbst Wählen (65 bzw. 62 Prozent). Eine Tendenz die durch die, ebenfalls mit

dem Alter zusammenhängende, Budgetstruktur der Befragten unmittelbar verständlich ist. Es ist allerdings überraschenderweise nicht so, dass vor allem die jüngeren Befragten angerufen werden (65 bzw. 63 Prozent), sondern in beiden Stichproben sind die Werte in der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen höher (82 bzw. 76 Prozent). Die Unterschiede lassen sich im Kontext der anderen Werte erklären – alle Handyfunktionen werden grundsätzlich weniger in den jüngeren Altersgruppen beider Stichproben genutzt. Da aber die pauschalen Ausstattungs- und Nutzungszahlen in diesen Gruppen nur geringfügig niedriger sind, scheint das Mobiltelefon hier einfach noch stärker für „Notfallsituationen" reserviert zu sein und noch nicht ganz so routiniert in der Alltagskommunikation eingesetzt zu werden. Und eine zweite systematische Verschiebung in der Tabelle fällt auf: Im Grundsatz fallen die Werte für alle abgefragten Funktionen und Dienste in der Teilstichprobe der türkischstämmigen Befragten höher aus als bei den Aussiedlern. Und auch diese Unterschiede lassen sich nicht allein mit einer geringfügig höheren Stammnutzung bei den türkischstämmigen Befragten erklären – diese scheinen auch bei der Benutzung des Mobiltelefons stärker auf die vielfältigen technischen Funktionen zurückzugreifen, die über das reine Telefonieren hinausgehen.

Tabelle 5.45: Tätigkeiten bei der Handynutzung (Stammnutzung, Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Tätigkeiten	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Angerufen werden	65	82	73	63	76	70
Jemanden anrufen	57	73	65	48	73	62
SMS bekommen	61	66	64	54	46	49
SMS schicken	54	61	57	43	42	42
Musik MP3 hören	61	23	43	59	21	37
Fotos/Filme machen	35	24	30	22	10	15
Fotos/Filme senden MMS	3	1	2	2	–	1
Fotos/Filme senden Bluetooth	27	12	20	15	6	10
Im Internet surfen	2	1	2	1	1	1
MP3 senden Bluetooth	27	10	19	14	3	8
MP3 senden MMS	4	2	3	–	1	1
Handyspiele	11	5	8	6	6	6
Handy-Fernsehen	3	0	1	1	–	–
Handy-Radio	4	4	4	–	2	1
Mails abrufen	7	4	5	2	2	2
Mails senden	7	6	7	3	2	3

So belegen SMS bekommen und verschicken in beiden Teilstichproben die Plätze drei und vier, wenn es um die genutzten Funktionen des Handys geht. Die einzige nicht telefonspezifische Funktion, die es schafft, vergleichbare Nutzungszahlen zu erzeugen, ist das Abspielen von MP3-formatierten Musik-

stücken. Mit Blick auf die herausragende Relevanz des Musikhörens in beiden Stichproben ist das wiederum nicht überraschend. Die meisten Telefone bieten diese Funktion und die Befragten nutzen sie – besonders die Jüngeren unter 20 Jahre (61 bzw. 59 Prozent, über 20-Jährige: 23 bzw. 21 Prozent).

Danach allerdings werden die Abstände in der Tabelle größer. Fotos und Filme nehmen 30 Prozent der Befragten mit türkischem Migrationshintergrund regelmäßig auf, bei den Aussiedlern sind es 15 Prozent. MP3-Dateien via Bluetooth (keine Übertragungsgebühren) zu versenden ist für 19 bzw. 8 Prozent in den Teilstichproben eine regelmäßige Tätigkeit. Spiele werden auf dem Handy von 8 Prozent der türkischstämmigen Befragten und von 6 Prozent der Aussiedler an 4 bis 7 Tagen pro Woche ausgeführt. Alle anderen Funktionen, vom Fernsehen oder Radiohören auf dem Handy bis zum Abrufen und Senden von E-Mails spielen mit Werten zwischen 1 und 7 Prozent nur eine untergeordnete Rolle.

Alles zusammengenommen kann man wohl kaum von der Nutzung einer multimedialen Plattform durch die Befragten sprechen. Vielleicht abgesehen von digitaler Fotografie und der Nutzung als „Walkman“ wird das Telefon doch in erster Linie in seiner Primärfunktion genutzt, bei den meisten schon allein aus Kostengründen.

In einer standardisierten Befragung nach gewalthaltigen Inhalten oder Pornografie zu fragen ist schwierig – soziale Erwünschtheit und Tabuisierung sind nur zwei Effekte, die in diesem Zusammenhang Verzerrungen erzeugen können. In der Telefonumfrage wurden diese Themen deshalb auch nur über das Vehikel des unbeteiligten Dritten angesprochen, dennoch sind die Antworten mit Vorsicht zu genießen (Tabelle 5.46).

Tabelle 5.46: Gewalt und Pornografie auf dem Handy (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Gewalt/Pornografie	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Davon gehört	59	43	51	82	61	70
Im Bekanntenkreis	25	19	22	26	19	22
Eltern nachgefragt nach gespeicherten Inhalten?	35	n/e	–	25	n/e	–

Immerhin geben 51 Prozent der Befragten mit türkischem Migrationshintergrund und 70 Prozent der Aussiedler an, schon einmal „davon gehört“ zu haben. An diesem Ergebnis ist vor allem der vergleichsweise niedrige Wert in der türkischstämmigen Teilstichprobe überraschend – gerade die in allen anderen Handyfunktionen eher versierteren Befragten sind bei diesem Thema weniger gut informiert als ihre Altersgenossen in der Aussiedlerstichprobe. Nach Auskunft der türkischstämmigen Befragten unter 20 Jahre (und nur für diese Gruppe wurde die Frage gestellt), fragen hier die Eltern öfter nach als

in der Gruppe der gleichaltrigen Aussiedler. Im pauschal thematisierten Bekanntenkreis sind dann die Werte in beiden Stichproben wieder auf etwa dem gleichen Niveau – 22 Prozent geben an, von solchen Inhalten auf den Telefonen „im Bekanntenkreis“ zu wissen.

Wir werden an dieser Stelle nicht spekulieren, sondern abschließend noch auf drei andere Fallen für junge Nutzer im Zusammenhang mit der Handynutzung eingehen (Tabelle 5.47).

Tabelle 5.47: Käufe mit dem Handy (Zustimmung, Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Verträge/Käufe	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Ungewollt Vertrag abgeschlossen	12	6	9	11	10	11
Versehentlich bestellt	3	1	2	2	3	3
Teure Servicenummern	12	8	10	8	11	10

So hat – jedenfalls laut Selbsteinschätzung – etwa jeder Zehnte der Befragten schon einmal ungewollt einen Vertrag abgeschlossen oder eine teure Servicenummer angerufen. Die Anteile liegen zwischen 9 Prozent und 11 Prozent. Versehentliche Bestellung von Waren oder Software spielen dagegen in beiden Teilstichproben so gut wie keine Rolle, zwischen 1 und 3 Prozent der Befragten geben an, dass ihnen das schon einmal passiert ist.

Spiele

Zur Erinnerung: Der Anteil der „Stammspieler“, also derjenigen, die an mindestens vier Tagen einer normalen Woche Spiele am PC oder auf der Konsole nutzen, liegt in den zwei Stichproben bei 19 bzw. 17 Prozent mit einem starken Bias zugunsten der jüngeren Befragten bis 19 Jahre. Wenn im Folgenden jeweils alle Befragten nach dem Umgang mit solchen Spielen gefragt werden, so sind darunter viele, die nur gelegentlich oder selten spielen – Nichtspieler werden in den Tabellen extra ausgewiesen, um weiterhin die Gesamtstichproben im Blick behalten zu können.

Tabelle 5.48 zeigt zunächst, in welchem Kontext die Befragten spielen. Etwa ein Fünftel der Befragten gibt an, eher allein zu spielen (22 der Türkischstämmigen bzw. 18 Prozent der Aussiedler).

Tabelle 5.48: Spielsituation (in Prozent, gew.)

Spielsituation	Türkischer Migrationshintergrund			Russische Spätaussiedler		
	12–19 J. n_w = 156	20–29 J. n_w = 146	Gesamt n_w = 302	12–19 J. n_w = 132	20–29 J. n_w = 171	Gesamt n_w = 303
Eher allein	30	12	22	17	19	18
Mit anderen:	38	27	32	50	30	39
Freunde/Bekannte	*17*	*9*	*13*	*29*	*12*	*20*
Familie	*5*	*6*	*5*	*4*	*5*	*4*
Sowohl als auch	*16*	*12*	*14*	*17*	*13*	*15*
Keine Spielenutzung	32	60	46	33	52	43
Gesamt	100	100	100	100	100	100

Das ist bezogen auf die Spielerinnen und Spieler die Minderheit, denn 32 bzw. 39 Prozent der Befragten spielen eher zusammen *oder* mindestens ab und zu mal mit anderen, also nicht grundsätzlich allein. Bei den Befragten mit türkischem Migrationshintergrund gibt es überdurchschnittlich mehr Alleinspieler in der jungen Altersgruppe, während bei den Aussiedlern die Anteilswerte über die Altersgruppen relative konstant sind.

Wenn mit anderen gespielt wird, dann eher mit Freunden und Bekannten (13 bzw. 20 Prozent). Familienmitglieder werden vergleichsweise selten als Mitspieler gesucht, die Anteile liegen zwischen 4 Prozent (Aussiedler) und 5 Prozent (Türkischstämmige). Allerdings sind Familienmitglieder auch nicht explizit ausgeschlossen, zwischen 14 und 15 Prozent geben an, dass sie sowohl in der Familie als auch mit Freunden Computerspiele gemeinsam nutzen.

In beiden Teilpopulationen gibt die Hälfte der jüngeren Befragten an (nur die 12- bis 19-Jährigen wurden hier gefragt), die Nutzung von Computerspielen würde in den Familien kontrolliert (Tabelle 5.49).[32] Diese Aussagen beziehen sich sowohl auf die Dauer der Spiele als auch auf den Inhalt dessen, was da auf dem Bildschirm abläuft. Das heißt im Umkehrschluss, dass sich jeder Zweite in dieser Altersgruppe im Umgang mit Computerspielen weitgehend selbst überlassen bleibt.

32 Ausgangspunkt für die Konzeption dieses Fragenkomplexes ist ein Untersuchungsinstrument von Maria von Salisch, Astrid Kristen und Caroline Oppl (2007).

Tabelle 5.49: Aussagen der 12- bis 19-Jährigen zu Computer- und Konsolenspielen („voll und ganz/weitgehend“, Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Statements	Türkischer Migrationshintergrund 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler 12–19 J. n_w = 132
Meine Eltern wissen, wie lange ich Bildschirmspiele spiele	54	52
Meine Eltern wissen, welche Bildschirmspiele ich spiele	54	50
Ich habe Streit mit meinen Eltern, weil ich so lange Bildschirmspiele spiele	18	6
Wenn ich mich richtig schlecht fühle, spiele ich Bildschirmspiele, damit es mir wieder besser geht	15	5
Ich werde unruhig und nervös, wenn ich mal einen Tag nicht spielen kann	8	3

Streit mit den Eltern wegen ihres Spielverhaltens haben die jungen Befragten dagegen relativ selten – zumindest räumen nur wenige solche Konflikte offen ein. Am ehesten ist das bei den türkischen Kindern und Jugendlichen der Fall (18 Prozent), sie äußern sich auch eher über emotionale Motive des Spielens (15 Prozent).[33]

Zusammenhänge

Vor dem Hintergrund der Ausführungen in Kapitel 3 werden im Folgenden zwei konkurrierende Zusammenhangsstrukturen betrachtet (Tabelle 5.50 und Tabelle 5.51). Die erste Zusammenhangsstruktur betrifft die These, dass ein migrations- bzw. integrationsspezifischer Nachteil, eine Kluft, auf der Seite der Jugendlichen mit Migrationshintergrund existiert. Danach müssten sich vor allem diejenigen weniger mit den neuen digitalen Medien beschäftigen, die weniger stark in die deutsche Mehrheitsgesellschaft integriert sind. Dagegen kann man die These vertreten, dass Unterschiede in der Individualmediennutzung stärker über den sozialen Status, also über Daten wie Alter, Bildung und Geschlecht zustande kommen (vgl. dazu auch die Ausführungen theoretischen Teil).

Zunächst also zum Zusammenhang von sozialer Integration und Individualmediennutzung. Folgt man der Ansicht, dass der Sprachgebrauch ein starker Indikator für die soziale Interaktion und Integration der Befragten in die deutsche Mehrheitsgesellschaft ist, so kann man mit einer Korrelationsmatrix

33 Vgl. dazu auch die entsprechenden Befunde der Gruppendiskussionen. Aufschlussreich ist, dass nicht nur die quantitative, sondern auch die qualitative Ermittlung von Daten zu diesem Thema bei Kindern und Jugendlichen durch die öffentliche Kritik an bzw. am Computerspielen erschwert wird. Anzunehmen ist, dass viele Antworten im Sinne „sozialer Erwünschtheit“ verzerrt sind.

zwischen Sprachgebrauch und Individualmediennutzung die Hypothese prüfen, inwieweit ein Zusammenhang zwischen diesen beiden Handlungsdimensionen besteht. Tabelle 5.50 zeigt eindrücklich, dass dieser Zusammenhang für Befragte mit türkischem Migrationshintergrund nicht besteht. Die Dimensionen Sprachgebrauch und quantitativer Nutzungsumfang von Handy, Computer, Internet und PC-Spielen sind in der Stichprobe der türkischstämmigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen unabhängig voneinander: Der Sprachgebrauch hat keinen direkten Einfluss auf den quantitativen Umfang der Individualmediennutzung.

Tabelle 5.50: Individualmediennutzung und Sprachgebrauch (Korrelationen, r)*

Individualmediennutzung (Tage/Woche)	Sprachgebrauch (Freunde, Familie, Schule/Beruf)		
Türkischstämmige Befragte (n_w = 302)	Deutsch	Türkisch	Zweisprachig
Mobiltelefon			
Computer/PC			
Internet			
PC- und Konsolenspiele			
Russische Spätaussiedler (n_w = 303)	Deutsch	Russisch	Zweisprachig
Mobiltelefon			
Computer/PC			
Internet	–.26	.21	
PC- und Konsolenspiele	.26		–.20

* Produkt-Moment-Korrelationen nach Pearson, alle Koeffizienten $p(\alpha) < .05$.

In der Aussiedlerstichprobe findet man dagegen zwei Hinweise, die für eine integrations- bzw. akkulturationsspezifische Internetnutzung sprechen. Befragte, die mehr Deutsch im Alltag sprechen, nutzen seltener das Internet (–.26). Und: Diejenigen, die mehr Russisch sprechen, nutzen es öfter (.21). Dieses Resultat spricht sehr für die These, dass in dieser Population das Internet tatsächlich (noch) genutzt wird, um den Kontakt mit dem Herkunftskontext zu pflegen, jedenfalls bei denjenigen, die diesem Kontext noch sehr stark zugewandt und dem deutschen Kontext eher abgewandt sind. Die quantitative Nutzung der PC- und Konsolenspiele dagegen korreliert in der Aussiedlerstichprobe positiv mit dem deutschen Sprachgebrauch (.26). Das könnte ein weiterer Indikator für Anschlusskommunikation (auf dem Schulhof, in der Klasse) unter denjenigen sein, die sprachlich stark und eindeutig in die deutsche Mehrheitsgesellschaft eingebunden sind.

Die konkurrierende These, dass die Soziodemografie der Befragten weitaus stärker mit der Individualmediennutzung zusammenhängt als der Integrationsstatus, scheint – jedenfalls für die in dieser Studie erhobenen Daten – mehr empirische Evidenz zu erlangen (Tabelle 5.51).

Tabelle 5.51: Individualmediennutzung und Soziodemografie (Korrelationen, r)

Individualmediennutzung (Tage/Woche)	Soziodemografie		
Türkischstämmige Befragte (n_w = 302)	Alter*	Formale Bildung**	Geschlecht***
Mobiltelefon		.19	
Computer/PC		.29	–.14
Internet		.23	–.13
PC- und Konsolenspiele	–.34		
Russische Spätaussiedler (n_w = 303)	Alter	Formale Bildung	Geschlecht
Mobiltelefon			
Computer/PC		.19	
Internet		.16	
PC- und Konsolenspiele	–.35		–.34

* Produkt-Moment-Korrelationen nach Pearson, alle Koeffizienten $p(\alpha) < .05$.
** Rangkorrelationen nach Spearman $p(\alpha) < .05$ (Kontrollvariable Alter).
*** Dichotom codiert mit 1 = männlich und 2 = weiblich.

Das Alter der Befragten wirkt sich dabei allerdings lediglich auf die Nutzung der Computer- und Konsolenspiele aus – und zwar gleichermaßen in beiden Populationen (–.34 bzw. –.35). Der Zusammenhang ist erwartungsgemäß umgekehrt proportional, d. h. je jünger die Befragten, desto häufiger nutzen sie solche Spiele. Das war schon im Zuge der deskriptiven Tabellenanalyse als Unterschied zwischen den zwei Altersgruppen deutlich sichtbar. Stärker wirkt in diesem Zusammenhang die Bildung der Befragten auf die quantitative Nutzung der Individualmedien. In beiden Stichproben zeigen sich vergleichsweise starke und signifikante Zusammenhänge für die Computernutzung und die Internetnutzung (.29 und .23 bzw. .19 und .16). Die Koeffizienten sind positiv, das heißt in diesem Kontext, je höher der bereits erreichte Bildungsabschluss bzw. die zum Zeitpunkt der Befragung besuchte Schule, desto größer die Nutzung von PC und Internet.[34]

In der Stichprobe der türkischstämmigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen gilt dieser positive Zusammenhang zusätzlich auch für das Mobiltelefon (.19), in der Aussiedlerstichprobe wird er durch die Drittvariable Alter neutralisiert. Darüber hinaus zeigen sich – ebenfalls exklusiv für die türkischstämmigen Befragten – signifikante Zusammenhänge zwischen Geschlecht und PC- bzw. Internetnutzung. Jungen und junge Männer nutzen signifikant häufiger PC und Internet als ihre weiblichen Altersgenossen (–.14 und –.13). Das Geschlecht spielt bei der PC- und Internetnutzung in der Aussiedlerstichprobe keine Rolle, dagegen zeigt sich hier ein signifikanter Koeffizient für den Zusammenhang von Geschlecht und PC-/Konsolenspielen – männliche Befragte spielen häufiger als weibliche.

34 Zur Operationalisierung der Bildungsvariable vgl. Abschnitt 5.1. Für die Variable Bildung wurden alle Korrelationen gegen die Variable Alter kontrolliert.

Insgesamt kann man mit Blick auf die Zusammenhangsanalysen festhalten, dass mehr und eindeutigere Zusammenhänge zwischen konventionellen soziodemografischen Variablen und der Individualmediennutzung der Befragten identifizierbar sind, als solche zwischen deutschen bzw. türkischem Sprachgebrauch und der Individualmediennutzung. Damit kann man sicher keine abschließende Entscheidung über die oben formulierten konkurrierenden Thesen treffen. Aber vor dem Hintergrund der Ergebnisse anderer Studien, in denen der Sprachgebrauch als stärkster Indikator für die integrationsspezifische Position von Migranten identifiziert und validiert werden konnte, zeigen sich zumindest eindeutige Hinweise auf eine starke Rolle der individuellen Lebenssituation (und hier insbesondere der Bildung der Befragten) für die Individualmediennutzung und Medienkompetenz von jungen Menschen mit Migrationshintergrund.

5.7 Zusammenfassung

Die Ergebnisse der Telefonbefragung, in der n = 302 Jugendliche und junge Erwachsene mit türkischem Migrationshintergrund und n = 303 Aussiedler aus der ehemaligen Sowjetunion bzw. Russland im Alter zwischen 12 und 29 Jahren befragt wurden, muss man in mehrfacher Hinsicht als heterogen bezeichnen. Schon bei der Beschreibung der Stichprobe hat sich gezeigt, dass der Altersschnitt der zwei Teilstichproben (mindestens) zwei sehr unterschiedliche Alterssegmente vereint. Auf der einen Seite Jugendliche, zum Teil noch Kinder, ab 12 Jahren, die in großen Teilen noch im Haushalt der Eltern leben, zur Schule gehen und in ihren Lebensgewohnheiten überwiegend durch den familiären Haushalt geprägt sind. Auf der anderen Seite junge Erwachsene, die in der Ausbildung oder berufstätig sind, einen eigenen Haushalt führen und selbstständig über ihre Lebensumstände entscheiden können.

Darüber hinaus hat sich schon bei der ersten Durchsicht der Stichprobendaten gezeigt, dass beide Populationen sehr unterschiedliche Migrationstraditionen repräsentieren, die sich zum Beispiel bei der Aufenthaltsdauer und der Staatsbürgerschaft der Befragten, aber auch im deutschen Sprachgebrauch zeigen. So sind in der türkischstämmigen Stichprobe die meisten in der zweiten Generation in Deutschland, während die Aussiedler größtenteils eigene Migrationserfahrung gemacht haben. Die jugendlichen Aussiedler sind in der überwiegenden Mehrheit schon mit der deutschen Staatsbürgerschaft ausgestattet, bei den türkischstämmigen Befragten sind es gerade 40 Prozent der Befragten. Ein Viertel der Aussiedler spricht in der Familie meistens oder überwiegend Deutsch, von den Befragten mit türkischem Migrationshintergrund ist es nicht einmal jeder Zehnte.

Die Daten zur ethnischen Identität im dritten Abschnitt dieses Kapitels bestätigen den Eindruck, dass es sich um zwei Gruppen handelt, die aus der Perspektive der Mehrheitsgesellschaft, also „von außen“ betrachtet vor allem den Migrationshintergrund gemeinsam haben, dass aber innerhalb dieser Populationen ganz unterschiedliche Positionen zur Mehrheitsgesellschaft und zur eigenen Herkunft bestehen. So ist die deutsche Sprachkompetenz in beiden Teilstichproben hoch, genauso wie der gesellschaftliche Druck auf beide groß ist, zumindest im professionellen Leben mehrheitlich die deutsche Sprache zu benutzen. Und mit Blick auf den Sprachgebrauch in der Freizeit, kann man nicht sagen, dass unter den Aussiedlern mehr Deutsch gesprochen wird als bei den türkischstämmigen Befragten, es wird nur häufiger auf die Herkunftssprache verzichtet, die Anteile derjenigen, die in ihrem Alltag nur noch Deutsch sprechen, sind höher. Und so zeigt sich, dass über alle betrachteten Indikatoren hinweg, die türkischstämmigen Befragten ihre ethnische Identität als Türken sehr stark pflegen und den Kontakt zur türkischen Herkunftsgesellschaft halten. Die Aussiedler dagegen konzentrieren sich stärker auf die deutsche Ankunftsgesellschaft. Dabei kann man nicht behaupten, dass sie weniger Wert auf ihre eigene ethnische Identität legen, da ja in ihrem Fall häufig das „Deutsch sein“ Teil dieser Identität ist. Der Kontext jedenfalls, in dem die russischen Aussiedler bis zu ihrer Migration nach Deutschland gelebt haben, ist für weitaus weniger Befragte ein Teil ihrer ethnischen Identität als es der türkische Kontext für die Türken und Deutschtürken in Deutschland ist.

In Bezug auf die Medienausstattung der Befragten, die häufig an die Ausstattung eines familiären Haushalts gebunden ist, schlagen sich die Altersunterschiede zwischen den Befragten stark nieder. So ist das Massenmedium Nr. 1, das Fernsehen in so gut wie jedem Haushalt verfügbar, über ein *eigenes* Gerät verfügen aber nur knapp 60 Prozent der 12- bis 19-jährigen Befragten – übrigens in beiden Stichproben. Auf der individuellen Ebene erreicht dann auch die Computerausstattungsquote die Werte für das Fernsehen. Ein PC gehört heute mehr zur alltäglichen Medienumgebung als etwa dezidierte Radiogeräte oder ein Zeitungsabonnement. Vor allem an die Stelle des Radios scheint mehr und mehr der MP3-Player zu treten. Zusammen mit multimediafähigen Mobiltelefonen kann man davon ausgehen, dass die Verbreitungsrate von MP3-tauglichen Abspielgeräten nahezu 100 Prozent beträgt. Das Mobiltelefon übrigens gehört bei 9 von 10 Befragten zum individuellen Besitz, ganz gleich ob 15 oder 28 Jahre alt, ob Aussiedler oder türkischer Migrationshintergrund.

Was die Zuwendung zu diesen Medien betrifft, folgt die Nutzung der Ausstattung. Fernsehen ist das wichtigste Massenmedium, und Computer und Internet beanspruchen deutlich mehr Zeit im Alltag der Befragten als Radiohören oder Zeitunglesen. Telefonieren mit dem Mobiltelefon und Musikhören via MP3 gehören häufig zusammen und sind im Alltag der Befragten präsent. Die russischen Aussiedler wenden sich stärker und häufiger exklusiv den deut-

schen Medien zu, während die türkischstämmigen Befragten stärker kombinieren und seltener auf Medien aus ihrem Herkunftskontext verzichten. Dabei lassen sich für die sprachgebundene Mediennutzung und die Pflege des Herkunftskontextes signifikante Zusammenhänge identifizieren, die soziale Interaktion mit der *deutschen* Mehrheitsgesellschaft verfolgen beide Populationen aber zum Teil unabhängig von der Nutzung der Medien aus dem Herkunftskontext.

Der Umgang mit den sogenannten Funktionsmedien ist für die meisten der Befragten ein Stück Alltag. Am Computer wird vor allem das Internet genutzt und dabei wiederum vor allem Messengerdienste, Suchmaschinen und E-Mail-Dienste, und auch hier spielt Musik im Format MP3 eine große Rolle. Die moderne Technik wird selbstbewusst und routiniert eingesetzt, auch wenn dies – vor allem bei jüngeren Befragten – zu Missverständnissen und Fehleinschätzungen der Gefahren neuer Medien führt. Das Mobiltelefon wird – häufig aus Kostengründen – in erster Linie auf seine Primärfunktion reduziert, Telefonieren und Kurznachrichten senden sind die dominierenden Anwendungen, Musik und Fotos finden sich auf vielen Mobiltelefonen, werden aber kaum (kostenpflichtig) heruntergeladen oder per Multimedianachricht versandt. Computerspiele sind vor allem bei den jüngeren Befragten eine beliebte Freizeitbeschäftigung, die jedoch nach Aussage der Befragten in den Familien stark kontrolliert wird.

Im Vergleich der beiden ethnischen Gruppen zeigen sich durchgängig etwas höhere Werte für die Nutzung digitaler Hardware und der multimedialen Dienste in der türkischstämmigen Population. Die befragten Aussiedler zeigten sich hier im Durchschnitt etwas zurückhaltender im Umgang mit den neuen Kommunikationsmedien. Insgesamt gesehen, und vor dem Hintergrund der Korrelationsanalysen, muss man aber konstatieren, dass die Nutzung der Funktionsmedien in beiden Populationen offensichtlich stärker mit dem soziodemografischen Profil der Befragten – und hier insbesondere mit der formalen Bildung – zusammenhängt als mit der sozialen Integration der Befragten. Es zeigte sich vergleichsweise deutlich: Je höher das Bildungsniveau, desto höher die Affinität zu den Funktionsmedien, je jünger die Befragten, desto eher nutzen sie Computerspiele, und männliche Befragte aus der Population der Aussiedler sind häufiger am PC oder im Internet beschäftigt als ihre weiblichen Altersgenossen.

Insbesondere vor dem Hintergrund der zuletzt genannten Befunde zur Bedeutung des sozialen Status der Befragten für ihren Medienumgang wird es interessant sein, die Daten für die zwei Stichproben unserer Studie den Daten der JIM-Studie gegenüberzustellen, in der Jugendliche mit und ohne Migrationshintergrund zu ihrer Medienausstattung und -nutzung befragt wurden.

6 Methode und Ergebnisse der Gruppendiskussionen[35]

Um den Umgang mit und die Einstellung zu neuen Medien wie Computer, Internet, Handy und Konsolen- sowie Computerspielen vertiefend zu erheben und soziokulturelle und milieuspezifische Faktoren der Mediennutzung und Medienkompetenz junger Menschen mit Migrationshintergrund zu identifizieren, wurden Gruppendiskussionen in Teilpopulationen der Grundgesamtheiten geführt, auf die sich die repräsentativen und quantitativen Telefonumfragen beziehen. Zielgruppe der Gruppendiskussionen sind Personen mit türkischem Migrationshintergrund und russische Aussiedler im Alter zwischen 12 und 19 Jahren – d. h. im Kindheits- und Jugendalter. Im Mittelpunkt der Gruppendiskussionen standen die Erfassung der Medienkompetenz der Kinder und Jugendlichen und die Ermittlung der Kontextbedingungen des Kompetenzerwerbs. In diesem Zusammenhang ist von Interesse, welche Kenntnisse und Nutzungsweisen die Eltern vor allem der jüngeren Zielpersonen im Umgang mit neuen Medien aufweisen, wie sie den Medienkonsum ihrer Kinder bewerten und inwiefern sie die Aneignung neuer Medien durch ihre Kinder unterstützend oder regulierend begleiten. Daher wurden auch Gruppendiskussionen mit Eltern durchgeführt.

6.1 Methode

Zur Erfassung der medienpädagogisch relevanten Aspekte des Umgangs der 12- bis 19-jährigen Kinder und Jugendlichen mit den Medien Computer, Internet und Handy sowie der Rolle von Computerspielen wurden zwischen dem 30. Oktober und 5. November 2008 in jeder der beiden Teilpopulationen zwei leitfadengestützte Gruppendiskussionen mit den Zielpersonen und eine Gruppendiskussion mit Eltern durchgeführt. Die Beschränkung der Gruppen-

35 Dieses Kapitel des Forschungsberichts basiert auf dem Projektbericht der result gmbh, Köln, der von Regine Hammeran erstellt wurde.

diskussionen auf das Segment der 12- bis 19-Jährigen wurde gewählt, um zum einen der besonderen Relevanz der Medienkompetenzproblematik in diesem Alterssegment Rechnung zu tragen. Zum anderen sollten möglichst homogene Diskussionsgruppen gebildet werden.

In jeder Teilpopulation (türkischer Migrationshintergrund/russische Aussiedler) wurden zwei homogene Gruppen im Alter zwischen 12 und 15 Jahren sowie 16 und 19 Jahren zusammengestellt. Wenn im Folgenden zur Unterscheidung dieser beiden Altersgruppen von „*Kindern* bzw. Jüngeren" gesprochen wird, bezieht sich das auf die Gruppen der 12- bis 15-Jährigen. Die Gruppen der 16- bis 19-Jährigen wird nachfolgend als „*Jugendliche* bzw. Ältere" bezeichnet. D. h. in beiden Fällen handelt es sich um *Arbeitsbegriffe,* die ausschließlich auf den Kontext der Studie beschränkt sind, deren Ergebnisse hier vorgestellt werden.

Um den milieutypischen Lebenskontexten der Befragten und der Rolle der Familie bei der Aneignung der neuen Medien Rechnung zu tragen, wurde zusätzlich je eine Diskussionsrunde mit den Eltern der 12- bis 15-jährigen Probanden abgehalten.[36] Alle Gruppendiskussionen wurden von dem Forschungsinstitut result gmbh, Köln, unter Leitung von Sabine Haas und Regine Hammeran durchgeführt und ausgewertet. Die Teilnehmer der Gruppendiskussionen wurden bewusst ausgewählt – es handelt sich also um *keine Zufallsstichproben*. Die Rekrutierung der Teilnehmer erfolgte durch zwei Testinstitute, Jim Marktforschung, Köln, und TrendCensus, Essen. Sie erfolgte Face-to-Face, mit der Zielsetzung einer Gleichverteilung der Zielpersonen nach Geschlecht und einer breiten Streuung nach Schulbildung.

Insgesamt nahmen 18 Kinder und Jugendliche sowie 9 Eltern in der Zielgruppe der russischen Aussiedler und 16 Kinder und Jugendliche sowie 8 Eltern in der türkischen Zielgruppe an den Gruppendiskussionen teil. Die Gruppen der Kinder und Jugendlichen setzten sich zu gleichen Anteilen aus Jungen und Mädchen zusammen. Für die Elterngruppen konnten deutlich mehr Mütter als Väter gewonnen werden. Hinsichtlich der Schulbildung wurde bei der türkischen Zielgruppe nahezu eine gleichmäßige Verteilung der Bildungsniveaus erreicht. In den Diskussionen mit den russischen Aussiedlern waren Teilnehmer mit höherer Bildung überrepräsentiert.

36 Diese Gruppendiskussionen fanden getrennt von den Diskussionen mit den 12- bis 15-Jährigen statt.

Tabelle 6.1: Die Zusammensetzung der Gruppendiskussionen

Geschlecht	Türkischer Migrationshintergrund		
	12- bis 15-Jährige	Eltern der 12- bis 15-Jährigen	16- bis 19-Jährige
Männlich	4	2	4
Weiblich	4	6	4
Gesamt	8	8	8

Geschlecht	Russische Aussiedler		
	12- bis 15-Jährige	Eltern der 12- bis 15-Jährigen	16- bis 19-Jährige
Männlich	5	3	4
Weiblich	4	6	5
Gesamt	9	9	9

Schule	12- bis 19-Jährige	
	Türkischer Migrationshintergrund	Russische Aussiedler
Volks-/Hauptschule	6	4
Weiterf. Schule	5	6
Abitur	5	8
Gesamt	16	18

Um ein vertrauenswürdiges und offenes Gesprächsklima zu schaffen, wurden die Diskussionsrunden jeweils durch muttersprachliche Moderatoren geleitet, welche die Diskussionen wahlweise in deutsch oder russisch bzw. türkisch moderierten. Die Gruppendiskussionen mit den russischen Aussiedlern fanden in Köln statt und wurden von Frau Prof. Dr. Swetlana Franken (FH Köln, Fakultät für Wirtschaftswissenschaften/FH Bielefeld, Fachbereich Wirtschaft) am 30. und 31. Oktober 2008 durchgeführt. Die Diskussionsrunden mit den türkischstämmigen Teilnehmern wurden von der Diplom-Psychologin Deniz Baspinar in Essen moderiert und fanden am 31. Oktober und 5. November 2008 statt.

Die Gesprächsrunden dauerten jeweils ca. zwei Stunden. Die Teilnehmer schilderten in den Gruppendiskussionen zunächst ihr Selbstverständnis und ihr Zugehörigkeitsgefühl innerhalb der deutschen Gesellschaft, um ihre spezifischen Anforderungen an mediale Inhalte und ihren Medienumgang vor diesem Hintergrund einordnen zu können. Exploriert wurde hier, welche Rolle die Herkunft der Befragten spielt, in welchen Freundes- und Bekanntenkreis sie eingebunden sind und welche Sprache im Alltag relevant ist. Anschließend wurden die Medienausstattung und Vorlieben für bestimmte Medien erhoben. Im Mittelpunkt der Gesprächsrunden mit den Kindern und Jugendlichen stand schließlich die Erfassung verschiedener Aspekte der Medienkompetenz der Befragten in Bezug auf die Medien Handy, PC und Internet sowie Spiele bzw. Spielkonsolen. Als Referenz für die „klassischen“ Medien wurde zudem der Stellenwert des Fernsehens diskutiert. Die Gesprächsrunden orientierten sich in dieser Phase eng an den in Kapitel 3 vorgestellten Dimensionen von Medien-

kompetenz nach Theunert (1999, 2008). Es wurde auf die Bereiche Medienwissen/Technikkompetenz, den reflexiven Umgang mit neuen Medien und Bewertungskompetenzen sowie verschiedene Aspekte eines aktiven und kreativen Medienumgangs (Handlungskompetenz) eingegangen.[37]

Im Mittelpunkt der Gesprächsrunden mit den Eltern stand neben den Fragen nach Selbstverständnis und Medienbedeutung die eigene Medienkompetenz der Eltern. Hier ging es darum, zu erfassen, über welches Wissen die Eltern in Bezug auf neue Medien verfügen und inwiefern sie den Kindern und Jugendlichen Hilfestellung im Umgang mit diesen Medien geben können. Es wurde diskutiert, welche Potenziale und Ängste bzw. Gefahren die Eltern mit den neuen Medien verbinden und welche Maßnahmen die Eltern ergreifen, um den Mediengebrauch ihrer Kinder zu unterstützen und zu regulieren.

Die Gesprächsrunden wurden sowohl auf Audio- als auch auf Videokassetten aufgezeichnet und anschließend wörtlich transkribiert. Die Auswertung erfolgte qualitativ-interpretierend auf Basis von post hoc entwickelten Kategorien. Zu diesem Zweck wurden die Argumente und Äußerungen geordnet und nach inhaltlichen Aspekten im Sinne einer vorsichtigen Gewichtung von Mehrheits- bzw. Minderheitsmeinungen analysiert. Auf Unterschiede hinsichtlich Migrationshintergrund, Alter und Geschlecht wird gesondert hingewiesen.

6.2 Ethnische Identität

Russische Spätaussiedler und deren Eltern

Einige der Kinder und Jugendlichen mit russischem Migrationshintergrund (Spätaussiedler aus Russland) sind in Deutschland geboren (vor allem die 12- bis 15-Jährigen), die Übrigen sind mit ihren Eltern im (Klein-)Kindalter nach Deutschland gekommen. Sie erleben sich (zum Ärger derjenigen Eltern, die sich als Spätaussiedler verstehen) mehrheitlich als russische Zuwanderer.[38] Nur einige der Kinder äußerten sich hier differenzierter: Man sei „zu 70 % deutsch“ bzw. „komplett deutsch, weil hier geboren“.

37 Beispielhafte Fragestellungen zu den einzelnen Dimensionen sind dem Interviewleitfaden zu entnehmen, der als PDF-Dokument unter http://www.lfm-nrw.de/forschung/schriftreihe auf der Homepage der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) abrufbar ist.

38 Die Diskussion um Selbstverständnis und Identität konnte mit den Jüngeren kaum ernsthaft geführt werden, da sich noch nicht alle mit der Identitätsfrage beschäftigt hatten. Bei den Kindergruppen fiel insgesamt auf, wie unterschiedlich der jeweilige Entwicklungsstand in dieser Altersgruppe ist. Es ist daher schwierig, sie als eine homogene Gruppe zu behandeln.

„Ich bin praktisch Deutscher. Ich kann vielleicht russisch, aber in der Schule werde ich fast wie ein Deutscher behandelt, es hat überhaupt keine Auswirkungen.“
(Mikhael, 12 Jahre, Russland)

„Ich fühle mich zu 70 % deutsch, weil ich hier lebe, aber 30 % sind russisch, weil ich da aufgewachsen bin.“ (Kyrill, 13 Jahre, Russland)

Anders als die Eltern und auch große Teile der 16- bis 19-Jährigen sprechen die Kinder akzentfrei deutsch. Ihren Freundeskreis beschreiben sie als „gemischt deutsch-russisch“, entsprechend sei auch die Sprachwahl: Mit russischen Freunden spricht man russisch, mit deutschen deutsch. Im Elternhaus wird dagegen durchgängig fast nur russisch gesprochen.

„Es gibt natürlich auch deutsche Freunde, aber die besten Freunde sind meistens russische oder polnische.“ (Oleg, 15 Jahre, Russland)

„Zu Hause spreche ich russisch, mit meinen Freunden deutsch.“
(Swetlana, 13 Jahre, Russland)

„Mit russischen Freunden spreche ich natürlich russisch, mit den deutschen deutsch.“
(Kristina, 13 Jahre, Russland)

Die Zufriedenheit mit ihrem Leben in Deutschland ist bei der Altersgruppe 12 bis 15 Jahre deutlich von der Lebenszufriedenheit der Eltern geprägt: Diejenigen, deren Eltern und Familienangehörige sich etabliert haben, fühlen sich deutlich stärker zufrieden, als Kinder, deren Eltern sich unwohl in Deutschland fühlen. Hier ist der Einfluss der Familie offensichtlich.[39] Von Ausgrenzungen in der Mehrheitsgesellschaft spricht dagegen in dieser Altersgruppe niemand, man werde von der deutschen Peergroup zwar als Ausländer identifiziert, aber nicht diskriminiert.

„Das sind nur Witzchen. Ich werde nicht diskriminiert, aber man nennt mich ständig Russe, aber freundschaftlich, das ist jetzt nicht als Beleidigung gedacht.“
(Alexej, 14 Jahre, Russland)

Vor allem bei den 16- bis 19-Jährigen finden sich viele, die im Kindesalter (zwischen drei und neun Jahren) mit ihren Eltern aus Russland nach Deutschland gekommen sind. Der Freundeskreis der Jugendlichen ist in Abhängigkeit vom Zuwanderer- bzw. Hier-Geboren-Sein-Status gemischt …

„Ich habe viele russische Freunde, aber ich treffe mich genauso mit Deutschen.“
(Elena, 18 Jahre, Russland)

---

39 Ein Beispiel ist eine Familie, in der die Mutter kein Deutsch spricht und die ältere Schwester in Deutschland so unglücklich war, dass sie zurück in die Ukraine gegangen ist. Das befragte Mädchen fühlt sich in Deutschland nicht wohl, obwohl sie es für sich nicht begründen kann.

„Die meisten meiner Freunde sind Russen." (Angelika, 17 Jahre, Russland)

… bzw. nur deutsch:

„Ich habe überwiegend mehr deutsche Freunde als russische."
(Inga, 18 Jahre, Russland)

„Hier in Deutschland habe ich gar keine russischen Freunde, alles nur deutsch."
(Anna, 18 Jahre, Russland)

Entsprechend ist auch die Sprachwahl im Freundeskreis deutsch oder gemischt. Ähnlich wie die Elterngruppe und anders als die 12- bis 15-Jährigen bevorzugten die jugendlichen Teilnehmer untereinander die russische Sprache. Genau wie die Kinder erleben sich die Jugendlichen durchgehend als russische Zuwanderer.

Zur Elterngruppe beider Zielgruppen sind überwiegend die Mütter erschienen. Sie fühlen sich offenbar in Hinsicht auf die Kindererziehung als Hauptzuständige. Auch wenn die meisten der befragten Frauen durchaus berufstätig sind, sehen sie den größten Part der Verantwortung für die Erziehung bei sich. Die Diskussionsrunden mit den Eltern der Spätaussiedler aus Russland fanden auf Deutsch statt, wobei die Teilnehmerinnen untereinander bevorzugt russisch sprachen. Bei allen war ein deutlich hörbarer Akzent feststellbar. Alle sind in Russland geboren, im Durchschnitt sind sie seit ca. 5 Jahren in Deutschland. Der wichtigste Grund, Russland zu verlassen, war für die meisten die wirtschaftliche Lage, die wenig Perspektive (auch für die Kinder) bot.

„Die wirtschaftliche Situation in Russland ist total schlecht, außerdem hatte ich für meine beiden Söhne große Angst vor der Armee." (Vater, Russland)

„Ich bin wegen meiner Tochter nach Deutschland gekommen. Sie soll es mal besser haben." (Vater, Russland)

Die aus Russland spätausgesiedelten Mütter und Väter sehen sich selber als „zwischen zwei Stühlen" sitzend: Sie fühlen sich in Deutschland als Russen, in Russland als Deutsche behandelt.

„Ich bin als deutsche Spätaussiedlerin nach Deutschland gekommen und in Russland habe ich gefühlt, dass ich zu dieser Nationalität gehöre. Und als ich nach Deutschland gekommen bin, habe ich plötzlich gefühlt, dass ich Russin bin. Das ist meine Kultur, meine Mentalität, und da bin ich auch stolz drauf." (Mutter, Russland)

Daher sieht sich die Mehrheit als russische Zuwanderer, der Bezug zu deutschen Vorfahren wird nur vereinzelt hergestellt und betont.

„Ich bin Spätaussiedler, aber nach acht Jahren in Deutschland würde ich sagen, dass ich zu 60 % russisch und zu 40 % deutsch bin. Weil alle meine Vorfahren deutsch sind, aber seelisch bin ich immer noch in Omsk.“ (Vater, Russland)

Alle berichten von erlebten Diskriminierungen in Deutschland, vor allem aufgrund der Sprache. Man hat das Gefühl, dass der hörbare Akzent bei den Deutschen den (unbegründeten) „Verdacht“ auslöst, dass man beruflich nicht so viel leisten kann, wie ein Deutscher. Vor diesem Hintergrund zeigen sich drei Eltern deutlich unzufrieden. Sie berichten von jahrelanger Arbeitslosigkeit bzw. von Problemen, einen der in Russland genossenen Ausbildung adäquaten Job zu bekommen.

„Wir leisten mehr als Deutsche, wir müssen uns mehr bemühen, um etwas zu erreichen.“ (Vater, Russland)

„Ich fühle mich nicht als Russe. Aber die Deutschen sehen mich so: Ich mache die gleiche Arbeit wie ein Deutscher und bekomme viermal weniger, weil ich keine deutsche Ausbildung habe. Meine Ausbildung in Russland wird nicht anerkannt, obwohl sie sehr gut war.“ (Vater, Russland)

Nur drei der befragten Eltern zeigen sich wirklich zufrieden, und drei finden zwar das Leben in Deutschland „bequem“, vermissen allerdings „menschliche Wärme“. Dies sei auch Ausdruck ihrer „russischen Mentalität“: Russen seien emotionaler, gehen stärker auf andere zu, „empfangen Fremde warm und zuvorkommend“.

„Ich fühle mich natürlich total von der russischen Kultur angezogen, ich bin Russin. In Deutschland ist es schon sehr bequem zu leben, aber von der Atmosphäre her finde ich es auffällig kalt.“ (Mutter, Russland)

Entsprechend habe man in erster Linie aus „Gleichgesinnten“ zusammengesetzte Freundeskreise, die ebenfalls aus Russland stammen. Dies erachtet man als sehr wichtig, da die Deutschen „grundsätzlich zu kalt und zu distanziert“ seien.

„Ich werde hier nicht anerkannt, deshalb ist es sehr gut, einen russischen Kreis zu haben, in dem sich die Leute miteinander verstehen.“ (Vater, Russland)

Türkischstämmige Kinder und Jugendliche und deren Eltern

Die türkischstämmigen Kinder und Jugendlichen unterscheiden sich lediglich in einem Punkt: Je jünger sie sind, desto weniger stellt sich die Identitätsfrage als Problem dar. Zumeist haben sich die 12- bis 15-Jährigen mit dem Thema noch gar nicht auseinandergesetzt und zeigen sich von der Frage überrascht.

Die Antwort ist dann allerdings bei allen gleich: „Wir sind Türken, die in Deutschland leben."

Man spricht selbstverständlich mit den Freunden deutsch – auch wenn sich der Freundeskreis durchaus „gemischt" gestaltet – und in der Familie türkisch und fühlt sich in beiden Identitäten „zu Hause".

„Zu Hause spreche ich türkisch, mit meinen Freunden deutsch."
(Sendar, m, 19 Jahre, Türkei)

Den „gemischten" Freundeskreis führen die Kinder und Jugendlichen darauf zurück, dass in der Schule ein großer Ausländeranteil ist, sodass sich diese multikulturellen Freundschaften „von selber" ergeben.

„Meine Freunde sind mehrheitlich Türken. Kam so durch die Grundschule, da war man mehr mit Türken zusammen und jetzt kennt man die halt besser als die Deutschen." (Yonca, w, 17 Jahre, Türkei)

Entsprechend zählen neben deutschen und türkischen Kindern auch Klassenkameraden aus dem Libanon oder aus Afghanistan zum engeren Freundes- und Bekanntenkreis. Über spezielle Diskriminierungserfahrungen berichten weder die Kinder noch die Jugendlichen.

Die türkischstämmigen Eltern sind überwiegend in Deutschland geboren, einige wenige der erschienenen Frauen sind sogenannte „Heiratsmigrantinnen". Die ProbandInnen sprechen in den Gruppen türkisch, zeigen sich glücklich, in „ihrer" Sprache miteinander reden zu können. Wenige Frauen, die Kopftuch tragen, berichten von einschlägigen Vorurteilserfahrungen:

„Ich habe als Kopftuchträgerin als Objektleiterin gearbeitet und ich wurde von den Kollegen nicht freundlich empfangen. Nachdem ich den Schleier abgelegt habe, wurde ich akzeptiert." (Mutter, Türkei)

Andere zeigen sich moderner und können diese Erfahrungen für sich nicht bestätigen.

Die Türkei ist die „Heimat", die man liebt.

„Ich bin in Deutschland aufgewachsen, fühle mich daher hier wohler als in der Türkei. Trotzdem liebe ich meine Heimat Türkei." (Mutter, Türkei)

Trotz allem fühlt man sich jedoch in Deutschland wohler als in der Türkei, bei Türkeiaufenthalten vermisst man Deutschland.

„Obwohl ich regelmäßig in der Türkei bin, vermisse ich dann Deutschland."
(Mutter, Türkei)

Vergleich der beiden Populationen

Die Gruppen der Personen mit türkischem Migrationshintergrund unterscheiden sich von denen der Spätaussiedler aus Russland in erster Linie durch eine längere und damit intensivere Migrationserfahrung. Bereits die befragten Eltern mit türkischem Migrationshintergrund zählen mindestens zur zweiten Generation. Je jünger die befragten Kinder bzw. Jugendlichen sind, desto weniger haben sie sich bislang mit der Identitätsfrage auseinandergesetzt. Über einschlägige Diskriminierungserfahrungen berichten in dieser Gruppe lediglich die Mütter, die sich (durch das Tragen eines Kopftuches) äußerlich sichtbar zu ihrer Religion bekennen. Dennoch fühlen sich alle Probanden mit türkischem Migrationshintergrund in Deutschland zu Hause und sicher. Während die Mütter durch die Verwendung der türkischen Sprache untereinander noch einen stärkeren Bezug zur früheren Heimat aufweisen, sprechen die Jugendlichen und Kinder untereinander wie selbstverständlich Deutsch, dies ist für sie die Alltagssprache, mit der sie sich innerhalb der Peergroup bewegen. Probanden aus Russland zeigen sich zumindest über die Sprache zumeist stärker „heimatverbunden“: Sowohl die Eltern als auch die 16- bis 19-Jährigen sprechen untereinander russisch, wird ins Deutsche gewechselt, ist bei Eltern und Jugendlichen ein deutlicher Akzent zu verzeichnen. Fast alle Kinder und Jugendlichen sind im (Klein-)Kindalter mit ihren Eltern nach Deutschland gekommen, zählen in diesem Sinne also zur ersten Generation. Entsprechend fällt es ihnen schwerer, für sich eine klare Identitäts-Definition zu entwickeln: Man ist noch nicht so weit wie viele Personen mit türkischem Migrationshintergrund, die sich eine eigene „Zwischen-Identität“ als „Türke in Deutschland“ geschaffen haben, sondern „rudert“ noch hin und her, indem man sich „prozentual“ leicht stärker der „alten“ Heimat (Russland) verbunden fühlt. Dies wird nur durch die ganz jungen Teilnehmer aufgehoben: Für sie ist klar, dass das Geburtsland – bei einigen Deutschland, bei den meisten Russland – die Identität jeweils stärker bestimmt. Stärker als die türkische Vergleichsgruppe berichten die erwachsenen Spätaussiedler aus Russland über Vorurteilserfahrungen. Insbesondere beruflich sind ihnen seit ihrer Ankunft viele Steine in den Weg gelegt worden: Russische Schulabschlüsse/Berufsausbildungen werden nicht anerkannt, man arbeitet „unter Wert“ und sieht sich nicht zuletzt auch aufgrund des hörbaren Akzents vielen beruflichen Vorurteilen ausgesetzt. Den geringsten Unterschied in ihrer Selbstwahrnehmung weisen die 12- bis 15-jährigen Kinder auf: Weder der türkische noch der russische Migrationshintergrund spielt für ihr Selbstverständnis – bislang – eine Rolle. Dieses Ergebnis dürfte stark dem Entwicklungsstand der Kinder dieser Altersgruppe geschuldet sein: Die Peergroup beider Gruppen ist v. a. durch Kinder mit Migrationshintergrund geprägt, so dass Diskriminierungserfahrungen bislang nicht wahrgenommen bzw. spielerisch umgangen werden konnten.

6.3 Medienausstattung und Nutzungspräferenzen

Medienausstattung

Alle Familien sind mit den „gängigen“ Medien bestens ausgestattet: Über einen Fernseher verfügen alle Haushalte, die meisten Kinder haben zudem ein eigenes Gerät im Kinderzimmer, das sie, je nach individueller Situation, mit den Geschwistern teilen. Ähnlich sieht es mit dem PC aus: Nahezu alle Befragten mit russischem Migrationshintergrund verfügen im Haushalt über einen PC/Laptop, nur 2 Befragte mit türkischem Migrationshintergrund können zu Hause keinen Computer nutzen. Auch hier berichten viele Kinder und Jugendliche, dass sie entweder am PC der Eltern arbeiten bzw. darüber ins Internet gehen oder aber sich mit mehreren Geschwistern einen PC teilen. Dass MP3-Player und Digicam ebenfalls fast flächendeckend vorhanden sind, liegt vor allem daran, dass die Handys mittlerweile fast alle mit diesen Features ausgestattet sind.

Vergleicht man die beiden Migrationsgruppen, fallen tendenzielle Unterschiede ins Auge: Von 27 Diskussionsteilnehmern, die einen russischen Migrationshintergrund aufweisen, verfügen mit 26 Personen bzw. Haushalten nahezu alle über einen Internetzugang. Dies fällt in den teilnehmenden Haushalten mit türkischem Migrationshintergrund leicht geringer aus. Umgekehrt waren die Diskussionsteilnehmer aus den türkischen Haushalten tendenziell besser mit Spielkonsolen ausgestattet.

Wichtigkeit und Nutzung

Fernseher, Handy, PC (Laptop) und Internetzugang gelten bei den meisten als nahezu unverzichtbar. Dabei übernehmen die ersten drei genannten Medien zumeist unterschiedliche Funktionen: Der Fernseher gilt vor allem bei den Kindern/Jugendlichen als „Medium gegen Langeweile“; den Eltern ist er zudem wichtig für die aktuelle Informationsaufnahme. Das Handy wird spontan vor allem für die Erreichbarkeit genutzt; Kinder und Eltern bezeichnen es als wichtig, wenn man in einer „Notlage“ ist. Das Handy ist das Medium, das in den Haushalten so häufig vorhanden ist, wie es Familienmitglieder gibt – oft berichten die Kinder/Jugendlichen zudem, dass der Vater oder die Mutter über zwei Handys verfügen.

Die Wichtigkeit des PC/Laptops rührt vor allem daher, dass es ohne ihn nicht möglich ist, das Internet zu nutzen. Vor allem Kinder und Jugendliche geben an, den PC fast ausschließlich dazu zu nutzen, sich ins Internet einzuwählen. Einige Teilnehmer betonen, der PC mit dem dazugehörigen Internetanschluss ersetze mittlerweile einige der anderen Medien: So könne man über das Internet Filme schauen, Musik hören, kaufen und verkaufen etc.

Die Wichtigkeit von Internet, Handy, PC/Laptop und Fernseher zeigt sich auch im Ranking der einzelnen Medien. Diese vier Medien gehören unmittelbar zum Alltag der Befragten, man nutzt sie täglich, sie sind aus dem Alltagsleben nicht mehr wegzudenken. Tendenzielle Unterschiede im Ranking zeigen sich im Geschlecht: Das Handy ist eher für Mädchen wichtig (15 von 17 vs. 12 von 17), Jungen geben tendenziell dem PC/Laptop den Vorzug (16 von 17 vs. 9 von 17). Das im Vergleich zu den russischstämmigen Befragten geringere Interesse der türkischstämmigen Befragten an Internet und PC/Laptop ist in erster Linie auf die Haltung der türkischstämmigen Mütter zurückzuführen. Sie gehören zumeist zu der Gruppe der gering Gebildeten. Auch im weiteren Gesprächsverlauf wird deutlich, dass auf ihrer Seite die größten Unsicherheiten im Umgang mit den neuen Medien – insbesondere dem Internet – zu verzeichnen sind.

Mit dem Fernseher sind die Befragten sozialisiert, vor allem ältere Jugendliche sehen aber seine Ersetzbarkeit durch das Internet bzw. die Möglichkeit, über den PC Filme (entweder als Download oder als Leih-DVD) zu nutzen. Vor die Wahl gestellt, würde man entsprechend eher auf den Fernseher als auf einen internetfähigen PC verzichten. Einen wichtigen Vorteil vor dem Fernseher hat auch die Portabilität von Handy und Laptop. Die meisten Kinder/Jugendlichen wünschen sich daher – sofern noch nicht vorhanden – einen internetfähigen Laptop, den man dann „auch mal mit zu Freunden nehmen kann“.

MP3-Player nutzt man im Gegensatz zu den vier Spitzenreitern nicht täglich, sondern eher in Einzelfällen („wenn mir unterwegs langweilig ist“). Entsprechend landet dieses Medium auf einem eher hinteren Rang. Zudem verfügen mittlerweile auch viele Handys über die Möglichkeit, Musik zu speichern und abzuspielen.

Tageszeitung und Radio verdanken ihren sechsten bzw. siebten Platz im Ranking den Jugendlichen zwischen 16 und 19 Jahren. Für die Kinder zwischen 12 und 15 Jahren sind diese beiden Medien nicht relevant. Insbesondere die Tageszeitung wollten viele der 12- bis 15-jährigen Kinder beider Migrationsgruppen aus ihrem Ranking komplett streichen.

Das Radio ist als integrierter Bestandteil anderer elektronischer Medien bereits so selbstverständlich, dass es als eigenes Medium zumindest bei den jüngeren Kindern keinerlei Relevanz mehr besitzt und laut ihren Aussagen auch nicht gezielt eingeschaltet wird.

Die regelmäßige Nutzung pendelt sich vor allem bei den Medien Internet, Handy, Computer/Laptop und Fernseher ein und bestätigt damit das zuvor beschriebene Ranking. Es scheint, als seien die übrigen Medien eher Zusatzmedien, die in bestimmten Situationen oder Stimmungen genutzt werden, nicht aber zum täglichen Gebrauch bestimmt sind.

Im Nutzungsrepertoire der elektronischen Medien überhaupt nicht mehr vorhanden ist der Plattenspieler. Er gilt als „vorsintflutliches Relikt“, nur einige der Spätaussiedler aus Russland geben an, in der „alten Heimat“ noch „so ein Gerät“ zu haben. Ein ähnliches Schicksal teilt der Kassettenrekorder, und auch der Walkman gehört zu den Medien, an die man sich kaum mehr erinnert.

6.4 Medienkompetenz

Im Folgenden werden das Wissen, die Fähigkeiten und die Fertigkeiten im Umgang mit den Medien Handy, PC / Laptop, Internet, Spiele/Spielkonsolen sowie Fernsehen näher beleuchtet. Dabei wird auf der einen Seite der Wissens- und Fähigkeitsstand der befragten Kinder und Jugendlichen beschrieben, auf der anderen Seite wird dargelegt, wie die Eltern mit den einzelnen Medien umgehen, welche Kompetenz sie sich selber und ihren Kindern zuschreiben und wie sie versuchen, mit Gefahren einzelner Medien umzugehen. Die verschiedenen Aspekte der Wissens-, Reflexions- und Handlungsdimension werden pro untersuchtem Medium zusammengefasst beleuchtet. Anhand einer imaginierten Rechercheaufgabe wird zusätzlich der Medienumgang der Kinder und Jugendlichen über die Medien hinweg betrachtet. Auf Unterschiede hinsichtlich Migrationsgruppe, Alter und Geschlecht wird gesondert hingewiesen.

Handy

Das Handy gehört bei allen befragten Kindern und Jugendlichen – unabhängig vom Herkunftsland – zur medialen Grundausstattung. Auch die Jüngeren verfügen zum Teil bereits seit mehreren Jahren über ein eigenes Handy; das „Einstiegsalter“ liegt bei allen Kindern bzw. Jugendlichen zwischen 10 und 12 Jahren. Der Wunsch nach einem Handy ist bei den meisten befragten Kindern und Jugendlichen dadurch ausgelöst worden, dass „alle“ in der Peergroup über eines verfügen und man selber nicht zurückstehen wollte. Zum Teil berichten die Kinder/Jugendlichen, ihre Eltern erst (z. B. mit guten Schulnoten) zu einem eigenen Handy überredet zu haben. Bei vielen war das erste Handy dann ein Gebrauchtes von den älteren Geschwistern oder den Eltern selber.

„Das, was ich davor hatte, war ein Handy aus dem Mittelalter.“
(Mikhael, 12 Jahre, Russland)

„Ich habe das alte von meinem Bruder bekommen.“ (Alina, 13 Jahre, Russland)

„Meine Eltern haben erst gesagt, du bist noch zu jung für ein Handy, da musste ich sie erst mal ein bisschen überreden. Ich habe ihnen gesagt, dass alle meine Freunde auch eins haben. Das hat genutzt.“ (Cangül, w, 16 Jahre, Türkei)

Bei der Wahl des ersten – gebrauchten – Handys zeigen sich die Eltern pragmatisch: Dies sei zum einen kostengünstiger gewesen, zum anderen habe das Kind erst einmal „lernen können, wie man damit umgeht“, um dann später im Umgang mit einem Handy „nach Wunsch“ souveräner zu sein.

„Ich fand es sinnvoller, ihr erst mal ein altes zu geben. Wenn sie damit dann Unsinn macht, ist der Verlust nicht so groß.“ (Mutter, Russland)

„Ich wollte erstmal sehen, ob er es nur haben wollte, weil alle eins haben, oder ob er es auch benutzt.“ (Mutter, Türkei)

In der Wahl des Wunsch-Handys zeigt sich ebenfalls eine starke Orientierung an der Peergroup: „Ich habe das, das alle in meiner Umgebung haben“. Wichtigste Features sind für die befragten Kinder/Jugendlichen die Möglichkeit, mit dem Handy Musik hören, fotografieren und spielen zu können.

„Für mich war wichtig, Musik hören zu können, es muss laut sein.“ (Artur, 16 Jahre, Russland)

„Fotografieren, MP3 hören und spielen ist mir wichtig.“ (Slava, m, 18 Jahre, Kristina, 13 Jahre, Russland/Cangül, w, 16 Jahre, Yonca, w, 17 Jahre, Türkei)

„Ich höre viel Musik damit.“ (Sezen, w, 17 Jahre, Türkei)

„Dass es laut ist, dass man es zum Musikhören nutzen kann.“ (Ösgün, w, 12 Jahre, Türkei)

Im Blick auf Aussehen und Ausstattung finden sich klare Geschlechtsunterschiede: Für Mädchen muss es vor allem „elegant“ aussehen:

„Viel Speicher, Aussehen … meine ganze Gegend [soziale Umgebung] hat das gleiche Handy.“ (Büsca, w, 14 Jahre, Türkei)

„Mir ist das Design wichtig, es muss elegant aussehen, flach und schick.“ (Anna, 18 Jahre, Russland)

„Das Wichtigste ist das Design des Handys, klein, flach und schön.“ (Slava, m, 18 Jahre, Russland)

„Die Form muss schmal und nicht so dick sein, dann ist das Akku auch wichtig, da habe ich mich beraten lassen.“ (Cangül, w, 16 Jahre, Türkei)

Für Jungen steht die technische Ausstattung an erster Stelle: Speicherkapazität, Fotoqualität und Stärke des Akkus wurden von ihnen immer wieder genannt:

„Mir war wichtig, dass es Musik spielen kann, eine Kamera hat, viel Megapixel, da habe ich drauf geachtet.“ (Hakan, m, 15 Jahre, Türkei)

„Fünf Megapixel muss es mindestens haben.“ (Emre, m, 14 Jahre, Türkei)

„Ich habe darauf geachtet, wie gut die Qualität ist, die allgemeine Fotoqualität.“
(Slava, m, 18 Jahre, Russland)

„Speicherplatz und Kamera.“ (Salih, m, 18 Jahre, Türkei)

„Meine erste Frage ist nach dem Akku.“ (Dogan, m, 19 Jahre, Türkei)

Bei der Auswahl, die die Eltern zumeist den Kindern überlassen, lassen sich die Befragten von Freunden, Werbespots und Anzeigen „beraten“. Man fühlt sich auf der „sicheren“ Seite, wenn man „das Allerneueste“ und damit der Peergroup gegenüber einen Vorsprung hat.

„Ich habe das Allerneueste, dann haben die anderen mir das nachgekauft.“
(Hakan, m, 15 Jahre, Türkei)

„Ich gucke bei den Freunden rum.“ (Alina, 13 Jahre, Russland)

Je älter die Befragten, desto intensiver findet eine Informationsrecherche statt. Statt sich nur auf Ratschläge von Freunden zu verlassen, werden Zeitschriften oder Experten in entsprechenden Läden zu Rate gezogen. Ein Unterschied zwischen den Migrantengruppen lässt sich hier nicht finden.

„Erst mal sieht man das Modell im Fernsehen. Dann geht man in den Handyladen und lässt sich da informieren.“ (Cangül, w, 16 Jahre, Türkei)

„Man nimmt sich Beispiele, ich mache das über Fernsehen oder Zeitschriften.“
(Dogan, 19 Jahre, Türkei)

Die Einrichtung des Handys haben entweder der (technikaffine) Vater, ältere Geschwister (oft Brüder) oder Freunde übernommen.

„Ich lasse mich da selber beraten, zum Beispiel von meinem Bruder, ich denke, der hat mehr Erfahrung und kennt sich damit aus.“ (Ersin, m, 13 Jahre, Türkei)

„Mein Vater macht mir die Programme drauf.“ (Kristina, 13 Jahre, Russland)

„Fortgeschrittene“, die bereits über ein zweites oder drittes Handy verfügen, richten selber ein. So haben mehrere der Jugendlichen auch ihren Müttern bei der Wahl des neuen Handys beratend zur Seite gestanden.

„Mein Vater hat mein erstes Handy eingerichtet. Mittlerweile kann ich das selbst.“
(Elena, 18 Jahre, Russland)

„Ich habe das selber eingerichtet. Ist ja jetzt mein drittes Handy, irgendwann kann man das. Vorher habe ich mir das von Freunden zeigen lassen.“
(Sendar, m, 19 Jahre, Türkei)

„Meine Mutter wollte sich ein neues Handy kaufen und hat von so was überhaupt keine Ahnung Da bin ich dann mitgegangen, und wir haben uns beraten lassen.“
(Cangül, w, 16 Jahre, Türkei)

Internet oder Fernsehfunktionen hat niemand. Hier zeigen sich sowohl die Kinder als auch die Jugendlichen erstaunlich differenziert: Diese Features seien zu aufwendig und auch zu teuer, als dass man sie nutzen würde. Würde sich allerdings die Kostenfrage nicht stellen, wären zumindest die Jungen – unabhängig vom Migrationshintergrund – begeistert von dieser Möglichkeit.

„Manche Handys haben die Möglichkeit, ins Internet zu gehen, das würde ich nie machen, das ist mir zu teuer.“ (Yonca, w, 17 Jahre, Türkei)

„Wenn das nicht so teuer wäre, würde ich es machen.“ (Salia, w, 16 Jahre, Türkei)

„Nein, Fernsehen kann mein Handy nicht, will ich aber auch gar nicht wegen der Kosten.“ (Oleg, m, 15 Jahre, Russland)

Zumindest bei den 12- bis 15-Jährigen scheint die eigentliche Aufgabe des Handys – anrufen und angerufen werden – nicht auf Platz 1 in der Rangfolge zu stehen. Hier übernimmt das Handy eher die Funktion eines „Sittenwächters“: Die Eltern bestehen z. B. darauf, von unterwegs angerufen zu werden, in dem Bestreben, „jederzeit zu wissen, wo sich mein Kind gerade aufhält.“ Diese „Kontrollfunktion“ nutzen sowohl Eltern mit russischem als auch mit türkischem Migrationshintergrund.

„Meine Mama anrufen, nach der Schule. Wenn ich nach Hause komme, sage ich ihr Bescheid.“ (Ösgün, w, 12 Jahre, Türkei)

„Ich rufe meine Mutter an, wenn ich z. B. länger bei einem Freund bleibe oder so.“
(Ersin, m, 13 Jahre, Türkei)

„Meine Mutter lässt mich nicht raus, wenn ich mein Handy nicht dabei habe, denn sie möchte dann immer, dass ich erreichbar bin.“ (Michelle, 15 Jahre, Russland)

„Ich habe ein Handy, seit ich in der ersten Klasse war. Mein Vater musste mich immer erreichen, weil ich immer zum Training fahren musste.“
(Kristina, 13 Jahre, Russland)

„Kurz Bescheid sagen, wann man kommt.“ (Burak, m, 12 Jahre, Türkei)

Für die 16- bis 19-Jährigen dagegen ist die wichtigste Funktion des Handys die Kommunikation, wobei längere Telefonate auch für sie nicht im Mittelpunkt stehen, eher das „schnelle Kontaktieren“, um sich zu verabreden. SMS und Telefonieren stehen sich dabei in nichts nach.

„Das Telefonieren ist das Allerwichtigste.“ (Cangül, w, 16 Jahre, Türkei)

„Die Erreichbarkeit, dafür ist das Handy da." (Salih, m, 18 Jahre, Türkei)

„SMS, wenn man gerade nicht sprechen kann, oder gleich anrufen."
(Slava, m, 18 Jahre, Russland)

„Es ist eigentlich nur dafür gedacht, dass man sich kurz verabredet. Nur wenn man sich länger nicht sieht, dann erzählt man sich auch was."
(Nika, 19 Jahre, Russland)

Die „Kontrollfunktion" durch die Eltern erleben auch die jugendlichen Befragten zwischen 16 und 19 Jahren – hier sind es allerdings vornehmlich Jugendliche mit türkischem Migrationshintergrund, die davon berichten. Während die Kinder die ständige Erreichbarkeit für die Eltern kaum in Frage stellen, zeigen sich die Jugendlichen hier tendenziell verärgert und versuchen, die Eltern auszutricksen.

„Die [Eltern] rufen dauernd an, ich sage immer, ich komme gleich nach Hause und nach einer Stunde rufen sie wieder an." (Cangül, w, 16 Jahre, Türkei)

„Es ist ja auch okay, wenn die Eltern mal fragen, wo bist du, was machst du, wann kommst du. Das nervt aber auch manchmal." (Sendar, m, 19 Jahre, Türkei)

„Abschalten geht ja nicht, weil dann mein Vater sagt, dass ich es gar nicht brauche. Aber ich gehe manchmal nicht ran." (Dogan, m, 19 Jahre, Türkei)

Die türkische Elterngruppe gibt diese Kontrollfunktion auch ohne Zögern zu:

„Mit dem Handy kann man die Kinder gut kontrollieren, wenn was passiert, können sie sich jederzeit bei den Eltern melden." (Mutter, Türkei)

„Meine Kinder haben alle ein Handy. Dient nur der Erreichbarkeit, nicht zur Unterhaltung." (Mutter, Türkei)

„Da hat man die Kinder auch ein bisschen mit unter Kontrolle. Aber ich weiß, dass meine Kinder schlau sind." (Mutter, Türkei)

Je älter die Befragten, desto wichtiger wird die SMS-Funktion. Die verwendete Sprache der Jugendlichen mit türkischem Migrationshintergrund für SMS ist deutsch, da es in erster Linie dem Kontakt mit der Peergroup dient, mit der man sich auch im Alltag zumeist auf Deutsch unterhält. Jugendliche Spätaussiedler aus Russland kontaktieren per SMS ebenfalls in erster Linie ihre gleichaltrigen Freunde in Deutschland. Solange es sich um russischsprachige Freunde handelt, ist die verwendete SMS-Sprache häufig russisch, allerdings zumeist mit lateinischen Buchstaben. Dies liegt allerdings weniger an den Features des Handys als vielmehr daran, dass man kyrillisch häufig besser handschriftlich als über Tastaturen beherrscht. Dies „dauert" zu lange, weshalb man sich mit den lateinischen Buchstaben in der „eigenen" Sprache be-

dient. Von einer Kommunikation per SMS mit Verwandten/Freunden in der Türkei bzw. in Russland war dagegen in den Gruppendiskussionen keine Rede. Das Handy scheint für eine derartige „Brückenfunktion“ zwischen Herkunfts- und Ankunftsgesellschaft keine große Rolle zu spielen. Vielmehr erwies sich für die Kommunikation mit der Verwandtschaft im Herkunftsland das Internet als relevant, wie später noch gezeigt wird.

Eine spontane Antwort auf die Frage nach den Gefahren des Handys war bei jugendlichen Mädchen – unabhängig vom Herkunftsland – das „Strahlen-Risiko“, vor dem vor allem die Mütter „immer warnen“ würden. Die Mütter scheinen in ihrer auf mangelnde Kompetenz zurückzuführenden Hilflosigkeit auf sämtliche Risiken, die sie in Zeitschriften oder Fernsehberichten finden, zurückzugreifen, um den Handygebrauch der jungen Mädchen einzuschränken. Diese Warnungen treffen bei den befragten Jugendlichen allerdings auf wenig Gehör: Sie glauben nicht daran.

„Die Strahlen sollen schädlich sein. Hat zumindest meine Mutter gesagt, aber ich nehme das nicht ernst.“ (Cangül, w, 16 Jahre, Türkei)

„Strahlung, ich habe aber noch nichts davon bemerkt.“
(Yonca, w, 17 Jahre, Türkei)

„Ich glaube nicht an dieses Gerücht mit der Strahlung.“ (Nika, 19 Jahre, Russland)

Andere Gefahren werden in „Kostentricksereien“, wie z. B. bei Klingelton-Abonnements, die man versehentlich eingeht, oder in teuren Rückrufnummern gesehen. Vor allem Jungen haben diese Erfahrungen am eigenen Leib gemacht, andere haben zumindest im Freundes- und Bekanntenkreis davon gehört. Eine gewisse Vorsicht lassen mittlerweile alle walten, und sei es, um Ärger mit den Eltern zu vermeiden.

„Ich habe aus Versehen so ein Abo gemacht. Spy Game. Das war so ein Internetstand, da bekam man ein Gratisspiel. Da habe ich meine Handynummer eingegeben, die haben mir ein Passwort geschickt, das habe ich im PC eingegeben und dann stand da, ‚Ihr Abo wird gebucht‘. Ich wusste nicht, wie ich das wegmachen kann.“
(Hakan, m, 15 Jahre, Türkei)

„Mir ist das mal passiert, als ich kleiner war, da hatte ich plötzlich so ein Abo und da wurde immer Geld abgezogen, bis ich nichts mehr hatte. Dann habe ich die Karte weggeworfen. Ich habe erst im Nachhinein erfahren, dass ich das hätte kündigen können.“ (Slava, m, 18 Jahre, Russland)

„Ich musste meinem Vater versprechen, dass ich vorsichtiger bin, sonst würde er mir das Handy abnehmen. Seitdem mache ich da auch nichts mehr.“
(Büsca, w, 14 Jahre, Türkei)

„Mein Bruder hat mir von solchen Sachen erzählt. Dem ist das passiert und seitdem passe ich auf.“ (Nika, 19 Jahre, Russland)

„Meiner Klassenlehrerin ist das mit diesen teuren Rückrufnummern passiert."
(Mikhael, 12 Jahre, Russland)

Weitere Risiken, wie z. B. die ungefragte Weiterleitung von Bildern oder das Phänomen des „happy slapping", scheinen dagegen als Gefahrenpotenziale der alltäglichen Handynutzung wenig präsent zu sein. Die Kinder und vor allem die Jugendlichen zwischen 16 und 19 Jahren kennen diese Gefahren zwar aus dem Freundes- und Bekanntenkreis, und auch mitgefilmte Prügeleien sind aus der Schule bekannt, man ist aber selber damit – angeblich – noch nicht konfrontiert worden. Zwar wird als Vorsichtsmaßnahme angegeben, dass man Bilder nur im engsten Freundeskreis verschicke, ansonsten sind diese Phänomene für die Kinder und Jugendlichen in den Gruppendiskussionen kaum Thema. Einzig in der Gruppe der türkischstämmigen Jugendlichen wird der Sachverhalt etwas lebhafter diskutiert. Hier wird zum Beispiel berichtet, dass an einer Schule seit einem solchen Zwischenfall Handyverbot bestehe.

„Ich schicke keinen Leuten Bilder von mir oder so, nur meinen Freunden."
(Kristina, w, 13 Jahre, Russland)

„Auf meiner alten Schule war ein Mädchen, die hatte ein Video von sich selbst und das hat sie einer Freundin im Vertrauen weitergeschickt über Bluetooth. Und am Ende hatte das die ganze Schule und sie hat sich dafür geschämt."
(Yonca, w, 17 Jahre, Türkei)

„Mir ist das auch schon passiert, auf einer Klassenfahrt hat mich einer beim Duschen aufgenommen, der hat es nicht verschickt, aber gezeigt."
(Dogan, m, 19 Jahre, Türkei)

„An unserer Schule wurde ein Junge verprügelt und alle standen drum herum und haben das aufgenommen. Dann gab es auch Handyverbot an der Schule, das besteht immer noch." (Sezen, w, 17 Jahre, Türkei)

Auch in den Elterngruppen werden Gefahren wie Mobbing per Handy oder „happy slapping" kaum wahrgenommen. Zwar gibt es in der Hinsicht ein diffuses Gefahrenbewusstsein, was sich darin äußert, dass zum Beispiel SMS der Kinder kontrolliert werden:

„Auch ich kontrolliere, meine Tochter weiß das. SMS schaue ich mir an. Das tue ich nur deswegen, um zu sehen, ob meine Kinder negativen Einfluss haben."
(Mutter, Türkei)

Direkt wird von den Eltern auf gewalthaltige Bilder oder Videos nicht eingegangen. Stattdessen werden eher die hohen Kosten als Gefahrenquelle genannt. Außerdem meinen sie, durch Erklärung und Anleitung die Kinder/Jugendlichen ausreichend schützen zu können:

„Gleich von Anfang an erklären. Das habe ich beiden Kindern beigebracht, über Handy nur wichtige Informationen mitzuteilen, wenn du klatschen willst, dann Festnetz.“ (Mutter, Russland)

Zusätzlich wird von den Eltern das Spielen am Handy kritisch eingeschätzt, da man es kaum unterbinden könne:

„Sie benutzen dieses Handy auch als Spielkonsole. Mein Sohn spielt immer, überall, ich kann es nicht kontrollieren. Bei Computer oder Internet kann ich es machen, aber beim Handy nicht. Deshalb kaufe ich meinem Sohn nur ganz einfache Geräte und billige.“ (Vater, Russland)

Die Zahlung der Handykosten ist unterschiedlich geregelt und stark vom Alter der Befragten abhängig: Während die 12- bis 15-Jährigen fast durchgängig eine – von den Eltern als zusätzliches Taschengeld finanzierte – Prepaidcard (im Durchschnitt ca. 15 Euro) haben, verfügen vor allem Ältere aus der Gruppe der 16- bis 19-Jährigen mittlerweile über ein Vertrags-Handy. Allerdings berichten auch diese Befragten, anfangs ein Karten-Telefon besessen zu haben. Je älter die Kinder werden, desto mehr trauen die Eltern ihnen einen verantwortungs- und kostenbewussten Umgang mit dem Handy zu, und es werden Verträge abgeschlossen. Auch diese Kosten werden zum Teil von den Eltern übernommen oder vom Taschengeld selbst bestritten.

„Kein Vertrag, nein, eine Karte. Ich bekomme einmal im Monat von meinen Eltern eine Karte für 15 Euro. Wenn die früher leer ist, bekomme ich eine neue.“ (Hatice, w, 14 Jahre, Türkei)

„Erst Prepaid, dann Vertrag.“ (Yonca, w, 17 Jahre, Türkei)

„Nee, nicht sofort Vertrag. Die wollten auch erst sehen, wie ich damit klarkomme.“ (Elena, 18 Jahre, Russland)

Im Durchschnitt berichten die Kinder von Handykosten zwischen 10 und 20 Euro im Monat, bei den 16- bis 19-Jährigen liegt der Durchschnitt mit 15 bis 40 Euro monatlich etwas höher. Nur selten berichten Befragte mit türkischem Migrationshintergrund, die mit Vertrag telefonieren, über deutlich zu hohe Kosten, was unmittelbar von den Eltern bestraft wurde, indem man diese Kosten selber tragen musste. Ein Handyverbot vonseiten der Eltern erfolgt hier aber nicht, was den befragten Jugendlichen durchaus bewusst ist: „Die würden sich ja ins eigene Fleisch schneiden, indem sie mich nicht mehr kontrollieren können“. Insbesondere die befragten Jugendlichen mit türkischem Migrationshintergrund scheinen sich der Wichtigkeit des Handys als „Kontrollinstrument“ der Eltern sehr sicher zu sein: Man ist in dem Bewusstsein, dass die Eltern das Handy nie komplett entziehen würden, leichtsinniger als die

Altersgenossen mit russischem Migrationshintergrund, überschreitet auch schon mal die von den Eltern gesetzten Grenzen.

„Ich hatte mal eine Rechnung über 75 Euro, weil ich von Base aus einen Kollegen mit D2 angerufen habe. Ich wusste nicht, dass das so teuer ist. Da war mein Vater ziemlich sauer. Die musste ich von meinem Taschengeld bezahlen.“

(Hakan, m, 15 Jahre, Türkei)

„Ich hatte erst einen Vertrag, mein Vater hat gesagt, ich darf 40 Euro nicht überschreiten. Ja, und dann habe ich aber doch über 40 Euro auf der Rechnung gehabt, da hat mein Vater mir dann die Vertragskarte weggenommen, und seitdem benutze ich eine normale Karte und bekomme im Monat 15 Euro Guthaben.“

(Yonca, w, 17 Jahre, Türkei)

„Mein Vater hat mir mein Handy mal abgenommen, weil die Rechnung zu hoch war. Aber meine Mutter hat ihn dann überzeugt, es mir wiederzugeben. Ich glaube, weil sie Angst hatte, dass ich dann nicht mehr erreichbar bin und auch in Notfällen nicht mehr anrufen kann. Wenn ich spät abends z. B. den Bus verpasse.“

(Cangül, w, 16 Jahre, Türkei)

In der Nutzung des Handys erleben die befragten Kinder und Jugendlichen kaum Reglements durch die Eltern. Ihnen ist vor allem wichtig, dass nicht „über Gebühr“ telefoniert wird und sie sehen es nicht gerne, wenn das Handy für Spiele genutzt wird. Da sie dies aber nicht erfolgreich unterbinden können, ohne das Handy als Kontrollinstanz zu verlieren, wird das Spielen stillschweigend geduldet. Die Eltern hoffen hier auf die Vernunft ihrer Kinder. Letztere (vor allem Jungen) unterlaufen die „Mahnungen“ ihrer Eltern in dem Bewusstsein, dass sie ihnen in den meisten Fällen im Umgang mit dem Handy eindeutig überlegen sind.

„Meine Mutter will nicht, dass ich Spiele auf dem Handy spiele, sie meint, ich soll mich lieber auf die Schularbeiten konzentrieren, ich mach es aber trotzdem manchmal.“ (Ersin, m, 13 Jahre, Türkei)

„Das kann sie ja nicht kontrollieren, sie kann ja nicht sehen, dass ich gespielt habe.“

(Alexej, 13 Jahre, Russland)

PC/Laptop und Internet

Nahezu alle Teilnehmer der Gruppendiskussionen berichten, dass in ihren Haushalten mindestens ein PC bzw. Laptop – zumeist mit Internetzugang – vorhanden ist. Leichte Einschränkungen sind lediglich bei den Befragten mit türkischem Migrationshintergrund zu verzeichnen: Hier sind es einige Mädchen, denen als Konsequenz nach unvorsichtigem Verhalten der Internetzugang bewusst entzogen worden ist (s. u.). Für die Kinder/Jugendlichen ist der PC vor allem als „Medium für den Internetzugang“ wichtig; die reine Nutzung

des PC gehört zum selbstverständlichen Alltag, ohne ihn ist die „normale Schularbeit“ nicht mehr denkbar. Auch wenn nicht alle über einen eigenen PC verfügen, teilen sie ihn sich zumindest mit den Eltern oder Geschwistern.

„Ich habe keinen eigenen, aber wenn ich was brauche, gehe ich zu meiner Mutter und kann dann ihren Rechner benutzen.“ (Michelle, 15 Jahre, Russland)

„Ich teile mir auch mit meinen Eltern einen.“ (Emre, m, 14 Jahre, Türkei)

„Ich teile den mit meiner Schwester.“ (Alina, 13 Jahre, Russland)

Teilt man „nur“ mit den Eltern, sieht man sich zumeist in der glücklichen Position, selber Hauptnutzer zu sein. Die Eltern verwenden den PC fast nur als Kontaktmittel zur Verwandtschaft in der Türkei bzw. Russland, überlassen ihn ansonsten (vor allem im Glauben, dass die Kinder ihn für die Schule brauchen) den Kindern. Entsprechend war für die meisten Kinder/Jugendlichen auch die Schule der Vorwand für die Anschaffungs- und Nutzungsnotwendigkeit von PC und Internetzugang. Wissend, dass die Eltern den Internetmöglichkeiten eher unerfahren gegenüberstehen, werden schulische Belange vorgeschoben, obwohl das Interesse – unabhängig von der Migrationsgruppe – in erster Linie bei Unterhaltungs- und Kommunikationsfeatures liegt.

„Ich habe meinen Eltern gesagt, dass ich einen für die Schule brauche, zum lernen.“ (Ösgün, w, 12 Jahre, Türkei)

„Ja, ich habe ihnen gesagt, dass ich Mathe lernen muss. Aber eigentlich ist chatten oder Musikhören wichtiger.“ (Emre, m, 14 Jahre, Türkei)

„Für die Schule nutze ich das auch, dass ich z. B., wenn wir ein Referat schreiben müssen, nach bestimmten Themen ‚google‘. Aber die anderen Sachen sind mir wichtiger.“ (Nicole, 16 Jahre, Russland)

Ist man ein jüngeres Geschwisterkind, sieht es mit der Nutzung oft nicht so aus, wie man es gerne hätte: Die älteren Geschwister erheben stärkeren Anspruch auf den Rechner, sie begründen dies wiederum mit Schularbeiten. Meist steht der zu teilende Computer entsprechend auch im Zimmer des älteren Geschwisters.

„Ich teile mir das mit meinem Bruder.“ (Burak, m, 12 Jahre, Türkei)

„Ich nutze das Teil mit drei Geschwistern.“ (Melika, w, 12 Jahre, Türkei)

„Ich muss es mir mit meinem Bruder teilen, aber er nimmt es mir immer weg.“ (Ösgün, w, 12 Jahre, Türkei)

Die wenigen Befragten, die zu Hause nicht die Möglichkeit haben, ins Internet zu gehen, weichen auf die Schule, Freunde oder auch Internetcafés aus:

„Man kann ja auch in die Schule gehen und es dort machen, da ist ja auch Internet.“ (Nicole, w, 16 Jahre, Russland)

„Ich kann in der Schule Internet nutzen.“ (Cangül, w, 16 Jahre, Türkei)

„Wir haben in der Schule eine Computer-AG, also auch mit Internetzugang, da geh ich dann ins Internet.“ (Oleg, 15 Jahre, Russland)

Wichtigster Nutzungsgrund ist für die Kinder/Jugendlichen der Zugang zum Internet: Es wird Musik gehört und downgeloaded, Filme angesehen oder (vor allem Jungen zwischen 12 und 15 Jahren, s. u.) gespielt. Vielen – auch den ganz Jungen – ist dabei klar, dass das Internet die klassischen Medien ersetzen kann. So ist die Zeitung aus den Köpfen der jungen Befragten zwischen 12 und 15 Jahren mehr oder weniger komplett verschwunden.

„Wenn man sich z. B. speziell über einen Verein informieren möchte, das geht ja mit der Zeitung gar nicht, da findet man so was nicht so einfach. Dann geht man einfach ins Netz und findet alles.“ (Michelle, 15 Jahre, Russland)

„Weil es das größte Medium überhaupt ist, weil ich telefonieren kann, mir Filme downloaden kann, ich kann alles damit machen, alles angucken, alles lesen, Spiele online spielen.“ (Alexej, 14 Jahre, Russland)

Auch die Tatsache, dass nicht alles, was im Internet steht, richtig ist, ist den meisten bewusst, wird aber, weil die Möglichkeiten so unendlich sind und die Bedienbarkeit so einfach erscheint, billigend in Kauf genommen.

„Das Internet ist schneller und umfangreicher: Wo soll man denn sonst die Informationen herbekommen?“ (Emre, m, 14 Jahre, Türkei)

„Da finde ich alle Informationen, die ich brauche, vielleicht auch mal fehlerhafte, aber ich kann sie bekommen. Auch Bilder, Filme, Bücher, alles.“ (Alexej, 14 Jahre, Russland)

In der Schule wird nach Berichten der befragten Kinder/Jugendlichen heutzutage der sichere Umgang mit dem Internet vorausgesetzt. Von speziellem Unterricht, der die notwendigen Fähigkeiten und Fertigkeiten einübt, wird dagegen kaum gesprochen. Man empfindet sich eher als Autodidakt, der „durch Probieren“ die Hürden meistert. „Leitfiguren“ bei größeren Problemen sind in den seltensten Fällen Lehrer oder Eltern – der Elterngeneration wird hier insgesamt wenig zugetraut – als vielmehr (ältere) Freunde oder Geschwister.

„Bei uns wird das auch erwartet. Ohne Internet geht es nicht mehr, wer kein Internet hat, der hat auch keine Chance in der Oberstufe.“ (Michelle, 15 Jahre, Russland)

„Nee, an der Schule gibt es keinen, der einem hilft, das gibt es nicht. Aber ich komme schon zurecht. Einfach ausprobieren, dann geht es schon. Ansonsten frage ich halt einen Freund oder so.“ (Angelika, 17 Jahre, Russland)

Die Einschätzung der eigenen Nutzungsdauer liegt in Abhängigkeit vom Alter der Befragten zwischen zwei und vier Stunden täglich: Jungen zwischen 12 und 15 Jahren rühmen sich gerne, länger als die Freunde und Mitschüler am PC zu verbringen, Mädchen spielen die eigene Nutzungsdauer gerne herunter, indem sie auf die übermäßige Nutzung von Schulkameraden verweisen.

„Ich kann da auch schon mal einen halben Tag oder länger verbringen.“ (Hakan, m, 15 Jahre, Türkei)

„Drei Stunden sind für mich das Mindeste.“ (Mikhael, 12 Jahre, Russland)

„Meine Freunde sitzen den ganzen Tag am PC, die lernen nichts.“ (Kristina, 13 Jahre, Russland)

Ältere Jugendliche wirken in ihrer Einschätzung dagegen realistischer:

„Zwischen zwei und vier Stunden, das ist noch vergleichsweise wenig.“ (Yasin, w, 16 Jahre, Türkei)

„Ich versuche schon, mir das einigermaßen einzuteilen, damit es nicht überhand nimmt. Also so zwei Stunden oder so, in Ausnahmefällen auch mal drei.“ (Michael, 17 Jahre, Russland)

„Man muss auch schon immer selber ein bisschen gucken, damit man nicht zu lange rumsurft. Dann kommt man ja zu nichts anderem mehr.“ (Dogan, m, 19 Jahre, Türkei)

„Irgendwas zwischen zwei und vier Stunden, je nachdem, was man sucht. Man kommt auch schon mal von Hölzchen auf Stöckchen und bleibt länger als geplant.“ (Nicole, 16 Jahre, Russland)

Entsprechend der Nutzungsmotive war den meisten bei der Anschaffung eines Computers die Ausstattung wichtig; zwar hatte kaum einer der Befragten aus der Kinder- bzw. Jugendgruppe beim Kauf des Computers eine wirkliche Entscheidungsbefugnis, dennoch hat man die Eltern gebeten, auf Grafik- und Soundkarte und hohe Übertragungsgeschwindigkeit zu achten. Auch dies haben die Befragten mit schulischen Nutzungsmotiven begründet.

Russische bzw. türkische Seiten dienen Eltern und Jugendlichen ab 16 Jahre oft als Ergänzung, wenn es darum geht, sich über Ereignisse rund um das Herkunftsland zu informieren. Die Kinder beider Migrationsgruppen stehen Nachrichten generell eher distanziert gegenüber. Ohne „äußeren Zwang“ passiert hier keine Informationsrecherche.

Ohne Unterschiede zwischen Herkunftsland oder Geschlecht erscheint es den befragten Jugendlichen unerlässlich, Nachrichten über „ihr“ Land vergleichend zu nutzen. Diese Vorgehensweise scheint durch die Haltung der Eltern geprägt, die genau dieselben Argumente nennen: Man hat das Gefühl, deutsche Medien seien eher anti-türkisch bzw. anti-russisch, während die Medien im Herkunftsland übertrieben pro-türkisch bzw. pro-russisch seien. Durch den Vorteil, beide Sprachen zu verstehen, „bastelt man sich seine eigene Wahrheit zurecht.“

„Nur weil das eine auf deutsch und das andere auf türkisch ist, heißt das noch lange nicht, dass das eine falsch und das andere richtig ist. Am besten vergleicht man, dann kommt man der Wahrheit im Zweifel am nächsten.“ (Salih, m, 18 Jahre, Türkei)

„Wenn irgendwas in Georgien los ist, gucke ich mir die Nachrichten im Internet an, dann reichen mir deutsche Nachrichten nicht mehr, dann will ich vergleichen.“ (Artur, 16 Jahre, Russland)

„Wenn man die deutschen Medien anguckt, alles nur Antipropaganda gegen Russland und in Russland ist eigentlich nur Propaganda für Russland, aber man kann ja beides vergleichen und sich ein Bild davon machen.“ (Michael, 17 Jahre, Russland)

Die Browsereinstellung ist überwiegend in deutscher Sprache. Allerdings ist den meisten Befragten die Möglichkeit, auf die Herkunftssprache umzustellen, bekannt. Oft wird diese Umstellungsmöglichkeit von den Eltern vorgenommen, den Kindern/Jugendlichen scheint dies eher nicht notwendig.

„Man kann das einstellen, ich habe es aber immer auf Deutsch.“ (Sezen, w, 17 Jahre, Türkei)

„Wenn meine Mutter ins Internet geht, stellt sie vorher auf russisch um, ich nutze die deutsche Einstellung.“ (Nikita, m, 14 Jahre, Russland)

Über aktuelle Informationen hinaus werden türkische bzw. russische Seiten vor allem von den Kindern zwischen 12 und 15 Jahren genutzt: Animiert durch Eltern oder Großeltern schaut man gerne alte Filme oder TV-Serien aus dem Herkunftsland – diese zumeist mit den Eltern/Großeltern zusammen.

„Wenn ich einen schönen alten türkischen Film sehen will, kann ich das über das Internet.“ (Büsca, w, 14 Jahre, Türkei)

„Ich gucke mir im Internet meine Lieblingsserie an, Bukiny. Wir können im Moment keine russischen Fernsehsender empfangen und da ist das eine gute Alternative.“ (Kristina, 13 Jahre, Russland)

„Mein Opa guckt schon mal so alte Filme im Internet, die so ganz kitschig sind, die gucke ich dann mit ihm zusammen.“ (Ösgün, w, 12 Jahre, Türkei)

Auch die Jugendlichen weisen dem Internet in diesem Aspekt eine hohe Relevanz zu, ohne jedoch explizit auf russische/türkische Seiten abzuzielen. Wichtiger ist für sie, dass das Internetangebot weltweit ist, man sich an allem bedienen kann, was man gerne möchte und nicht auf spezielle Fernsehkanäle o. Ä. angewiesen ist. Ein Bedürfnis nach „Extra-Seiten" für Türken in Deutschland oder Spätaussiedler aus Russland besteht bei den Kindern/Jugendlichen allerdings nicht. Weder kennt man solche Angebote noch hat man sich bisher danach auf die Suche gemacht. Den Befragten sind eher die Inhalte, weniger die Sprache wichtig.

„Ich wüsste jetzt nicht, wofür ich das brauche." (Oleg, 15 Jahre, Russland)

„Wozu sollte das gut sein, ich kriege doch alles, was ich will über das Netz, wenn ich türkische Musik hören will, kann ich mir die da holen, wenn ich eine Serie gucken will, auch." (Yonca, w, 17 Jahre, Türkei)

Auch die Möglichkeit, mit Freunden zu chatten, steht bei den Befragten hoch im Kurs. Dabei können bei den türkischstämmigen Befragten keine Unterschiede nach Alter oder Geschlecht festgestellt werden. Für Kinder mit russischem Migrationshintergrund dagegen stellt das Chatten bislang nur selten eine Option dar. Hier sind es vor allem die 16- bis 19-Jährigen, die darüber berichten. Beim Chat ist der Kommunikationspartner ausschlaggebend für die Sprachwahl: Kommunizieren die Kinder/Jugendliche mit türkischem Migrationshintergrund mit (Schul-) freunden, findet dies auf Deutsch statt, unterhält man sich mit Freunden/Verwandten im bzw. aus dem Herkunftsland, wird deren Sprache gewählt.

„Mit Freunden chatten, auf Deutsch." (Yasin, w, 16 Jahre, Türkei)

„MSN ist eigentlich immer an, ich chatte mit meinen Freunden und meinen Cousins in der Türkei. Da ist dann auch die Kamera an. Mit den Cousins dann auch in Türkisch, die können ja kein Deutsch." (Ersin, m, 13 Jahre, Türkei)

„Chat in die Türkei auf türkisch, Chat mit meinen Freunden auf deutsch." (Yasin, w, 16 Jahre, Türkei)

Ähnlich verhalten sich auch die jugendlichen Spätaussiedler aus Russland: Auch sie wählen die Sprache in Abhängigkeit vom Chatpartner. Nur wenige der Spätaussiedler aus Russland sehen sich dabei in der Lage, die kyrillischen Buchstaben zu nutzen. Dies liegt wiederum weniger an der Ausstattung des Rechners als vielmehr an der Fähigkeit, die Buchstaben einzutippen. Kyrillisch funktioniere zwar mit der Hand, nicht aber auf der Tastatur – zumindest nicht „schnell" genug (s. Abschnitt zum Handy).

„Ich chatte mit meinen Freunden in der Ukraine. Dann immer in russisch, aber mit lateinischen Buchstaben. Ich kann Kyrillisch nur mit der Hand gut schreiben, sonst bin ich zu langsam.“ (Michael, 17 Jahre, Russland)

„Mal in Russisch, mal in Deutsch. Aber Russisch mit lateinischen Buchstaben.“ (Slava, m, 18 Jahre, Russland)

„Ich habe die kyrillischen Buchstaben auf meiner Tastatur, kann wechseln.“ (Elena, 18 Jahre, Russland)

Zwei türkische Mädchen (16 bis 19 Jahre) berichten, dass ihnen gerade das Chatten zum Verhängnis geworden sei: Ihre Mütter seien, nicht zuletzt wegen der Negativpresse in Hinsicht auf die Kommunikationsmöglichkeiten mit Fremden, misstrauisch geworden und hätten den Internetzugang verboten. Beide nutzen nun das Internet bei Freunden – vorgeblich nur für schulische Belange.

„Meine Mutter wollte das nicht mehr, weil sie meinte, wir chatten zuviel und machen zuwenig für die Schule.“ (Cangül, w, 16 Jahre, Türkei)

„Wir haben auch keinen Internetzugang mehr, meine Mutter hat einen schlechten Eindruck vom Internet allgemein, sie denkt, wir machen da schlimme Sachen, z. B. mit Jungs chatten.“ (Yonca, w, 17 Jahre, Türkei)

„Ich nutze jetzt bei Freunden das Internet. Meine Mutter weiß das, ich mache das nur für die Schule, z. B. wenn ich ein Referat halten soll. Meine Mutter kennt das auch nicht so, sie hat nicht so viel damit zu tun.“ (Yonca, w, 17 Jahre, Türkei)

Es wird nicht nur über MSN oder Skype mit den (Schul-)Freunden gechattet, auch auf sogenannten Social Networking Sites kennen sich die Kinder und Jugendlichen aus. Hier werden die bekannten Plattformen genutzt: StudiVZ, SchülerVZ, Netlog oder MySpace sind den meisten Befragten ein Begriff.

„Ich bin bei Netlog angemeldet, da kann man Bilder kommentieren und bei Umfragen mitmachen.“ (Hakan, m, 15 Jahre, Türkei)

„Ich bin bei StudiVZ, gucke nach alten Schulkollegen.“ (Dogan, m, 19 Jahre, Türkei)

„Man bekommt eine Einladung zu SchülerVZ, halt von Schulkameraden, die sind da alle.“ (Cangül, w, 16 Jahre, Türkei)

„Zumindest eine Zeit lang war es fast Pflicht, bei SchülerVZ angemeldet zu sein, weil es alle waren.“ (Nikita, m, 14 Jahre, Russland)

„Ich habe nur ein paar Videos von meinem Hund da reingestellt.“ (Slava, m, 18 Jahre, Russland)

Türkische oder russische Vergleichsangebote werden kaum genannt. Vielmehr scheint es eine Art Gruppenzwang in der Peergroup zu sein, sich auf den

„gängigen“ Seiten zu bewegen, man möchte „dazugehören“. Lediglich die russischen Kinder/Jugendlichen nennen die russische Seite „odnoklassniki“. Sie scheinen ihrem Herkunftsland, indem sie zumeist tatsächlich noch geboren und aufgewachsen sind, stärker verbunden als türkische Migranten der dritten bzw. vierten Generation.

„Ich habe Bilder bei odnoklassniki eingestellt, damit meine Freunde in Russland das sehen können.“ (Angelika, 17 Jahre, Russland)

„Ich bin bei odnoklassniki. Da habe ich dann Verbindung zu meinen Freunden in Russland.“ (Kristina, 13 Jahre, Russland)

Allerdings scheint der große Boom von Social Networking Sites mittlerweile abgenommen zu haben. Viele der Befragten haben entweder selber negative Erfahrungen gemacht oder davon gehört, und sich daher wieder abgemeldet.

„Ich war mal bei SchülerVZ, meine Cousine war auch drin. Dann habe ich erfahren, dass es nichts Gutes ist. Da sind ja auch andere Mitschüler drin und man wird verarscht.“ (Büsca, w, 14 Jahre, Türkei)

„Ich habe mir mal Knuddels angeguckt, ich habe von Freunden einen Namen bekommen, damit ich mal reingehe zum testen. War aber doof, da sind auch ältere Leute drin, man wird blöde angequatscht.“ (Burak, m, 12 Jahre, Türkei)

„Das sieht ja jeder, das hätte ich nicht so gerne. Man wird da auch beleidigt.“ (Dogan, m, 19 Jahre, Türkei)

„Es passiert auch ständig, dass man da beleidigt oder angemacht wird. Aber man kann sich ziemlich einfach dagegen wehren, einfach sagen, der soll aufhören. Bei so was gibt es auch Konsequenzen.“ (Alexej, 14 Jahre, Russland)

„Es gibt auch so Chatrooms, da verabreden sich Leute, um gemeinsam zu sterben. Das Thema kommt auch im Abitur vor.“ (Elena, 18 Jahre, Russland)

„Ich verstehe nicht, warum man sein Privatleben öffentlich machen muss. Ich glaube, das sind irgendwelche Menschen, die Minderwertigkeitskomplexe haben und Bestätigung suchen.“ (Nika, 19 Jahre, Russland)

Zum Teil verbieten die Mütter mit türkischem Migrationshintergrund die Kommunikation über die Social Networking Sites, die sie für noch gefährlicher halten, als den Chat mit Freunden. Aus der Presse sind ihnen genügend Beispiele bekannt, dass fremde Erwachsene die Seiten zur Kontaktaufnahme mit minderjährigen Mädchen nutzen. Vor allem Mütter von Töchtern sind hier sehr misstrauisch.

„Meine Mutter hat erfahren, dass da vor allem Jungs drin sind, und dann musste ich mich abmelden.“ (Büsca, w, 14 Jahre, Türkei)

„Netlog darf ich nicht drauf, hat meine Mutter mir verboten, weil man da von jedem angesprochen werden kann." (Salia, w, 16 Jahre, Türkei)

Schließlich ist bei einigen Jugendlichen auch schlicht der Reiz des Neuen verflogen, man war angemeldet, hat festgestellt, dass die Pflege des Profils einiges an Aufwand und Zeit verlangt und sich irgendwann nicht mehr darum gekümmert bzw. sich abgemeldet.

„Ich war früher bei Netlog, dann habe ich aufgehört, hatte einfach keine Lust mehr." (Salih, m, 18 Jahre, Türkei)

„Ich sehe auch keinen Sinn darin, warum soll ich meine Sachen vor allen Leuten ins Internet stellen." (Yonca, w, 17 Jahre, Türkei)

„Das ist auch das Problem bei StudiVZ, ich habe da kein einziges Foto von mir reingetan, aber du wirst ja ständig verlinkt, dann hast du ständig Verlinkungen und bist überall drauf." (Elena, 18 Jahre, Russland)

„Man muss halt die richtigen Freunde haben, um die zu bitten, die Fotos rauszunehmen, wenn man da nicht gesehen werden will." (Nika, 19 Jahre, Russland)

Auch weitere Gefahren über ungewollte Kontakte mit Fremden hinaus sind insbesondere den meisten befragten Jugendlichen bekannt. Geschichten über die Weitergabe von Daten in Verbindung mit „Kostenfallen" kennt man z. B. entweder aus dem Bekanntenkreis oder aus dem Fernsehen. Bekannte und etablierte Internetseiten sind allerdings von diesem Misstrauen ausgeschlossen, hier zeigen sich sowohl türkisch- als auch russischstämmige Jugendliche sehr vertrauensvoll.

„Solange es so eine Seite wie eBay ist, die weltberühmt ist, habe ich keine Angst, meine Daten einzutragen, die ist schon sicher." (Slava, m, 18 Jahre, Russland)

„Aber wenn man seine Daten nicht angibt, also egal bei welcher Seite, ist es sowieso nicht gefährlich." (Yonca, w, 17 Jahre, Türkei)

„Es gibt bestimmt viele Seiten, die dann doch etwas kosten, wo man in eine Kostenfalle tappen kann. Man muss schon vorsichtig sein." (Anna, 18 Jahre, Russland)

„Man bekommt schon Informationen über die Risiken. Z. B. von Freunden, denen was passiert ist, oder durchs Fernsehen." (Yonca, w, 17 Jahre, Türkei)

Das Internet ist für die – meist für die Erziehung hauptverantwortlichen – Mütter die große Unbekannte. Während sie das Chatten mit Freunden und Verwandten noch nachvollziehen können (nutzen sie doch selbst diese Möglichkeit, um mit Verwandten im Herkunftsland in Kontakt zu bleiben), reagieren

sie auf die vielen – ihnen eher unbekannten – Möglichkeit des Internets mit Misstrauen. Zum einen ist ihnen bewusst, dass ihre Kinder, auch um in der Schule mithalten zu können, „internetfähig“ sein müssen, zum anderen sehen sie dadurch (und durch ihr eigenes Unwissen) kaum Möglichkeiten, kontrollierend auf ihre Kinder einzuwirken. Die meisten Eltern betonen, mit ihren Kindern über die Gefahren zu sprechen und den Dingen ansonsten ihren Lauf zu lassen, in der Hoffnung, ihren Kindern vertrauen zu können. Nur wenige – die klar der Gruppe der höher Gebildeten zuzuordnen sind und (im Falle türkischstämmiger Probanden) eine „moderne“ Sichtweise haben – versuchen, sich selbst mit dem Internet auseinanderzusetzen, um so eher auf das Nutzungsverhalten ihrer Kinder Einfluss nehmen zu können. Die meisten anderen greifen aus Angst vor Suchtverhalten zu dem Mittel der zeitlichen Begrenzung.

„Aussprache und Aufklärung ist wichtig. Ich finde, dass eine geheime Kontrolle nichts bringt. Wir müssen unsere Kinder aufklären und mit ihnen darüber reden. Mein Kind ist 17 und kann mittlerweile das Gute vom Bösen unterscheiden. Zudem erlaube ich ihm auch, gewisse Seiten zu besuchen, da es wichtig ist, dass die Kinder mit bestimmten Themen konfrontiert werden.“ (Mutter, Türkei)

„Ich rede kontinuierlich auf meine Kinder ein und versuche, sie auf wichtigere Dinge aufmerksam zu machen.“ (Mutter, Türkei)

„Spiele online sind verboten, nur am Wochenende und dann auch zeitlich begrenzt. Bildungsseiten sind grenzenlos erlaubt. Internetzeiten sind begrenzt.“ (Mutter, Türkei)

Weitere Kontrollmechanismen zeugen oft von Hilflosigkeit, zumal sich die Eltern – und durchaus auch die Kinder – darüber bewusst sind, den Fähigkeiten ihrer Kinder unterlegen zu sein. So versucht man, die Internetnutzung direkt zu kontrollieren, indem die Kinder nur in ihrem Beisein ins Netz gehen bzw. die Kinderzimmertüren während der Nutzung offen bleiben. Wer sich etwas besser auskennt, hat außerdem bestimmte Seiten sperren lassen. Dieses Wissen ist allerdings offenkundig nicht jedem zugänglich. Vor allem Mütter mit türkischem Migrationshintergrund äußern hier ganz offen ihre Unkenntnis.

„Ich muss zugeben, dass ich mich nicht so gut im Internet auskenne wie mein Sohn, nein, um Gottes willen, wirklich nicht.“ (Mutter, Türkei)

„Das Internet bietet schockierende Seiten, wie Porno“ – „Die können Sie sperren lassen“. – „Ich kann das nicht, ich bin keine Fachfrau.“ (Mutter, Türkei)

„Meine Jüngste wird vor diesen Seiten bewahrt, sie wird kontrolliert. Ich habe Angst, dass meine Kinder vom Internet negativ beeinflusst werden.“ (Mutter, Türkei)

„Ich kontrolliere so weit es geht, er muss die Zimmertür offen lassen, dann weiß er, dass er kontrolliert wird.“ (Mutter, Türkei)

Viele der türkischstämmigen Mütter fühlen sich aufgrund der Überlegenheit der Kinder oft ausgetrickst. Sie wissen zum Teil sehr genau, dass ihre Kontrollmechanismen von den Kindern gezielt umgangen werden; drastischste Maßnahme einer Mutter ist es, im Zweifelsfall den „Stecker zu ziehen". Die übrigen verschließen die Augen und hoffen – erneut – auf die Vernunft ihrer Kinder: „Ich kenne meinen Sohn, ich kann ihm vertrauen".

„Aber unsere Kinder können uns auch überlisten. Man kann auf einer Seite mehrere Fenster öffnen, wenn ich reingehe, kann ich sehen, dass alle geöffneten Fenster wieder verkleinert werden." (Mutter, Türkei)

„Ich persönlich kann die besuchten Seiten meiner Kinder nicht kontrollieren, da ich mit PC und Laptop nicht vertraut bin." (Mutter, Türkei)

„Ich kenne mich mit solchen E-Mails nicht aus, ich kann mich deswegen nicht mit meinen Kindern damit auseinandersetzen." (Mutter, Türkei)

„Wenn es gar nicht anders geht, entstöpsele ich WLAN." (Mutter, Türkei)

„Man kann sie gar nicht richtig kontrollieren, Kinder sind clever." (Mutter, Türkei)

Die Eltern mit russischem Migrationshintergrund würden dagegen das Problem gerne weiterreichen, z. B. an die Schulen oder die Politik. Sie greifen hier möglicherweise auf staatliche Reglementierungsmechanismen zurück, die ihnen aus der „alten" Heimat bekannt sind.

„Die Regierung muss die Medien kontrollieren, das Kultusministerium." (Vater, Russland)

„Ich sehe das auch ganz klar als Aufgabe der Schulen an." (Vater, Russland)

Auch den Kindern und Jugendlichen ist ihre Überlegenheit zumeist bewusst. Mehrheitlich halten sie sich im Umgang mit dem Computer für „fitter" als ihre Eltern. Die Nutzung der Eltern beschränke sich auf Kommunikation mit der Verwandtschaft (ebenfalls MSN, aber auch per E-Mail) und allenfalls „mal einen Brief schreiben". Überlegen sind lediglich ältere Geschwister, bei denen man sich die verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten abschaue.

„Mein älterer Bruder ist zwar besser, aber ich bringe meiner Mama auch mal was bei." (Ösgün, w, 12 Jahre, Türkei)

„Die älteren Geschwister sind besser als wir, aber wir sind besser als unsere Eltern." (Ersin, m, 13 Jahre, Türkei)

„Meine Mutter möchte z. B. ins Internet rein und weiß nicht, wie das geht. Dann zeige ich ihr das." (Sendar, m, 19 Jahre, Türkei)

„Ich habe so einen Kinderschutz, dass ich Pornoseiten nicht besuchen darf." (Kristina, 13 Jahre, Russland)

„Meine Mutter kennt sich kaum mit dem Internet aus, von daher gibt es keine Einschränkungen.“ (Artur, 16 Jahre, Russland)

„Nein, meine Eltern können mir nicht helfen, sie bekommen Hilfe von mir.“ (Sezen, w, 17 Jahre, Türkei)

Computer- und Onlinespiele sowie Spielkonsolen

Der Umgang mit Spielkonsolen war in den Explorationen das mit Abstand schwierigste Thema. Zum einen ist das Thema Spiele zu umfangreich, als dass man es im Rahmen einer Gruppendiskussion neben anderen Medien vertiefend beleuchten kann. Andererseits entstand insbesondere in den Gruppen der 12- bis 15-Jährigen, zum Teil aber auch bei den Jugendlichen der Eindruck, dass die befragten Kinder/Jugendlichen hier auch nicht wirklich „mit der Sprache rausrücken“. Die Hardware (tragbare oder feste) Spielkonsole spielt in der täglichen Nutzung – angeblich – nur eine geringe Rolle. Am ehesten sind es die 12- bis 15-jährigen Jungen mit türkischem Migrationshintergrund, die angeben, regelmäßig zu spielen. Die Nutzungsdauer wird dabei als sehr gering beschrieben.

„Nur am Wochenende, weil ich da nichts mehr für die Schule tun muss.“ (Ersin, m, 13 Jahre, Türkei)

„Meine Mutter hat mir verboten, in der Woche zu spielen, weil ich mich dann nicht auf die Schule konzentrieren würde. Ich tue es aber trotzdem schon mal.“ (Emre, m, 14 Jahre, Türkei)

„Vielleicht zwei- oder dreimal in der Woche und dann auch nur so 20 Minuten lang.“ (Burak, m, 12 Jahre, Türkei)

Sehr deutlich wird die Rolle des Alters für das Interesse am Spielen. Sowohl in der Gruppe der russischen als auch in der Gruppe der türkischstämmigen 16- bis 19-Jährigen wird von den Älteren berichtet, dass sie „früher“ mehr gespielt und jetzt die jüngeren Geschwister größeres Vergnügen daran hätten. Man selbst spiele gar nicht bzw. sehr selten und dann auch nur aus Langeweile.

„Ich habe früher mal gespielt, aber jetzt bei den neuesten Spielen ist meine Grafikkarte zu schwach. Deswegen lasse ich das.“ (Salih, m, 18 Jahre, Türkei)

„Ich spiele keine Spiele. Habe keine Spielkonsole. Brauche ich nicht.“ (Sendar, m, 19 Jahre, Türkei)

„Wenn der PC vielleicht besetzt ist und im Fernsehen nichts läuft und mir mal langweilig ist, dann schalte ich vielleicht die Konsole ein.“ (Salih, m, 18 Jahre, Türkei)

„Ja, früher mehr, und jetzt im Prinzip habe ich schon einige Spiele auf dem Computer, aber auf die greife ich vielleicht einmal in der Woche zurück.“
(Slava, m, 18 Jahre, Russland)

Je nach Situation wird allein oder auch mit Freunden gespielt. An dieser Stelle wird in den Diskussionsrunden deutlich, dass Online-Spiele die Nutzung von Spielkonsolen zumeist abgelöst haben. Vornehmlich werden Sportspiele gespielt; sogenannte „Ballerspiele“ oder auch Spiele „von denen man süchtig werden kann“ – hier werden Rollenspiele genannt – kennt man interessanterweise „nur von anderen“. Hier sind keine Unterschiede bzgl. Alter, Geschlecht oder Herkunftsland zu verzeichnen.

„Ich spiele mit Kollegen FIFA.“ (Oleg, 15 Jahre, Russland)

„Ich spiele mit meinen Cousins alles mögliche, Autorennen z. B.“
(Hatice, w, 14 Jahre, Türkei)

„Selten, vielleicht mal mit meinem kleinen Nachbarn, wenn mir langweilig ist.“
(Dogan, m, 19 Jahre, Türkei)

„Sportspiele, wir spielen meist am PC gegeneinander, Fußball, wie FIFA oder UEFA-Spiele, NBA, halt all diese Sportspiele.“ (Michael, 17 Jahre, Russland)

„Kampfspiele, wo man sich so abschießt, die spiele ich nicht, mein Bruder spielt die, ich gucke nur zu.“ (Sezen, w, 17 Jahre, Türkei)

Die Nutzung von Spielkonsolen wird am ehesten durch die Eltern zeitlich eingegrenzt. Erlaubt ist das Wochenende, wenn nichts mehr für die Schule ansteht. Verboten sind „gewalthaltige Ballerspiele“. Erneut ein Verbot, das die Kinder zu umgehen wissen, und bei dem sich die Eltern über dessen Nutzlosigkeit im Klaren sind: „Kinder finden immer eine Quelle, um an gefährliche Dinge zu gelangen.“ – Dies bestätigen die Kinder auch unbewusst, indem sie immer wieder auf die Möglichkeit, im Internet zu spielen, verweisen.

„Meine Mutter will nicht, dass mein Bruder diese Kampfspiele spielt, aber sie weiß ja, dass mein Bruder das eh machen wird. Die kann ihm das ja nicht wirklich verbieten.“ (Sezen, w, 17 Jahre, Türkei)

„Dann geht man z. B. zum Nachbarn oder Freund und spielt es halt da.“
(Kyrill, 13 Jahre, Russland)

„Die versuchen schon, das zu verbieten, aber es wird nicht eingehalten.“
(Hakan, m, 15 Jahre, Türkei)

„Wir dürfen keine Gewaltspiele spielen. Aber man macht es trotzdem.“
(Michael, 17 Jahre, Russland)

Eine größere Gefahr als in der Gewalthaltigkeit der Spiele sehen die Kinder/ Jugendlichen in der Suchttendenz. Man hat „Berichte im Fernsehen“ gesehen oder von „entfernten Bekannten“ gehört, die „nicht mehr aufhören können zu spielen“.

„Ich habe mal gehört, dass manche zuviel gespielt haben, die sind dann verhungert, nachdem sie die ganze Nacht durchgespielt haben.“ (Oleg, 15 Jahre, Russland)

„Also die Suchtgefahr ist auf jeden Fall ein Thema.“ (Inga, 18 Jahre, Russland)

„Ich habe vieles gehört, dass man durch Spiele sich schnell von den anderen isoliert und dass es wirklich so eine starke Sucht ist, dass man die Realität, vor allem bei Kindern ist das so, nicht trennen kann.“ (Elena, 18 Jahre, Russland)

„Ich kenne Leute, bei mir in der Stufe gibt es ein oder zwei, die spielen so ein Spiel, WOW heißt das, das ist sehr berühmt. Da spielen Menschen aus aller Welt. Und wenn man da einmal drin ist, rutschen die so tief rein, dass sie nicht mehr rauskommen. Die vergessen das reale Leben um sich herum komplett.“
(Michael, 17 Jahre, Russland)

Die Spielkonsolen werden in beiden Elterngruppen am ehesten als das Medium genannt, welches „überflüssig“ bzw. am wenigsten wichtig sei. In der russischen Elterngruppe wird vor allem „diese Schießerei“ als gefährlich eingeschätzt. Danach gefragt, wie mit derartigen gefährlichen Inhalten umzugehen sei, besteht jedoch keine Einigkeit innerhalb der Elterngruppen. Ein Teil der befragten Eltern plädiert für strikte Verbote, andere Eltern betonen dagegen die Wichtigkeit von Erklärungen und Gesprächen:

„Poker-Spiele finde ich gefährlich für Kinder, wegen Spielsucht. Im Internet kann ich diese Seiten codieren lassen.“ (Mutter, Türkei)

„Es besser überwachen und wenn es nicht klar kommt, dann einfach verbieten, dann bestimmt man das.“ (Vater, Russland)

„Die Tür zum Zimmer lasse ich offen, so weiß mein Kind, dass es kontrolliert wird. Mein Jüngster spielt Onlinespiele.“ (Mutter, Türkei)

„Man darf nicht nur verbieten, sondern muss erklären, warum es verboten ist. Ein Befehl ist nicht so gut, man muss Beispiele zeigen und so weiter.“ (Vater, Russland)

„Wenn das Kind aggressive Computerspiele spielt, dann wird es nicht davon aggressiv, dass es aggressive Spiele spielt, sondern dass es selbst aggressiv ist und nicht gut erzogen ist. Das ist etwas ganz anderes. Auf diese Weise wird es seine Aggression los. Deshalb ist die Frage, ob es gesund oder schädlich ist, das ist psychologisch gesehen. Natürlich ist Kontrolle wichtig, wir sind die Eltern, wir müssen die Situation kontrollieren, aber nicht verbieten. Es ist wichtig, dass man miteinander spricht.“
(Mutter, Russland)

Dass ihre Kontrollmöglichkeiten eingeschränkt sind, ist den Eltern, wie bereits erwähnt, bewusst:

„Es gibt noch mehr Möglichkeiten für Kinder, zum Beispiel in ein Internetcafé zu gehen und dann alles zu machen.“ (Vater, Russland)

Zusätzlich werden in der russischen Elterngruppe neben den Risiken und Gefahren auch positive Aspekte der Computer- und Konsolenspiele thematisiert, was darauf verweist, dass die Haltung zu Spielen spielspezifisch zu betrachten ist:

„Einige Spiele lehren nachzudenken und zu planen.“ (Mutter, Russland)

„Ich persönlich bereue, dass zu meiner Zeit, als ich Kind war, dass es solche Spiele nicht gab, die Technik, die Grafik ist so schön, so eine Art Monopoly, wenn Sie es im Internet aufbauen, eine Strategie entwickeln, es kommt darauf an. Meine Tochter spielt nicht, aber mein Sohn, der heute nicht da ist, der ist 18 und er spielt viel zu viel. Das ist die Sache, als Mutter, es ist abgrenzend genug, jetzt geh an die frische Luft oder mach etwas anderes, aber im Großen und Ganzen, diese schöne Grafik, manchmal bewundere ich es. Das ist wirklich eine fantastische Welt, dann müssen sie die Städte aufbauen und diese Zivilisation.“ (Mutter, Russland)

Fernsehen

Die meisten der befragten Kinder/Jugendlichen beider Migrationsgruppen verfügen über einen eigenen Fernseher in ihrem Zimmer. Schaut man dort, werden überwiegend deutsche Privatsender genutzt. Genannt werden vor allem ProSieben, SAT.1, RTL, Kabel1, RTL 2, VOX, Nick und MTV. Fernsehen ist für alle befragten Kinder und Jugendlichen eine Selbstverständlichkeit, die oft parallel – z. B. während der Hausaufgaben – und aus Langeweile läuft. Jüngere schauen gerne Trickfilmserien, wie „Die Simpsons“ oder Anime-Sendungen auf RTL 2. Dies sind auch die Sendungen, die ihnen die Eltern, neben gemeinsam geschauten Formaten, erlauben. Schaut man mit den Eltern zusammen, wird oft auf Sender aus dem Herkunftsland zurückgegriffen. Dies geschieht vor allem auf Wunsch der Eltern, die sich hier – auch sprachlich – ein „Stückchen Heimat“ holen.

„Türkische Filme gucke ich zusammen mit meinen Eltern, die sind immer so spannend.“ (Büsca, w, 14 Jahre, Türkei)

„Türkisches Fernsehen gucke ich mit meinen Eltern, meine Eltern gucken nicht so gerne deutsch.“ (Melika, w, 12 Jahre, Türkei)

„So alte russische Filme gucken wir mit der ganzen Familie.“ (Alina, 13 Jahre, Russland)

„Mit meinen Eltern russisch, weil mein Vater kein Deutsch kann.“
(Nika, 19 Jahre, Russland)

Auch die TV-Nachrichten gehören für die Kinder beider Migrationsgruppen erwartungsgemäß nicht zu den Formaten, die man freiwillig anschaut. Zwar werden sie hin und wieder von den Eltern dazu angehalten, die Nachrichten zu schauen, dies geschieht allerdings eher widerwillig und ohne große Aufmerksamkeit.

„Nachrichten sind nicht so mein Ding.“ (Büsca, w, 14 Jahre, Türkei)

„Ich gucke ganz selten Nachrichten, manchmal N24.“ (Ösgün, w, 12 Jahre, Türkei)

„Nachrichten nur für die Schule oder wenn was Besonderes ist. Finde ich eigentlich eher langweilig.“ (Oleg, 15 Jahre, Russland)

Jugendliche beider Migrationsgruppen nutzen Fernseh-Nachrichten vor allem bei „besonderen“ Ereignissen in der und um die „Heimat“. Ähnlich wie beim Internet nutzt man in diesem Fall sowohl deutsche als auch Nachrichten aus dem Herkunftsland, um sich durch den Vergleich eine eigene Meinung bilden zu können. Qualitativ geben die 16- bis 19-Jährigen allerdings den deutschen Nachrichten den Vorzug. So, wie es auch die Eltern der 12- bis 15-Jährigen formulieren, erscheinen ihnen deutsche Nachrichten als „seriöser, knapper und auf den Punkt gebracht“. Insbesondere türkische Nachrichten seien mittlerweile reines „Boulevard“. Aber auch Jugendliche mit russischem Migrationshintergrund halten die „nüchternen Nachrichten“ der deutschen TV-Sender für glaubwürdiger.

„Die türkischen Nachrichten machen immer aus einer Mücke einen Elefanten.“
(Salih, m, 18 Jahre, Türkei)

„Lieber deutsche Nachrichten, das geht schneller, da bekommt man in 10 Minuten alles, was man braucht und nicht noch so ein überflüssiges Brimborium.“
(Cangül, w, 16 Jahre, Türkei)

„Deutsche Nachrichten sind reeller.“ (Slava, m, 18 Jahre, Russland)

Bei der Diskussion über erlebte Diskriminierung im Fernsehen kommen Jugendliche aus Russland und der Türkei zu der Einschätzung, die Berichterstattung sei oft negativ gefärbt und „übertrieben“, es würden „nur die schlechten Seiten“ von Türken bzw. Russen dargestellt:

„Wenn ein Deutscher ein Verbrechen begeht, wird das nicht so übertrieben. Aber wenn ein türkischer Landsmann dasselbe macht, dann wird das so übertrieben.“
(Cangül, w, 16 Jahre, Türkei)

„Türken machen ja auch mal was Gutes und darüber wird komischerweise nie berichtet. Nur die schlechten Seiten, da fühle ich mich schon sehr provoziert.“
(Dogan, m, 19 Jahre, Türkei)

„Als mal zwei Russen einen Deutschen umgebracht haben, habe die direkt voll Palaver gemacht. Aber wenn Deutsche das machen, dann sind die Engel.“
(Angelika, 17 Jahre, Russland)

„Man hat schon das Gefühl, dass über uns immer nur Klischees berichtet werden, es hat immer was mit Wodka-Trinken zu tun.“ (Michael, 17 Jahre, Russland)

Fernsehverbote erteilen die Eltern nur den jüngeren Kindern. Die Jugendlichen berichten, hier eigenverantwortlich entscheiden zu können. Dabei sind die Fernsehverbote für die 12- bis 15-Jährigen zumeist weniger dazu gedacht, sie von bestimmten Formaten abzuhalten. Vielmehr werden sie als erzieherische Maßnahme im Falle schlechter Schulnoten u. Ä. angewandt. Es wird lediglich darauf geachtet, dass nicht „zuviel“ ferngesehen wird; jugendgefährdende Formate würden sowieso „so spät ausgestrahlt“, dass hier kein Risiko bestehe.

„Mein Sohn ist jetzt 12 Jahre alt, er darf nur zu bestimmten Uhrzeiten fernsehen, nur Zeichentrickfilme, Tierdokumentationen.“ (Mutter, Türkei)

„Mein Sohn ist 19, daher kann ich ihm keine Vorschriften machen. Mein jüngster ist 12, er darf bis 21.00 Uhr fernsehen, wenn wir gemeinsam interessante Sendungen sehen, darf er auch mal länger aufbleiben.“ (Mutter, Türkei)

„Meiner Meinung nach gibt es im Fernsehen nichts, was meinen Kindern schaden könnte.“ (Mutter, Russland)

„Natürlich sind Sex- und Erotiksendungen gefährlich für Kinder, aber die werden eher zu späten Stunden ausgestrahlt.“ (Mutter, Türkei)

„Die jeweiligen Sendungen warnen auch, wenn sie für Kinder nicht geeignet ist. So ist man vorbereitet und kann den Sender wechseln. Ich rede da auch mit meinen Kindern drüber.“ (Mutter, Türkei)

Ein zu hoher Fernsehkonsum ist einigen wenigen Kindern mit türkischem Migrationshintergrund zum Verhängnis geworden: Der Fernseher im Kinderzimmer ist entfernt worden, es wird nur noch gemeinsam geschaut. Auch diese Maßnahme hat weniger etwas mit gefährdenden Inhalten zu tun als vielmehr mit der Befürchtung, die Kinder würden der Familie entgleiten.

„Kinder verbringen zuviel Zeit im eigenen Zimmer als mit der Familie. Deshalb habe ich Grenzen gesetzt. Mein Sohn hatte bis zum 13. Lebensjahr einen eigenen Fernseher, jetzt nicht mehr.“ (Mutter, Türkei)

„Seit meine Kinder einen eigenen Fernseher hatten, sind gemeinsame Abende weniger geworden, sie haben die Hausaufgaben vernachlässigt. Deshalb haben sie jetzt keinen Fernseher mehr.“ (Mutter, Türkei)

Aktiver Medienumgang der Kinder und Jugendlichen über die Medien hinweg betrachtet

Ein sinnvoller und selbstbestimmter Umgang mit Medien drückt sich in verschiedenen Fähigkeiten aus (vgl. Kapitel 3). Die berichtete Nutzung der Möglichkeiten des Internets, um mit Freunden und der Familie aus dem Herkunftsland kostengünstig in Verbindung zu treten, ist nur ein Beispiel für eine aktive Aneignung neuer Medien als Kommunikations- und Partizipationsmittel. Um den aktiven und zielgerichteten Medienumgang der Kinder und Jugendlichen medienübergreifend erfassen und evaluieren zu können, wurde in den Gruppendiskussionen eine Imaginationsaufgabe eingesetzt. Die Kinder und Jugendlichen sollten sich vorstellen, sie müssten für die Schule ein Referat zu einem gesellschaftspolitischen Thema sowie einem Thema aus dem Bereich Popmusik ausarbeiten. Sie wurden gebeten, der Gruppe zu erläutern, wie sie dabei vorgehen würden, welche Quellen sie nutzen würden und wie sie ihre Ergebnisse präsentieren. Damit wurde vor allem auf die Handlungs- und die Reflexionskompetenz der Diskussionsteilnehmer abgezielt.

Generell scheint der Umgang mit den neuen Medien für die befragten Kinder und Jugendlichen eine Selbstverständlichkeit zu sein. Alle berichten im Laufe der Gesprächsrunde, bereits Bilder, Musik oder Filme aus dem Internet geladen zu haben, was man sich anfangs von älteren Geschwistern oder Schulfreunden habe zeigen lassen. Es sei aber so einfach, dass man das im „Handumdrehen“ selber könne.

„Beim ersten Mal brauchte ich noch Hilfe, aber nachher konnte ich das alleine.“ (Ösgün, w, 12 Jahre, Türkei)

„Man guckt dann zu und später probiert man halt so lange rum, bis es klappt. Ist ja eigentlich alles ganz einfach.“ (Inga, 18 Jahre, Russland)

Auch der Umgang mit Powerpoint-Präsentationen und Beamern oder das Erstellen von Diagrammen ist mittlerweile bekannt und wird in den Schulen offenbar auch eingesetzt. Insbesondere die Jugendlichen haben Erfahrungen mit Referaten.

„Ich mache das schon gerne, keine Ahnung, das gehört einfach dazu.“ (Inga, 18 Jahre, Russland)

„Wir haben das in der Schule erst mal kurz gelernt und dann hatten wir einen bestimmten Zeitraum Zeit, um das in der Gruppe vorzubereiten.“ (Salih, m, 18 Jahre, Türkei)

In Bezug auf die konkrete Aufgabe, ein Referat zu erstellen, zeigen sich die 12- bis 15-Jährigen unabhängig vom Herkunftsland sehr einseitig auf das Internet fixiert. Sie würden zum entsprechenden Thema bei Google und/oder Wikipedia suchen; Zeitungen erscheinen ihnen zu aufwendig, weil man „da ja alles durchsuchen" müsse. Die Übernahme der Informationen erfolgt dann erstaunlich unreflektiert: Lediglich ein Mädchen mit türkischem Migrationshintergrund gab an, das im Internet Gefundene anschließend anhand eines Lexikons zu verifizieren, alle anderen vertrauen auf die Internet-Inhalte.

„Ich gebe bei Google das Stichwort ein und schreibe mir dann die Sachen ab."
(Ösgün, w, 12 Jahre, Türkei)

„Ich würde das einfach nur abschreiben, ich gucke nicht noch woanders, ob das auch stimmt." (Büsca, w, 14 Jahre, Türkei)

„Ich würde das dann noch vergleichen, in Büchern, z. B. im Lexikon nachgucken, ob die Geschichte auch stimmt." (Ösgün, w, 12 Jahre, Türkei)

„Google, Wikipedia und dann alles ausdrucken, auch was unnötig ist."
(Kristina, 13 Jahre, Russland)

„In einer Zeitung ist es halt schwerer, etwas zu einem Thema zu finden, es sei denn, es ist hochaktuell." (Michelle, 15 Jahre, Russland)

Die Eltern zu Rate zu ziehen, erscheint den Kindern hier nicht als sinnvolle Option. Eher würde man auf „Expertenmeinungen", wie zum Beispiel von Lehrern, zurückgreifen.

Auch die 16- bis 19-Jährigen nutzen vornehmlich das Internet, um Informationen für Referate oder Aufsätze zu bekommen. Sie gehen allerdings etwas differenzierter mit dem Informationsangebot um, wissend, dass z. B. Wikipedia nicht immer inhaltlich vollständig richtige Beiträge bereithält. Entsprechend würde man vergleichen, indem man zusätzlich offline und online auf seriöse Zeitschriften zurückgreifen würde.

„Bei Google steht dann kurz aufgelistet die Inhaltsangabe und dann guckt man, ob das zum Thema passt." (Sezen, w, 17 Jahre, Türkei)

„Man muss bei Wikipedia aber auch aufpassen, denn da kann ja jeder etwas reinschreiben, es steht auch ziemlich viel Scheiße da drin."
(Nika, 19 Jahre, Russland)

„Also wenn es um ein gesellschaftspolitisches Thema geht, würde ich online zu einer Zeitschrift gehen, Spiegel oder so, da ist ja das Wichtigste zusammengefasst und dann kann man zusätzlich noch auf anderen Seiten gucken."
(Michael, 17 Jahre, Russland)

„Ich würde hauptsächlich mit dem Internet anfangen, da kann man ja auch auf Zeitungen zugreifen, auf Videos, da hat man alles gebündelt.“

(Dogan, m, 19 Jahre, Türkei)

Weblogs oder eigene Homepages haben bislang nur vereinzelt Teilnehmer erstellt. Die Seiten sind vor allem für das soziale Umfeld gedacht:

„Eigentlich hauptsächlich für die Freunde, die da draufgehen. Urlaubsbilder hochladen, aber jetzt keine wirklichen Reiseberichte.“ (Anna, 18 Jahre, Russland)

Unabhängig vom Alter scheint es an Ehrgeiz zu fehlen, an den Möglichkeiten des Internets aktiver zu partizipieren. Man ist von der eigenen Kompetenz, sich Zugang zu allen Möglichkeiten zu verschaffen, überzeugt, bleibt allerdings zumeist in der Konsumentenhaltung verhaftet.

6.5 Zusammenfassung

Die Ergebnisse der Gruppendiskussionen deuten darauf hin, dass sich Spätaussiedler aus Russland und Diskussionsteilnehmer mit türkischem Migrationshintergrund in der Art der Identitätszuweisung durch die unterschiedlich lange und intensive Migrationserfahrung unterscheiden. Zwar verstehen sich beide Gruppen ihres Herkunftslandes entsprechend als „Zuwanderer“, die in Deutschland ihr neues Zuhause gefunden haben. Während aber die Befragten mit türkischem Migrationshintergrund mindestens zur zweiten Generation gehören und sich dadurch bereits eine eigene Identität als „Türke in Deutschland“ geschaffen haben, sitzen die russischstämmigen Eltern und – in Abhängigkeit vom Geburtsland – auch die Jugendlichen und Kinder emotional zwischen zwei Stühlen: Das Herz hängt an der russischen Mentalität, die sie als „wärmer“ und „herzlicher“ beschreiben als die deutsche Art im menschlichen Umgang. An Deutschland bevorzugt man die stabilere wirtschaftliche Lage und das „bequemere“ Leben. Richtig „angekommen“ zu sein scheinen zumindest Eltern und Jugendliche mit russischem Migrationshintergrund noch nicht. Dies sieht vor allem bei den in Deutschland geborenen russischstämmigen Kindern anders aus: Sie haben sich bislang mit der Identitätsfrage kaum auseinandergesetzt, Deutschland als Geburtsland ist gleichzeitig auch Heimatland. Entsprechend fühlen sich die Spätaussiedler aus Russland – die sich selber kaum so sehen, ihre Selbstbeschreibung lautet „russische Zuwanderer“ – tendenziell stärker mit ihrem Herkunftsland verbunden als die Befragten mit türkischem Migrationshintergrund. Auffällig ist in beiden Kinder- und Jugendgruppen, dass die jeweiligen Freundeskreise vor allem aus Personen mit Migrationshintergrund zusammengesetzt sind. Deutsche Freunde sind eine Minderheit.

Die Sozialisation findet somit in einem Umfeld statt, das auf ähnliche Erfahrungen zurückgreift. Alltagssprache bei den Eltern ist zumeist die Sprache des Herkunftslandes, dies betrifft sowohl die russische als auch die türkische Gruppe. Auch innerfamiliär sprechen ausnahmslos alle die Herkunftssprache. Während die 12- bis 15-jährigen Kinder untereinander deutsch sprechen, fällt bei der Gruppe der 16- bis 19-jährigen Spätaussiedler aus Russland auf, dass auch sie – wie ihre Eltern – untereinander bevorzugt russisch sprechen.

Die Medien Fernseher, Handy, PC/Laptop und Internetzugang, mit denen die Diskussionsteilnehmer umfassend ausgestattet sind, stehen weit oben in der individuellen Prioritätenliste und werden entsprechend häufig genutzt. Hier zeigen sich zwischen den befragten Migrationsgruppen nur leichte Unterschiede: Während die russischstämmigen Befragten fast ausnahmslos über einen Internetzugang verfügen, fällt dies in den befragten Haushalten mit türkischem Migrationshintergrund leicht geringer aus. Umgekehrt waren in den befragten türkischen Haushalten mehr Spielkonsolen vorhanden. Im Ranking nach Wichtigkeit löst der Internetzugang bei den Kindern und Jugendlichen den Fernseher ab. Während der Fernseher zumeist als Lückenfüller bzw. „Parallelmedium“ angesehen wird, erleben sich die jungen Befragten im Umgang mit dem PC – insbesondere im Internet – selbst als aktiver.

Das Handy gehört zur medialen Grundausstattung aller Befragten. Für die 12- bis 15-Jährigen dient es in erster Linie als Kommunikationsmittel mit den Eltern, in zweiter Linie ist es für die Kinder ein Medium, mit dem man spielt, über das man Musik hört und das im besten Fall eine Digitalkamera hat. Bei den 16- bis 19-Jährigen überwiegt als wichtigste Funktion die Kommunikation mit Freunden, das schnelle Kontaktieren, um sich zu verabreden. Sie nutzen Telefon und SMS-Funktion gleichermaßen, die dabei verwendete SMS-Sprache ist überwiegend deutsch. Die übrigen Features gehören für sie zwar auch zur Grundausstattung eines guten Handys, stehen aber nicht so stark im Fokus wie bei den Jüngeren. Dennoch findet die Auswahl eines neuen Handys über die Ausstattung mit zahlreichen Features und technische Merkmale sowie – vor allem bei den Mädchen – über die Optik statt. Jüngere lassen sich ohne große Reflexion von dem leiten, „was in der Peergroup in ist“, Ältere „hinterfragen“ verschiedene Handymodelle mittels gezielterer Informationsrecherche. Mit Blick auf die instrumentellen Fertigkeiten zeigt sich bei den befragten Kindern und Jugendlichen eine hohe Kompetenz, die allerdings auf die persönlich relevanten Features des Handys beschränkt ist. Die Kinder und Jugendlichen treffen eine selektive Auswahl dessen, was sie für sinnvoll und erforderlich erachten. Mit diesen Features setzen sie sich auseinander, alle anderen Funktionalitäten des Handys werden – selbst wenn vorhanden – bewusst vom Umgang ausgeschlossen und auch nicht auf ihre Funktionsweisen hin überprüft. Diese „Lücke“ in der Kompetenz gehen die Befragten allerdings durchaus bewusst und ohne das Gefühl, ihnen fehle etwas, ein.

Die Eltern der Kinder zwischen 12 und 15 Jahren verstehen – unabhängig vom Migrationshintergrund – das Handy als Kontrollinstrument über ihre Kinder: Sie stehen in dauerndem Kontakt, fühlen sich in Sicherheit in dem „Wissen“, wo sich ihr Kind aufhält und wann es nach Hause kommt. Anders als Eltern mit russischem Migrationshintergrund üben türkischstämmige Eltern diese Kontrolle auch auf die 16- bis 19-Jährigen aus, die darauf tendenziell verärgert reagieren und versuchen, die Eltern auszutricksen. Die befragten Jugendlichen sind sich darüber im Klaren, dass sie sich über die von den Eltern gesetzten Grenzen hinwegsetzen können, gerade weil diese unmöglich auf das Kontrollinstrument Handy verzichten möchten. Auch in Hinblick auf die Kinder erschwert das erzieherische Moment des Handys gleichzeitig die Kontrolle der Nutzung durch die Kinder. So haben die Eltern anfangs bei „Missbrauch“ (z. B. zu hohe Kosten, verbotenerweise zuviel gespielt) das Handy tageweise eingezogen, mussten dabei aber feststellen, dass sie ihr Kind nicht mehr unter Beobachtung hatten. Handy-Entzug findet daher kaum noch statt – und die Kinder und Jugendlichen – insbesondere türkischstämmige Jungen – nutzen dies aus. Die Überlegenheit der Kinder und Jugendlichen im Umgang mit dem Handy wird auch daran deutlich, dass diese selbst, aber auch Mütter in den Gesprächsrunden berichteten, dass Kinder den Müttern bei der Einrichtung ihrer Handys behilflich sind, nicht aber umgekehrt. Haben die Kinder Probleme bei der Installation, wenden sie sich an ältere Geschwister oder Freunde, in seltenen Fällen an den Vater. Generell gehören die „Leitfiguren“ in Sachen „neue Medien“ kaum der Elterngeneration an, der man per se erst einmal nicht so viel zutraut wie der Peergroup.

Gefahrenbewusstsein bzw. kritische Bewertung ist bei den Kindern und Jugendlichen oft erst dann vorhanden, wenn sie negative Erfahrungen entweder am eigenen Leib oder im näheren Umfeld gemacht haben. So kennt man die „Kostenfallen“, auch problematische Inhalte wie Pornografie- oder Gewaltfotos und -videos sind den Kindern und Jugendlichen aus dem eigenen Umfeld oder aus Fernsehberichten bekannt. Allerdings findet die einzige effektive erzieherische Maßnahme seitens der Eltern in Hinblick auf die Kosten statt: Das erste Handy, dass die Kinder bekommen, ist zumeist ein gebrauchtes Prepaid-Handy, damit die Kinder den Umgang mit einem kostengünstigen Handy üben und gleichzeitig die Kosten im Blick behalten können. Traut man den Kindern und Jugendlichen einen eigenverantwortlichen Umgang zu, bekommen sie ein Handy ihrer Wahl, oft verbunden mit einem Vertrag. Reglementierende und unterstützende Maßnahmen in Bezug auf die Inhalte werden dagegen nicht ergriffen.

Die Wichtigkeit, die die Kinder und Jugendlichen dem PC/Laptop einräumen, ist vor allem dem „Mittel zum Zweck“ zu verdanken: Ohne PC kein Internetzugang. Alle sehen es in der heutigen Zeit als unerlässlich an, sich im Internet auszukennen, sei es aus schulischen oder beruflichen Gründen oder

aber auch (und vor allem), um mit der Peergroup mithalten zu können. PC/Laptop und auch Internetzugang sind in fast allen befragten Haushalten vorhanden, nur in wenigen Fällen sind türkischstämmige Mädchen auf PCs in der Schule oder im Internetcafé angewiesen. Geschwister teilen sich einen PC/Laptop oder man greift auf das Gerät der Eltern zu. Auch wenn schulische Belange als Auslöser für die Anschaffung eines PC/Laptop gelten, sind für die befragten Kinder/Jugendlichen – alters-, geschlechts- und herkunftslandunabhängig – Unterhaltungs- und Kommunikationsfeatures eindeutig wichtiger. Man spielt auf dem PC, man hört Musik und lädt Musik, Videos oder Filme aus dem Internet herunter. Kommunikation via Internet ist sowohl für Jungen als auch Mädchen, für Personen mit türkischem wie auch russischem Migrationshintergrund wichtig. Man nutzt MSN, um in ständigem Kontakt mit den Freunden zu sein. Allein die russischstämmigen Kinder zwischen 12 und 15 Jahren erwähnen die Möglichkeit des MSN-Chats kaum. Die verwendete Sprache ist bei beiden Migrationsgruppen abhängig vom Interaktionspartner, hier zeigen sich die befragten Kinder und Jugendlichen sehr souverän. Auch Social Networking Sites werden genutzt; hier überwiegt bei allen befragten Kindern und Jugendlichen die Nutzung der in der Peergroup „gängigen“ Angebote wie SchülerVZ, StudiVZ, Netlog und MySpace. Türkische oder russische Vergleichsangebote werden kaum genannt. Lediglich die russischen Kinder und Jugendlichen nutzen zusätzlich zu den anderen Anbietern die russische Seite „odnoklassniki“, vor allem im Austausch mit Freunden im Herkunftsland. Russische bzw. türkische Internetseiten gelten für die Befragten ab 16 Jahren aufwärts als Ergänzung; vor allem, wenn es darum geht, Informationen rund um das Herkunftsland zu erhalten, die man mit deutschen Informationen vergleicht. Die 16- bis 19-Jährigen zeigen sich auch in der imaginierten Präsentationsvorbereitung im Umgang mit Informationen differenziert. Sie würden verschiedene Quellen nutzen und abgleichen. Die 12- bis 15-Jährigen gaben sich dagegen in der Imaginationsaufgabe zur Informationsrecherche und -verwendung ausgesprochen unreflektiert. Sie würden fast ausschließlich im Internet suchen und das, was sie an Informationen finden, relativ widerspruchslos als wahr übernehmen.

Das Wissen um die verschiedenen Möglichkeiten des Internets wird – meist durch trial and error – auf eigene Interessen ausgeweitet. Vorbilder bzw. Leitfiguren sind hier (ältere) Freunde; der Elterngeneration traut man diesbezüglich zu wenig zu. Insgesamt weisen die befragten Kinder und Jugendlichen auch rund um das Internet eine hohe Wissenskompetenz auf, sie wächst mit zunehmendem Alter sowie zunehmender Dauer des Umgangs mit dem Internet.

Der kritische Umgang mit dem Medium Internet bezieht sich bei den befragten Kindern und Jugendlichen fast ausschließlich auf die Gefahren hinsichtlich des Social Networking. Fast alle kennen das Risiko, auf solchen

Seiten von Personen mit „gefakten“ Profilen ausgehorcht zu werden. Zwar hat man diese Erfahrungen nicht zwangsläufig selber gemacht, es reicht vielen aber schon, auf solchen Seiten von anderen Jugendlichen beschimpft worden zu sein. Weitere Gefahren, wie Suchtrisiken, Kostenfallen oder die ungewollte Weitergabe von Daten werden von den Kindern und Jugendlichen beider Migrationsgruppen durchaus benannt. Die Frage des Datenschutzes hat bei einigen dazu geführt, dass sie die Networking Sites nur noch passiv nutzen. Im Hinblick auf Kostenfallen fühlt man sich bereits dadurch geschützt, dass man seine Daten nur auf Seiten, die über ein gewisses Renommee verfügen (z. B. eBay, YouTube, SchülerVZ etc.), angibt. Social Networking löst auch zwischen Eltern und Kindern die größten Konflikte in der Internetnutzung aus. Vor allem türkischstämmige Mütter von Töchtern haben aus Fernsehen und Presse viele negative Informationen bekommen und versuchen, das Social Networking ihrer Töchter zu unterbinden. Für die Eltern – insbesondere die Mütter – ist das Internet eine Blackbox, der man mit Angst und Misstrauen begegnet. Dabei spielen Kostenfallen für diese Ängste kaum eine Rolle, größer ist die Angst – vor allem der türkischen Mütter – vor Erwachsenen, die die Naivität ihrer Kinder – vor allem Töchter – via Social Networking Sites ausnutzen. Dieser Sorge stehen die Eltern allerdings nahezu hilflos gegenüber. So ist zum Beispiel nicht allen Müttern die Möglichkeit bekannt, bestimmte Internetseiten sperren zu lassen. An zweiter Stelle rangiert die Befürchtung, die Kinder (vor allem Jungen) könnten Internet-süchtig werden. Diese Befürchtung teilen russisch- und türkischstämmige Eltern. Gegen letztere Sorge gibt es aus Sicht der Eltern ein probates Mittel: Man führt zeitliche Begrenzungen in der Internet-Nutzung ein. Dies glaubt man zumeist auch kontrollieren zu können, indem man z. B. den Laptop in die Küche stellt oder aber man von Zeit zu Zeit ins Kinderzimmer geht, um die Internetnutzung zu beobachten, und ggf. den „Stecker zu ziehen“. Insgesamt sieht man aber, ähnlich wie beim Handy, wenige Möglichkeiten, kontrollierend und unterstützend auf die Kinder und Jugendlichen einzuwirken. Die Eltern sind sich darüber bewusst, dass der Umgang mit dem PC und dem Internet in der heutigen Zeit unerlässlich ist und die Kinder und Jugendlichen für eine erfolgreiche berufliche Zukunft bereits früh an die Möglichkeiten herangeführt werden müssen. Entsprechend fühlt man sich nicht berechtigt, den Internetzugang komplett zu verhindern. Eher wird – vor allem von den russischstämmigen Eltern – die Verantwortung für einen kompetenten Umgang mit dem Medium Internet an „höhere“ Instanzen, wie zum Beispiel die Schulen, verwiesen. Die Hemmungen der für die Erziehung hauptverantwortlichen Mütter, sich mit dem Medium Internet auseinanderzusetzen, führen dazu, dass sich die Kinder und Jugendlichen in der kritischen Auseinandersetzung einer hohen Eigenverantwortung ausgesetzt sehen. Dieser Verantwortung sind sich die meisten (vor allem mit zunehmendem Alter) bewusst: Man wägt genau ab, welche durch die unsicheren Eltern

gesetzten Grenzen man überschreitet und welche nicht. Ähnlich wie beim Handy sehen sich auch im Hinblick auf PC/Laptop und Internet die Kinder und Jugendlichen ihren Eltern überlegen.

Spielkonsolen sind vor allem bei 12- bis 15-jährigen Jungen vorhanden, mit der Funktionsweise von Spielkonsolen und Internetspielen sind die befragten Kinder und Jugendlichen gut vertraut. Sie spielen aber offenbar in der täglichen Nutzung eine eher untergeordnete Rolle. Die Befragten behaupten, pro Woche maximal eine Stunde mit der Spielkonsole zu spielen; die Nutzung sei im Laufe der Jahre zurückgegangen. Im Gegensatz zur Internetnutzung, insbesondere z. B. der Teilhabe an Social Networking Sites, scheint die Nutzung von Spielen insgesamt eher unreflektiert zu sein. Gefahren werden relativiert, Erfahrungen haben immer nur „die anderen" gemacht; es wird in den Gruppen viel gekichert und geschwatzt. Das Wissen über die Risiken von (Online-) Spielen scheint insgesamt eher gering, entsprechend fallen die Antworten schwammig aus, es werden lediglich vorurteilsartige Schlagworte (Sucht, Gewalt) genannt. Dies lässt die Vermutung zu, dass es sich bei diesem Punkt um ein Tabuthema handelt. Es findet keine kritische Auseinandersetzung mit Pädagogen oder Eltern statt, weil man um deren Ablehnung der Angebote weiß und sich deshalb nicht zu fragen traut. Fragen könnten aufdecken, dass man sich verbotenerweise doch mit den Spielen beschäftigt. Die Nutzung von Spielkonsolen wird von Eltern insgesamt nicht gerne gesehen. Sie berichten (im Gegensatz zu den Kindern), dass die Kinder zu viel spielen würden, und sie schränken die Nutzung von Konsolen zeitlich stark ein oder gestatten die Nutzung nur am Wochenende. Die Eltern befürchten neben der Vernachlässigung von Schularbeiten eine suchtähnliche Abhängigkeit. Da die Nutzung von Spielkonsolen eindeutig den Schluss zulässt, dass das Kind spielt und nichts anderes macht, scheint hier ein Verbot im Vergleich zu den übrigen Medien einfacher und wird auch rigoroser angewendet und von den Kindern offenbar befolgt. Statt mit der Spielkonsole wird nun allerdings auf dem Handy oder online gespielt.

Eine absolute Selbstverständlichkeit im täglichen Umgang stellt das Fernsehen dar. Mit steigendem Alter nimmt auch die kritische Auseinandersetzung zu; so werden Nachrichten zunehmend wichtiger und häufiger einer kritischen Analyse unterzogen. Hier profitieren die Befragten von ihrer Zweisprachigkeit, indem sie insbesondere Nachrichten rund um ihr Herkunftsland sowohl im deutschen wie auch im türkischen bzw. russischen Fernsehen konsumieren und einander gegenüberstellen. Auch scheint es, dass sich die Eltern in Punkto Fernsehen auf der „sicheren Seite" fühlen. Das Fernsehen ist ein Medium, mit dem sie sich bestens auskennen. Man meint zu wissen, dass jugendgefährdende Inhalte erst zu nachtschlafender Zeit oder bei Spartensendern zu finden sind, deren Konsum sich durch Codierung verhindern lässt. Man richtet sich nach Anmerkungen in TV-Zeitschriften oder im Vorspann einer Sendung, um über

die Nutzung spontan entscheiden zu können. Insgesamt würde man sich zwar wünschen, dass die Kinder vermehrt „sinnvolle“, d. h., lehrreiche Sendungen nutzen, kann allerdings nicht von der Hand weisen, dass man selber das Fernsehen auch oft genug als reines Unterhaltungsmedium nutzt und vertraut hier einfach auf das „reifer und erwachsener Werden“ der Kinder.

Zwischen den Fertigkeiten der Kinder und Jugendlichen und ihren Eltern in Bezug auf die neuen Medien klafft insgesamt eine Lücke. Sowohl die Eltern wie auch die Kinder und Jugendlichen schreiben der jüngeren Generation die eindeutig höheren Kompetenzen zumindest mit Blick auf die neuen Medien zu, was insbesondere bei den für die Erziehung hauptverantwortlichen Müttern zu großer Unsicherheit führt. Nur wenige der befragten Mütter sehen sich in der Lage, dieser Unsicherheit zu begegnen, indem sie sich selbst mit den ihnen eher unbekannten Medien wie Handy oder PC/Laptop oder der Internetnutzung auseinandersetzen. Diejenigen Mütter, die dies tun, sind eindeutig der Gruppe der höher Gebildeten (zumeist Mütter mit russischem Migrationshintergrund) zuzuordnen und weisen (zumindest in Hinblick auf die türkischstämmigen Mütter) eine modernere Lebenseinstellung auf. Die Mehrheit der türkischstämmigen Mütter zeigt sich dagegen hilflos. Sie betonen ihr Bemühen, sich mit den Kindern auseinanderzusetzen und sehen sich der „Cleverness“ ihrer Kinder gleichzeitig ausgeliefert. Oft hilft ihnen nur noch, „den Stecker zu ziehen“ – wissend, dass ihr Sohn oder ihre Tochter dann bei Freunden „Zuflucht“ sucht. Auch die Kinder wissen um ihre Überlegenheit und geben offen zu, diese im Falle von „hilflosen“ mütterlichen Verboten auszunutzen.

7 Mediennutzung und soziale Integration junger Migranten – Kausalzusammenhänge

Schon der kurze Blick auf die Korrelationen zwischen Indikatoren zur sozialen Integration und zur sprachgebundenen Mediennutzung in Kapitel 5 (Abschnitt 5.5) hat gezeigt, dass für die Nutzung der herkunftssprachlichen Medien vielfache Zusammenhänge in beiden Teilstichproben identifizierbar waren, während für die deutschsprachige Mediennutzung vor allem in der Stichprobe der türkischstämmigen Befragten Zusammenhänge mit der Alltagssprache und der sozialen Interaktion erkennbar wurden. Im Folgenden wollen wir diese Zusammenhänge genauer in den Blick nehmen. Dafür werden wir an ein multiples Kausalmodell anknüpfen, das anhand der Daten der im Jahre 2006 erhobenen WDR-Studie für türkischstämmige Migranten von 14 bis 49 Jahren in Nordrhein-Westfalen entwickelt und erfolgreich getestet wurde.[40]

Das Ziel dieser Analyse ist es erstens, festzustellen, ob für die Befragten mit türkischem Migrationshintergrund in der vorliegenden Studie vergleichbare Kausalstrukturen zur Erklärung unterschiedlicher Akkulturationsstrategien identifiziert werden können. Eine Bestätigung dieser Kausalstrukturen würde eine Validierung der für die WDR-Daten nachgewiesenen Mediennutzungseffekte bedeuten und damit ein weiterer Schritt zur Beschreibung von Medienwirkungen im sozialen Integrationsprozess sein. Ein weiteres Ziel ist es zweitens, zu prüfen, ob diese für die türkischen Migranten identifizierten Effekte im Grundsatz auch auf die Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus der Population der Aussiedler übertragbar sind. Hier würde ein positives Ergebnis die Generalisierbarkeit der bisherigen Forschungsergebnisse erhöhen und z. B. die Nutzung deutschsprachiger Medien als wichtigen Integrationsfaktor für eine weitere, relevante Gruppe von Zuwanderern beschreibbar machen.

40 Vgl. zum Folgenden auch Trebbe (2009): 226–233.

7.1 Ausgangslage

Die deskriptiven und bivariaten Analysen in Kapitel 5 haben gezeigt, dass die sprachgebundene Mediennutzung ein Indikator für die soziale Interaktion und die soziale Integration sein kann. Dabei zeigen sowohl die Mediennutzungsdaten als auch die Integrationsindikatoren der vorliegenden Studie in die gleiche Richtung wie die entsprechenden Indikatoren aus der WDR-Studie des Jahres 2006. Wie stark diese Übereinstimmung ist, kann man an dieser Stelle an drei zentralen Indikatoren für die türkischstämmigen Befragten aus beiden Studien zeigen (Tabelle 5.1). Die deutsche Sprachkompetenz ist – laut Selbsteinschätzung – in beiden Studien hoch (85 bzw. 82 Prozent). Im Alltag wird in beiden Stichproben in erster Linie Deutsch gesprochen. In der Regel parallel zu Türkisch (53 bzw. 46 Prozent), aber auch mit deutlichem Schwerpunkt auf Deutsch, vor allem in der aktuellen, etwas „jüngeren" Stichprobe (24 bzw. 36 Prozent). Der Anteil der dominant Türkisch sprechenden Befragten liegt relativ konstant bei etwa einem Viertel der Stichprobe.

Tabelle 7.1: Studienvergleich: Sprache und sprachgebundene Fernsehnutzung (in Prozent, gew.)

	Türkischer Migrationshintergrund	
	Studie WDR 2006	Studie LfM 2009
	14–29 J.	12–29 J.
	n_w = 226	n_w = 302
Sprachkompetenz Deutsch (gut/sehr gut)	85	82
Sprachgebrauch im Alltag		
Deutsch und Türkisch gleich häufig	53	46
Meistens Deutsch	24	36
Meistens Türkisch	23	28
Fernsehnutzung (Stammseher)		
Deutsch und Türkisch gleich häufig	45	46
Meistens Deutsch	21	24
Meistens Türkisch	24	18

Die zweisprachige Fernsehnutzung, also etwa gleich häufig türkisch- und deutschsprachige Programme anzusehen, dominiert in beiden Stichproben die Verteilung mit nahezu identischen Anteilswerten (45 bzw. 46 Prozent). Der Anteil der Befragten, die eher deutschsprachiges Fernsehen nutzen, ist ebenfalls vergleichbar hoch in beiden Stichproben (21 bzw. 24 Prozent), der Anteil der exklusiv türkischsprachigen Fernsehprogrammnutzer ist in der aktuellen Stichprobe etwas kleiner als in der Stichprobe aus dem Jahre 2006 (18 bzw. 24 Prozent).

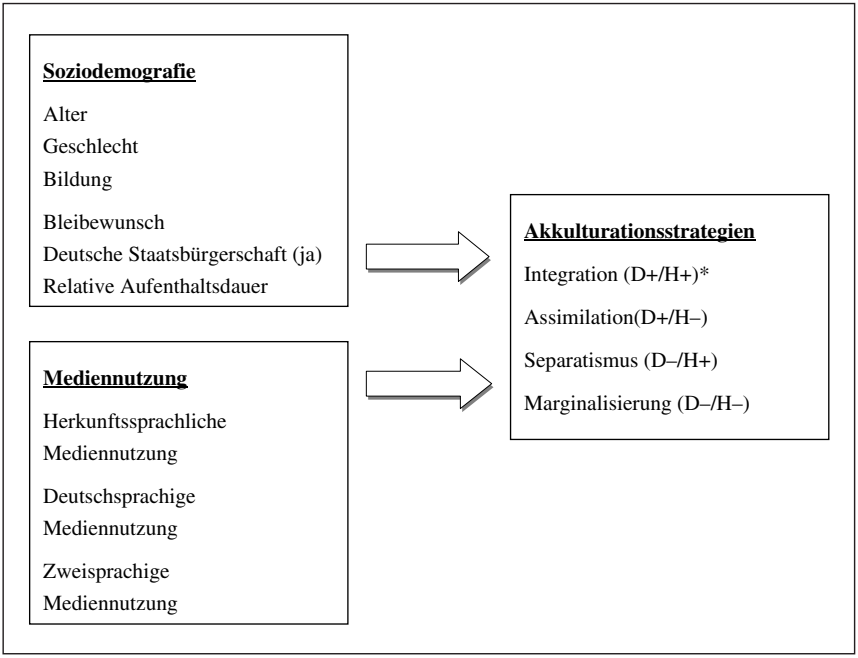
Wir werden den Vergleich der deskriptiven Daten für die türkischstämmigen Befragten an dieser Stelle nicht auf die Spitze treiben. Die drei Beispiele zeigen aber deutlich, dass sich vergleichsweise stabile Strukturen in den

zwei unabhängig voneinander und mit einem Abstand von mehr als 2 Jahren gezogenen Stichproben zeigen. Für die Daten der WDR-Studie hat sich in den multivariaten Analysen gezeigt, dass sich neben soziodemografischen Effekten auf die Akkulturationsstrategien der Befragten vor allem die deutschsprachige Mediennutzung als Wirkungsfaktor identifizieren lässt, während die heimatsprachliche, in dem Fall türkischsprachige Mediennutzung vergleichsweise geringe Auswirkungen auf die soziale Integration gezeigt hat (Trebbe 2009: 233). Diesen Befund werden wir im Folgenden für die zwei Populationen der vorliegenden Studie überprüfen.

7.2 Modell und Operationalisierung

Die kausalanalytische Modellierung orientiert sich – soweit wie möglich – an den aktuellsten Analysen der Daten der WDR-Studie (Abbildung 1). Dort wurden multiple, lineare Regressionsanalysen durchgeführt, um den Einfluss

Abbildung 7.1: Kausalmodell



* D± = Positive bzw. negative Ausprägungen im Hinblick auf den deutschen Kontext,
H± = Positive bzw. negative Ausprägungen in Bezug auf den Herkunftskontext.

soziodemografischer Indikatoren und der Mediennutzung auf die Akkulturationsstrategien nach Berry abschätzen zu können (s. a. Kapitel 2). Diese Akkulturationsstrategien werden als abhängige Variable aufgefasst und durch Indizes der Indikatoren *Sprachgebrauch im Alltag (Deutsch bzw. Herkunftssprache), soziale Interaktion mit Freunden/Bekannten, politisches Interesse für Deutschland bzw. das Herkunftsland und die Relevanz von Informationsquellen aus Deutschland bzw. dem Herkunftskontext* operationalisiert.

Dabei werden positive Ausprägungen in Bezug auf beide gesellschaftlichen Kontexte (Herkunft und neuer deutscher Kontext) als *integrativ,* ausschließlich positive für den deutschen Kontext als *assimilativ* und ausschließlich positiv auf den Herkunftskontext gerichtete Einstellungen als *separatistisch* interpretiert. Von *Marginalisierung* wird gesprochen, wenn beiden gesellschaftlichen Kontexten eher kritisch gegenübergestanden wird.

Auf der Seite der unabhängigen, erklärenden Variablen werden zwei Indikatorenblöcke zur Soziodemografie und zur Mediennutzung synchron betrachtet.[41] Die Soziodemografie umfasst neben den klassischen Variablen Alter, Geschlecht und Bildung drei migrationsspezifische Indikatoren: den Wunsch, für immer in Deutschland zu bleiben, die deutsche Staatsbürgerschaft sowie den relativen Anteil der Lebenszeit jedes Einzelnen, die in Deutschland verbracht wurde. Unter Mediennutzung werden hier die sprachgebundenen Nutzungsvorgänge zu Fernsehen, Radio und Tageszeitung, gemessen durch die Anzahl der Tage einer normalen bzw. durchschnittlichen Woche, aufsummiert. Zusätzlich zu den konventionellen Massemedien wurde auch die sprachgebundene Internetnutzung in die Summenindizes eingerechnet. Insgesamt wurden drei Indizes gebildet, die deutschsprachige Nutzung, die türkischsprachige Nutzung und die zweisprachige Nutzung. Letzterer hat dann hohe Werte für die Befragten, wenn die Differenz zwischen herkunftssprachlicher und deutschsprachiger Nutzung möglichst gering ist.

41 Bei der multivariaten Analyse der WDR-Daten war es das Ziel, den über die soziodemografischen Variablen hinausgehenden Effekt für die Mediennutzungsindikatoren, also den Erklärungszuwachs, zu identifizieren, deshalb wurde dort schrittweise vorgegangen. Auf der Basis dieses Erkenntnisstandes werden für die hier vorliegenden Daten beide Indikatorengruppen synchron betrachtet.

7.3 Ergebnisse

Die linearen Regressionsanalysen wurden jeweils für die zwei Teilstichproben getrennt durchgeführt. In Tabelle 7.2 werden die Ergebnisse für die türkischstämmigen Befragten und die russischen Aussiedler gegenübergestellt.

Zunächst zur Erklärungskraft der Kausalmodelle (R^2). Für die türkischstämmige Stichprobe bestätigt sich der Befund der WDR-Studie, dass durch eine Kombination von soziodemografischen und Mediennutzungsvariablen die assimilative und die separatistische Akkulturationsstrategie vergleichsweise besser erklärt werden können (jeweils R^2 = .12) als Integration und Marginalisierung (jeweils .08). Relativ gesehen stimmt dieser Befund auch für die Kausalmodelle, die für die Aussiedler berechnet wurden. Assimilation (R^2 = .31) und Separation (R^2 = .18) lassen sich mit dem gewählten Variablenset auch in dieser Population besser vorhersagen als Integration (R^2 = .11) und Marginalisierung (R^2 = .05). Darüber hinaus macht die Gegenüberstellung der Koeffizienten deutlich, dass – jedenfalls auf dieser pauschalen Betrachtungsebene – die Erklärungskraft der Regressionsmodelle für die Aussiedler bei den Akkulturationsindizes grundsätzlich besser ist als für die Befragten mit türkischem Migrationshintergrund.

Betrachtet man die Modelle im Einzelnen, so zeigen sich einige interessante Befunde für die zwei Teilstichproben, auch und besonders im Vergleich zu den Resultaten aus der WDR-Studie. Für die integrative Akkulturationsstrategie, also die gleichermaßen positiv und aktiv auf den deutschen Mehrheitskontext und den Migrationshintergrund ausgerichteten Einstellungen und Interaktionen, zeigt sich im Fall der türkischen Befragten ein starker Einfluss der Variablen zum sozialen Status (Alter, Bildung und Aufenthaltsdauer), d. h. je älter die Befragten, je höher ihre Bildung und je länger sie in Deutschland sind, desto eher vorfolgen sie eine solche Strategie. Im Vergleich zur WDR-Studie fällt hier ein Vorzeichenwechsel bei der Wirkung der Variable Alter auf. Während dort (d. h. bei den 14- bis 49-Jährigen) die integrative Strategie mit dem Alter abnahm, ist es hier genau umgekehrt, d. h. unter den 12- bis 29-Jährigen sind es eher die „älteren“ jungen Erwachsenen, die sich beiden Kontexten aktiv zuwenden. Auf diese Strategie wirkt dann auch eine ausgewogene, auf beide Sprachen bezogene Mediennutzung als positiver Effekt – je stärker die Mediennutzung in beiden Sprachen stattfindet, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit für eine ebenfalls auf beide Kontexte ausgerichtete Integrationsstrategie.

Tabelle 7.2: Multiple, lineare Regressionen zur Erklärung der Akkulturationsstrategien*

Beta	Akkulturationsstrategien (Indizes)							
	Integration		Assimilation		Separation		Marginalisierung	
Stichprobe	Tk. Mh.	Aussdl.	Tk. Mh.	Aussdl.	Tk. Mh.	Aussdl.	Tk. Mh.	Aussdl.
Konstante (Modell)				2.0	1.8	.84	.85	.82
Soziodemografie								
Alter	.16			–.12				
Geschlecht (weiblich)						–.14		
Bildung (Abi/Gymn.)	.13		.12				–.24	
Bleibewunsch (ja)								.12
Rel. Aufenthaltsdauer	.19				–.25	–.14		.17
Dt. Staatsbürgerschaft (ja)		–.12						
Mediennutzung								
Deutschsprachig								
Türkisch bzw. Russisch			–.22	–.44	.16	.21		–.25
Ausgewogen zweisprachig	.16		–.12					
Adj. R^2	**.08**	**.11**	**.12**	**.31**	**.12**	**.18**	**.08**	**.05**

* Standardisierte Regressionskoeffizienten (BETA), alle angegebenen Koeffizienten $p(\alpha) \leq .05$.

Für die Befragten aus der Aussiedlerstichprobe zeigen sich im Gegensatz dazu kaum integrative Effekte für die soziodemografischen Variablen. Lediglich die Minderheit derjenigen, die (noch) keine deutsche Staatsbürgerschaft haben, verfolgt eine gleichermaßen auf die Herkunft als auch auf Deutschland bezogene Integrationsstrategie. Mediennutzung und vor allem zweisprachige Mediennutzung spielt dabei keine Rolle.

Im Hinblick auf die zwei gut erklärbaren Strategien Assimilation und Separation zeigen sich Effekte für die sprachgebundene Mediennutzung, die in bisherigen Kausalanalysen nicht erkennbar waren. Für die assimilative Strategie finden sich beispielsweise *negative Effekte* der herkunftssprachlichen Mediennutzung. Besonders gut sichtbar sind diese in der Stichprobe der jungen Aussiedler: Eine stark ausgeprägte russischsprachige Mediennutzung steht einer assimilativen Akkulturation explizit entgegen (BETA: –.44). In der türkischstämmigen Stichprobe zeigt sich der gleiche negative Effekt, wenn auch nicht ganz so ausgeprägt (BETA: –.22). Und darüber hinaus erkennt man – und das ist in diesem Zusammenhang plausibel – für beide Teilstichproben entsprechende *positive Effekte* der türkisch- bzw. russischsprachigen Mediennutzung auf eine separatistische, d. h. dem deutschen Mehrheitskontext abgewandte Akkulturationsstrategie (BETA: .16 bzw. .21).

Weiter zeigt sich ein positiver Bildungseffekt für die assimilative Strategie im Fall der türkischen Befragten (BETA: .12), während sich für die Aussiedler zeigen lässt, dass Assimilation dann am wahrscheinlichsten ist, wenn die Zuwanderung nach Deutschland in besonders jungen Jahren erfolgt ist (BETA: –.12). Die Kausalanalyse für die einseitige Zuwendung zum Herkunftskontext (Separation) zeigt für die zwei Stichproben starke Parallelitäten. Hier schlägt

die Aufenthaltsdauer der Befragten als Erklärungsfaktor durch: Der eher kritische Umgang mit dem deutschen Gesellschaftskontext findet vor allem bei denjenigen statt, die erst seit kurzer Zeit in Deutschland leben, und er ist für männliche Befragte wahrscheinlicher als für weibliche – dies allerdings nur im Fall der jugendlichen Aussiedler.

Marginalisierte Akkulturationsstrategien sind im Fall der türkischstämmigen Befragten vor allem an Bildungsnachteile gekoppelt, während bei den russischen Aussiedlern eine längere Aufenthaltsdauer unter bestimmten Umständen zu einer Abwendung von beiden Kontexten führen kann – auch wenn sie mit dem Wunsch verknüpft ist, in Deutschland zu bleiben. Vor allem aber zeigt sich hier ein negativer Effekt für die Nutzung russischsprachiger Medien (BETA: –.25). Auch wenn dieses schwächste Modell mit Vorsicht interpretiert werden muss, kann man festhalten: Je mehr Herkunftsmedien genutzt werden, desto höher die Wahrscheinlichkeit, in *beiden* Lebenswelten nicht zu Hause zu sein.

7.4 Diskussion

Die Ergebnisse der Kausalanalysen zeigen aus einer mehrdimensionalen Perspektive noch einmal deutlich auf, wo die Besonderheiten der in dieser Studie untersuchten Populationen mit Migrationshintergrund liegen. So kann man sie etwa mit Blick auf die Altersstruktur sowohl als homogen als auch als heterogen bezeichnen. *Homogen* ist die Gruppe der 12- bis 29-jährigen Befragten auf der einen Seite im Vergleich zu anderen, breiter angelegten Stichproben, weil das „jüngste“ Drittel der zwei größten Bevölkerungssegmente mit Migrationshintergrund in den Blick genommen wird, und damit bestimmte, in späteren Lebensphasen relevante Integrationsdimensionen ausgeblendet werden. So kann man an den Daten der aktuellen Umfragen sehr gut ablesen, dass der deutsche Mehrheitskontext für die jüngeren Migrationsgruppen routinierter ist und die soziale Interaktion in der Mehrheitsgesellschaft durch Sprache, gesellschaftliches Leben und Freizeitaktivitäten zum selbstverständlichen Bestandteil ihres Alltagslebens geworden ist – selbst bei denjenigen, die noch eigene Zuwanderungserfahrungen gemacht haben.

Auf der anderen Seite führt die Fokussierung auf die Jugendlichen und jungen Erwachsenen dazu, dass bestimmte Eigenheiten und Differenzierungen innerhalb dieses Alterssegments deutlicher zutage treten und nicht durch gegenläufige Ausprägungen in den älteren Gruppen ausgeglichen und damit im Durchschnitt quasi aufgehoben werden. Am deutlichsten wird diese *Heterogenität* am Beispiel der Stichprobe der türkischstämmigen Befragten. Über 80 Prozent der befragten 12- bis 29-Jährigen sind in Deutschland geboren. Dadurch unterscheiden sie sich in einem ganz entscheidenden Merkmal von

der Generation ihrer Eltern und Großeltern, die zum größten Teil eigene Migrationserfahrungen gemacht haben und nicht in einem bikulturellen Umfeld sozialisiert wurden. Dies hat für viele der Jugendlichen zur Folge, dass die Auseinandersetzung mit der türkischen Seite ihrer Identität ausschließlich – oder zumindest in großen Teilen – über die Familie geschieht, während der deutsche Mehrheitskontext in Schule und Freundeskreis dominiert. War es für frühere Generationen türkischer Migranten häufig so, dass der deutsche Gesellschaftskontext derjenige war, der zu ihrer türkischen Identität dazu kam, ist es für viele Jugendliche heute umgekehrt. Im deutschen Alltag entwickelt sich ein vorherrschender Teil ihrer Identität, zu dem ihre türkische Herkunft dazu kommt. In diesem Sinne ist die Stichprobe der türkischstämmigen Befragten äußerst heterogen, denn die Zuwanderungsquote bei den 12- bis 19-Jährigen, also denjenigen, die noch besonders stark durch den elterlichen Familienhaushalt geprägt werden, beträgt nur 6 Prozent (gegenüber 32 Prozent bei den 20- bis 29-Jährigen), so dass selbst zwischen diesen „jungen" Gruppen noch große Unterschiede im Verhältnis von türkischem und deutschem Teil ihrer Identität sichtbar werden.

Aus dieser Perspektive kann man die türkischsprachige Mediennutzung in dieser Altersgruppe in einem etwas anderen Licht sehen, als es für die älteren Generationen angemessen ist. Für die meisten Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist der Blick in die türkische Kultur und Gesellschaft – auch via Benutzung der Sprache und Zuwendung zu Massenmedien – ein Blick in die Kultur und Gesellschaft ihrer Eltern und damit auch ein Blick zurück. Während die Angehörigen früherer Migrantengenerationen ihre türkische Identität nach Deutschland mitgebracht und hier gepflegt haben, wird sie von den jüngeren Generationen parallel zu ihrer deutschen (Teil-) Identität erworben. Das erklärt vielleicht erstens, warum eine auf beide Kontexte gerichtete, integrative Akkulturationsstrategie innerhalb dieses jungen Segments mit steigendem Alter wahrscheinlicher wird und zweitens, warum die Nutzung türkischsprachiger Medien einer durch steigende Bildung verstärkten, assimilativen Akkulturationsstrategie entgegen wirken kann, bis hin zur expliziten Abwendung vom deutschen Mehrheitskontext.

Auf die russischen Aussiedler sind diese Überlegungen natürlich in keiner Weise übertragbar. Die Mehrheit dieser Migrantengruppe hat selbst Migrationserfahrungen gemacht, 9 von 10 Befragten sind mit den Eltern nach Deutschland gekommen und vorher in einem anderen gesellschaftlichen Umfeld aufgewachsen. Allerdings spielt auch für diese Gruppe die ethnische Identität ihrer Eltern bzw. Großeltern eine wichtige Rolle. Ebenfalls 9 von 10 Befragten bringen die deutsche Staatsbürgerschaft qua ihres Status als Spätaussiedler mit, auch wenn sie selbst und ihre Eltern einen großen Teil ihres Lebens in Russland oder einer anderen Region der ehemaligen Sowjetunion verbracht haben. Sie bringen so einen Teil ihrer deutschen Identität aus

diesen Ländern nach Deutschland mit, der ihnen – und hier wiederum besteht Ähnlichkeit mit den Deutschtürken – in erster Linie durch das familiäre Umfeld vermittelt wurde. Diese mehrfachen Windungen einer deutsch-russisch-deutschen Herkunftsperspektive lassen sich an den vorliegenden Daten zur sozialen Interaktion und Integration sehr gut ablesen. Die Befragten der Aussiedlerstichprobe sind sehr viel stärker auf den deutschen Mehrheitskontext ausgerichtet, die russische Herkunft wird leichter zurückgelassen und schneller aufgegeben als bei den türkischstämmigen Befragten – und dies trotz Migrationserfahrung am eigenen Leib. Die zeigt sich sowohl bei Sprache, sozialer Interaktion und den auf den Herkunftskontext bezogenen Informationsbedürfnissen: Assimilative Strategien sind häufiger anzutreffen als integrative, die Herkunftskultur stärker einbeziehende Einstellungen und Aktivitäten.

Vor diesem Hintergrund hat auch die sprachgebundene Mediennutzung eine andere Bedeutung und andere Wirkungen. Sie ist einerseits weitaus weniger relevant für die Aussiedler als für die türkischstämmigen Befragten. Der deutschsprachigen Mediennutzung wird häufiger der (exklusive) Vorzug vor russischsprachigen Informations- oder Unterhaltungsangeboten gegeben. Andererseits wirkt es dem assimilativen Mainstream in dieser Population extrem entgegen, wenn russischsprachige Medien genutzt werden. Diejenigen, die sich (noch immer) mit der russischen Herkunft und Kultur befassen, tun dies dann auch durch und mit Medien. Dem deutschen und vor allem deutsch*sprachigen* Alltag können jedoch die meisten nicht auf Dauer ausweichen. Das ist vermutlich der Grund, warum sich separatistische Strategien im Zusammenhang mit der russischsprachigen Mediennutzung vor allem bei Befragten zeigen, die erst seit vergleichsweise kurzer Zeit in Deutschland sind.

Für beiden Populationen gleichermaßen kann man abschließend festhalten, dass im Zusammenhang mit den zum Teil sehr unterschiedlichen Migrations- und Integrationsstadien die Nutzung der deutschen Medien vergleichsweise wenig Varianz und Wirkung zeigt. In dieser Gruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist der Umgang mit konventionellen und „neuen“ Medien im Alltag selbstverständlich. Deutsche Medien werden nahezu unabhängig vom sozialen Integrationsstatus genutzt. Mehr noch: Die Nutzung deutscher Medien erlaubt in vielen Fällen weder eine Prognose zur Nutzung der herkunftssprachlichen Medien noch zum Verhältnis zur deutschen Mehrheitsgesellschaft – sie gehört in dieser Altersgruppe zur gesellschaftlichen Normalität.

8 Mediennutzung und Medienkompetenz: Jugendliche mit und ohne Migrationshintergrund im Vergleich

Wie in Kapitel 1 und 4 erläutert, führt der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs), eine Einrichtung der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK), in regelmäßigen Abständen die Studie „Jugend, Information, (Multi-)Media (JIM)“, eine Studie zur Mediennutzung 12- bis 19-Jähriger in Deutschland, durch. Die zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts aktuellste Erhebung wurde 2008 durchgeführt und enthält Resultate von 1.208 Interviews mit Jugendlichen aus dem gesamten Bundesgebiet. Die Grundgesamtheit ist definiert als „die sieben Millionen Jugendlichen im Alter von 12 bis 19 Jahren in Telefon-Haushalten der Bundesrepublik Deutschland“ (JIM 2008: 4).

Da sich die JIM-Studie auf ein Alterssegment bezieht, das auch in den beiden Migranten-Stichproben der LfM-Studie vertreten ist, eignet sie sich im Prinzip gut für einen Vergleich mit den Daten, die in der LfM-Studie zur Mediennutzung und Medienkompetenz von zwei Migrantengruppen erhoben wurden. Dieser Vergleich wird im Folgenden vorgenommen, jedoch ist er mit einigen Einschränkungen verbunden, auf die wir zum Teil schon in Kapitel 4 eingegangen sind:

Da ist zum einen der unterschiedliche *regionale Bezugsrahmen* der beiden Untersuchungen. Die JIM-Studie bezieht sich auf die gesamte Bundesrepublik, die LfM-Studie ist ausschließlich auf Nordrhein-Westfalen fokussiert.

Zum anderen wird in der JIM-Studie der *Migrationsstatus* der Befragten nach unserem Wissensstand nicht erfasst. Daher ist davon auszugehen, dass sich in der JIM-Stichprobe eine nicht bekannte Anzahl von Personen mit Migrationshintergrund befindet (die einzige diesbezügliche Information ist das Geburtsland der Befragten: 95 Prozent sind in Deutschland geboren). Insofern betrifft der im Folgenden beschriebene Vergleich der Altersgruppe der 12- bis 19-Jährigen faktisch auf der einen Seite Jugendliche mit türkischem Migrationshintergrund und russische Aussiedler und auf der anderen Seite

deutschsprachige Jugendliche – vorwiegend ohne, zum Teil aber auch mit Migrationshintergrund.

Außerdem beziehen sich die Angaben der LfM-Studie zur Mediennutzung aus Gründen der Anschlussfähigkeit an bevölkerungsrepräsentative Studien in der Regel auf die in der Reichweiteforschung eingeführte „Währung“ der *Stammnutzer*. Das sind Personen, die ein Medium bzw. ein bestimmtes Medienangebot nach eigener Aussage an mindestens 4 Tagen einer „normalen Woche“ nutzen. Die Daten der JIM-Studie sind damit nicht direkt vergleichbar, als Äquivalent haben wir uns für die Zusammenfassung der Selbsteinschätzung von „täglich“ und „mehrmals pro Woche“ (= *mindestens mehrmals pro Woche*) entschieden.

8.1 Soziodemografie

Zunächst ein Blick auf einige soziodemografische Indikatoren. In Bezug auf das Alter (Tabelle 8.1) und das Geschlecht der Befragten (Tabelle 8.2) sind alle drei Teilstichproben ähnlich aufgebaut. Der Anteil der Jugendlichen zwischen 14 und 19 Jahren liegt etwa bei 80 Prozent, die 12- bis 13-jährigen Kinder repräsentieren etwa ein Fünftel der Stichproben.

Tabelle 8.1: Alter der Befragten (in Prozent, gew.)*

Alter	Türkischer Migrationshintergrund 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)** 12–19 J. n_w = 1.208
12–13 Jahre	20	16	23
14–19 Jahre	80	84	76
Gesamt	100	100	100

* Von Hundert abweichende Prozente sind Rundungsfehler.

Die männlichen Befragten sind in allen drei Stichproben in der Mehrheit, in den Stichproben mit Migrationshintergrund noch etwas deutlicher (54 Prozent) als in der JIM-Studie (51 Prozent).

Tabelle 8.2: Geschlecht (in Prozent, gew.)

Geschlecht	Türkischer Migrationshintergrund 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)** 12–19 J. n_w = 1.208
Männlich	54	54	51
Weiblich	46	46	49
Gesamt	100	100	100

Ganz anders – und mit den aus anderen Studien hinreichend bekannten Verschiebungen – fällt der Vergleich der zum Zeitpunkt der Befragung besuchten Schulformen aus (Tabelle 8.3). Der Anteil der Hauptschüler ist in den zwei Stichproben mit Migrationshintergrund etwa doppelt so hoch (26 bzw. 21 Prozent) wie in der bundesweit repräsentativen Stichprobe aller Jugendlichen in dieser Altersgruppe (10 Prozent). Und auch, wenn die Daten ggf. im Hinblick auf die Werte für Real- bzw. weiterführende Schulen nicht ganz vergleichbar sind, zeigt sich doch für das Gymnasium ein deutlicher Unterschied zwischen dem Wert für die 12- bis 19-Jährigen in der Gesamtbevölkerung (40 Prozent) und den türkischstämmigen Befragten bzw. den Aussiedlern (20 bzw. 22 Prozent). Dies ist vor dem Hintergrund der in Kapitel 5 beschriebenen starken Zusammenhänge zwischen Bildungsvariablen und Funktionsmediennutzung besonders bedeutsam.

Die Frage, inwieweit ggf. Unterschiede zwischen Befragten mit Migrationshintergrund und bundesdeutscher Gesamtbevölkerung bereits in der Altersgruppe der 12- bis 19-Jährigen auf eine unterschiedliche Bildungsperspektive zurückzuführen sind, wird im weiteren Verlauf dieses Vergleichs zu berücksichtigen sein.

Tabelle 8.3: Schulbesuch (in Prozent, gew.)

Schulbesuch	Türkischer Migrationshintergrund 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)** 12–19 J. n_w = 1.208
Schüler	88	84	88
Hauptschule	*26*	21	*10*
Realschule/weiterf.	*27*	28	*23*
Gymnasium	*20*	22	*40*
Sonstiges	*15*	13	*4*
Kein Schüler	12	14	12
Studium (Uni/FH)	*4*	*2*	*k.A.*
Berufstätig/Ausbildung	*6*	*13*	*12*
Sonstiges	*2*	*1*	*1*
Gesamt	100	100	100

8.2 Medienausstattung und Mediennutzung

Im Hinblick auf die individuelle Medienausstattung der Befragten zeigen sich sowohl Unterschiede als auch Gemeinsamkeiten (Tabelle 8.4).

Tabelle 8.4: Individuelle Medienausstattung: Massenmedien (in Prozent, gew.)

Ausstattung/Befragte	Türkischer Migrationshintergrund 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)** 12–19 J. n_w = 1.208
Fernsehgerät	58	58	61
Radiogerät	25	34	77
Zeitungsabonnement*	15	28	59
Internetzugang	56	48	51

* Zeitungsabonnements werden nur auf der Ebene der Haushalte erhoben.

Zu den Gemeinsamkeiten gehört das Fernsehgerät im eigenen Zimmer. Jeweils 58 Prozent der türkischstämmigen Migranten und der Aussiedler verfügen über einen eigenen Fernseher. Laut JIM-Studie 2008 trifft das auch auf 61 Prozent der 12- bis 19-Jährigen in der Gesamtbevölkerung zu. Und auch ein eigener Internetzugang ist in etwa im gleichen Umfang in allen drei Stichproben vertreten (zwischen 48 Prozent bei den Aussiedlern und 56 Prozent bei den türkischstämmigen Befragten).

Große Unterschiede zeigen sich vor allem bei der Ausstattung mit Radiogeräten und Zeitungsabonnements. 59 Prozent der Befragten der JIM-Studie verfügen über ein Zeitungsabonnement im Haushalt, bei den Jugendlichen mit Migrationshintergrund sind es mit 15 bzw. 28 Prozent deutlich weniger, und auch der Abstand zwischen türkischstämmigen Befragten (15 Prozent) und Aussiedlern (28 Prozent) in dieser Altersgruppe ist groß. Noch deutlicher sind die Unterschiede beim Besitz von Radiogeräten. Während der Anteil bei den 12- bis 19-Jährigen in der Gesamtbevölkerung bei 77 Prozent liegt und damit noch über dem Anteilswert für Fernsehgeräte, sind es in der vorliegenden Studie nur 25 bzw. 34 Prozent. Dies spricht sehr für die bereits in Kapitel 5 geäußerte Vermutung, dass gerade Zeitung und Radio erstens ein besonders hohes Sprachverständnis erfordern (hören und verstehen) und dass zweitens diese Medien und ihre Inhalte traditionell stark an regionale bzw. lokale Verbreitungsgebiete gebunden sind und deshalb durch entsprechende Angebote im Internet oder digitalen Fernsehen verdrängt werden.

Weitaus weniger gravierend sind die Unterschiede zwischen den Populationen im Hinblick auf die Ausstattung mit Funktionsmedien (Tabelle 8.5).

Tabelle 8.5: Individuelle Medienausstattung: Funktionsmedien (in Prozent, gew.)

Ausstattung/Befragte	Türkischer Migrationshintergrund 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)** 12–19 J. n_w = 1.208
Computer	66	65	71
Handy	89	93	95
Spielkonsole	44	37	45
Mobile Spielkonsole	33	25	41

Die 12- bis 19-jährigen Befragten aus der Gesamtbevölkerung verfügen zu mehr als zwei Dritteln über einen eigenen Computer. In den zwei migrationsspezifischen Stichproben liegen die Werte mit 66 bzw. 65 Prozent knapp darunter und im Rahmen der zufallsbedingten Stichprobenstreuung. Das Gleiche gilt für die Verfügbarkeit von Mobiltelefonen: 89 Prozent der türkischstämmigen Jugendlichen, 93 Prozent der Aussiedler und 95 Prozent der Jugendlichen in der Gesamtbevölkerung haben ein eigenes Handy. Einzig für die Spielkonsolen, die aus Vergleichsgründen hier getrennt nach fest installierten und mobilen Geräten ausgewiesen werden, lassen sich Unterschiede zwischen den Jugendlichen aus der Aussiedlerstichprobe und den zwei anderen Gruppen feststellen. Diese Population ist mit 37 Prozent bzw. 25 Prozent weniger häufig im Besitz solcher Geräte als die Vergleichsgruppen aus der Gesamtbevölkerung (45 bzw. 41 Prozent) und den türkischstämmigen Befragten (44 bzw. 33 Prozent).

Im Grundsatz gilt auch für den Vergleich mit den Nutzungsdaten der JIM-Studie die Feststellung, dass die Nutzung der Ausstattung folgt, bzw. als guter Indikator dienen kann (Tabelle 8.6).

Tabelle 8.6: Mediennutzung (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Mediengattungen	Türkischer Migrationshintergrund* 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler* 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)**** 12–19 J. n_w = 1.208
Fernsehen	92	86	89
Radio	16	34	72
Zeitung	18	12	43
Internet	69	73	84
Computer	60	71	89
Handy	79	75	84
Spielkonsole	21	16	26

* Personen, die angeben, das Medium an 4, 5, 6 oder 7 Tagen einer normalen Woche zu nutzen.
** Täglich/mehrmals pro Woche.

Im Fall der Jugendlichen aus der Gesamtbevölkerung sind die Unterschiede zwischen den meist genutzten Medien allerdings nicht so groß wie im Fall der zwei Migranten-Stichproben. So ist das Fernsehen bei den 12- bis 19-Jährigen aus der Gesamtbevölkerung mit 89 Prozent gleich auf mit der Computernutzung (jeweils 89 Prozent), während in den anderen zwei Stichproben eher größere Abstände zwischen TV- und PC-Nutzung zu finden sind.[42] Ebenfalls eher im Bereich von Fernsehen und Computer bewegen sich die Werte für die häufige und regelmäßige Internet- und Handynutzung (jeweils 84 Prozent). In den Stichproben für die jugendlichen Aussiedler bzw. türkischstämmigen Befragten schwanken die Stammnutzeranteile für PC und Internet eher um 70 Prozent, insbesondere die Computernutzung bei den türkischstämmigen Jugendlichen ist mit 60 Prozent Stammnutzeranteil vergleichsweise gering.

Eindeutiger und auffälliger sind aber auch bei den Nutzungsdaten die Unterschiede im Umgang mit Radio und Tageszeitung. Obwohl auch bei den Jugendlichen aus der Gesamtbevölkerung die zwei Massenmedien eher am unteren Ende der Beliebtheitsskala zu finden sind (einmal abgesehen von der Spielkonsole), fallen die Werte mit 72 Prozent für Radionutzung und 43 Prozent für die Tageszeitungsnutzung doch deutlich höher als in den Vergleichsstichproben aus. Und dabei ist das Radio bei den 12- bis 19-jährigen Aussiedlern mit 34 Prozent Stammhöreranteil noch deutlich beliebter als bei den türkischstämmigen Jugendlichen mit nur 16 Prozent. Die Tageszeitung ist in allen drei Stichproben das Massenmedium mit den schwächsten Nutzungszahlen, in den migrationsspezifischen Stichproben liegt die Nutzung mit 18 bzw. 12 Prozent jedoch auf einem deutlich niedrigeren Niveau. Die Spielkonsole als Funktionsmedium liegt mit ihren Nutzungszahlen ebenfalls eher am Ende der Rangliste, für alle drei Stichproben auf vergleichbarem Niveau (zwischen 16 und 26 Prozent).

Der Blick auf andere Medien- und Freizeitaktivitäten (Tabelle 8.7) stellt noch einmal die in Kapitel 5 berichtete hohe Bedeutung der Musiknutzung für Jugendliche heraus. Der Gebrauch von MP3 ist nicht nur bei den Befragten mit Migrationshintergrund, sondern auch bei den Jugendlichen aus der Gesamtbevölkerung sehr stark verbreitet. Bei diesen nimmt zusätzlich das aktive Musik machen mit 18 Prozent einen höheren Stellenwert ein als bei beiden Stichproben mit Migrationshintergrund (7 bzw. 5 Prozent).

42 Da die Daten der JIM-Studie hier nicht direkt vergleichbar mit den Daten der LfM-Studie sind, werden wir weniger auf die konkreten Prozentwerte für die „Stammnutzung“ eingehen und eher die – jeweils interne – Rangreihe der häufig bzw. regelmäßigen Mediennutzungsvorgänge in den Blick nehmen.

Tabelle 8.7: Mediennutzung und Freizeitaktivitäten (Nutzung, Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Aktivitäten	Türkischer Migrationshintergrund* 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler* 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)**** 12–19 J. n_w = 1.208
Freunde treffen	46	72	88
MP3	78	79	82
Sport treiben	32	37	71
Nichts tun	40	42	69
Musik CD/MC hören	51	49	68
Bücher lesen	27	22	40
Zeitschriften lesen	8	10	29
Musik machen	7	5	18

* 4, 5, 6 oder 7 Tage einer normalen Woche.
** Täglich/mehrmals pro Woche.

Deutliche Unterschiede zwischen den drei Teilstichproben zeigen sich bei den außerhäuslichen Aktivitäten. Während 88 Prozent der Befragten der JIM-Studie sich häufiger als viermal pro Woche mit Freunden treffen, trifft dies nur für 46 Prozent der türkischstämmigen Jugendlichen und für 72 Prozent der Aussiedler zu. Die 12- bis 19-Jährigen der Gesamtstichprobe sind daneben deutlich häufiger mit sportlichen Aktivitäten beschäftigt. Sie geben allerdings auch häufiger an, in der Freizeit einfach nichts zu tun. Die Nutzungsdaten für Zeitschriften bestätigten das schon bei der Zeitungsnutzung festgestellte niedrigere Niveau in den migrationsspezifischen Stichproben. Dies dürfte wiederum teilweise darauf zurückzuführen sein, dass in den entsprechenden Haushalten weniger Zeitschriftenabonnements vorhanden sind (Haushalte der türkischstämmigen Befragten: 8 Prozent, Aussiedler: 21 Prozent, JIM: 44 Prozent). Die Ergebnisse kann man nicht vorschnell als generelle Unlust am Lesen interpretieren. Vielmehr geben immerhin 27 Prozent der türkischstämmigen Jugendlichen und 22 Prozent der Aussiedler an, an mindestens 4 von 7 Tagen Bücher zu lesen. Insbesondere zwischen den türkischstämmigen Befragten und den Jugendlichen der JIM-Studie bestehen hier also keine enormen Differenzen.

8.3 Internet- und Funktionsmedien: Nutzung und Reflektion

Vor dem Hintergrund der Debatten um die Medienkompetenz von Menschen mit Migrationshintergrund ist von besonderem Interesse, inwiefern sich Jugendliche mit Migrationshintergrund durch besondere Nutzungsweisen des Internets auszeichnen. Im Vergleich der drei Stichprobenpopulationen soll daher im Folgenden auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Aneig-

nung des Internets durch die 12- bis 19-Jährigen eingegangen werden. Damit ist an dieser Stelle ausdrücklich keine Bewertung oder Einschätzung verbunden, ob aus dieser Art des Medienumgangs eher förderliche oder eher kritische Potenziale erwachsen.

Betrachtet man zunächst die eher kommunikationsorientierten Tätigkeiten wie E-Mail oder Messenger, ergibt sich ein überwiegend einheitliches Bild (Tabelle 8.8).

Tabelle 8.8: Kommunikationsorientierte Tätigkeiten und Dienste im Internet (Nutzung, Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Internetdienste	Türkischer Migrationshintergrund* 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler* 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)**** 12–19 J. n_w = 1.208
Messenger, ICQ etc.	66	61	71
Online-Communities	39	46	55
E-Mail	45	33	47
Chat	35	41	28
Internet-Telefonie	3	5	7

* 4, 5, 6 oder 7 Tage einer normalen Woche.
** Täglich/mehrmals pro Woche.

Die Messenger-Nutzung erreicht in allen Teilstichproben die höchsten Nutzungswerte, für rund zwei Drittel und mehr der befragten 12- bis 19-Jährigen gehört der Messenger zur alltäglichen Internetnutzung dazu. Internet-Telefonie ist dagegen bisher in keiner der drei Teilstichproben in nennenswertem Umfang verbreitet. Deutlichere Nutzungsunterschiede zeigen sich bei den Online-Communities und der Chatnutzung. Während die Communities etwas stärker von den 12- bis 19-Jährigen der Gesamtbevölkerung genutzt werden (55 Prozent gegenüber 39 bzw. 46 Prozent), weisen die Teilstichproben der Jugendlichen mit Migrationshintergrund jeweils etwas höhere Stammnutzeranteile beim Gebrauch von Chats auf (35 bzw. 41 Prozent gegenüber 28 Prozent). Besonders die russischen Spätaussiedler nutzen diese Kommunikationsmöglichkeit sehr häufig. In den Gruppendiskussionen wurde auf die Brückenfunktion der neuen Kommunikationsdienste hingewiesen, die via Chat und Messenger kostengünstig die Kontaktaufnahme und den Austausch mit Freunden und Familie aus den Herkunftsgebieten ermöglichen. Hierin kann eine Erklärung für die höheren Stammnutzerwerte der türkischstämmigen Jugendlichen und der Spätaussiedler bei der Chatnutzung liegen.

Auffälliger sind die Unterschiede zwischen Jugendlichen mit Migrationshintergrund und aus der Gesamtbevölkerung bei den stärker informationsorientierten Tätigkeiten (Tabelle 8.9).

Tabelle 8.9: Informationsorientierte Tätigkeiten und Dienste im Internet (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Internetdienste	Türkischer Migrationshintergrund* 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler* 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)**** 12–19 J. n_w = 1.208
Suchmaschinen	60	57	71
Surfen	32	37	42
Informationen für Schule/Beruf	24	22	38
Private Informationen	22	21	38
Aktuelle Nachrichten	20	23	32
Veranstaltungsinformationen	8	4	13
Newsgroup lesen	8	17	22
Weblogs lesen	1	2	7

* 4, 5, 6 oder 7 Tage einer normalen Woche.
** Täglich/mehrmals pro Woche.

Hier weisen die JIM-Befragten in allen Tätigkeitsbereichen höhere Nutzungswerte auf als die Befragten der zwei Vergleichsstichproben. Insbesondere die Recherche von Informationen für Schule/Beruf bzw. den privaten Bereich gehört für jeweils 38 Prozent der 12- bis 19-Jährigen der Gesamtbevölkerung zur alltäglichen Internetnutzung. In den beiden Vergleichsstichproben erreichen diese beiden Tätigkeiten jeweils nur Werte knapp über 20 Prozent. Auch das Interesse an aktuellen Nachrichten ist bei den 12- bis 19-Jährigen der Gesamtbevölkerung etwas höher ausgeprägt. Vor dem Hintergrund einer zum Teil negativen Konnotation des „Surfens“ im Internet und der Forschungsliteratur ist an dieser Stelle noch interessant, dass die Befragten der migrationsspezifischen Teilstichproben beim Surfen keineswegs höhere Nutzungswerte aufweisen als die 12- bis 19-Jährigen der Gesamtbevölkerung.

Musik hören oder Filme/Videos im Internet ansehen ist in allen drei Teilstichproben gleichermaßen beliebt (Tabelle 8.10).

Für die türkischstämmigen Befragten spielt zudem das Internetfernsehen eine deutlich größere Rolle. Die regelmäßige Nutzung von Online-Spielen hat für alle Befragten eine deutlich geringere Relevanz als zum Beispiel die Suche nach schulischen/beruflichen Informationen. Hier weisen die 12- bis 19-Jährigen der Gesamtbevölkerung höhere Nutzungswerte auf als die Befragten der zwei Vergleichsstichproben.

Mit kreativen und gestaltenden Tätigkeiten beschäftigt sich insgesamt nur eine Minderheit der Jugendlichen (Tabelle 8.11). Am aktivsten sind hier noch die 12- bis 19-Jährigen der Gesamtbevölkerung, bei denen immerhin jeweils 13 Prozent angeben, eine eigene Homepage zu betreiben oder sich in Newsgroups einzubringen. Bei den russischen Spätaussiedlern werden derartige Formen der Selbstpräsentation jedoch kaum verfolgt. Für die Jugendlichen

mit türkischem Migrationshintergrund stößt allein das Einstellen und Teilen von Fotos und Videos auf größere Gegenliebe.

Tabelle 8.10: Rezeptionsorientierte und unterhaltende Tätigkeiten und Dienste im Internet (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Internetdienste	Türkischer Migrationshintergrund* 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler* 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)**** 12–19 J. n_w = 1.208
Musik/Sounds hören	48	45	46
Filme/Videos ansehen	28	23	26
Multi-User-Spiele	6	12	19
Online-Spiele allein	9	10	15
Internet-Radio	4	6	8
Internet-TV	10	4	2

* 4, 5, 6 oder 7 Tage einer normalen Woche.
** Täglich/mehrmals pro Woche.

Tabelle 8.11: Produktive Tätigkeiten und Dienste im Internet (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Internetdienste	Türkischer Migrationshintergrund* 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler* 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)**** 12–19 J. n_w = 1.208
Weblogs schreiben	1	2	2
Newsgroup schreiben	4	7	13
Foto/Video einstellen	14	4	10
Eigene Homepage	1	–	13

* 4, 5, 6 oder 7 Tage einer normalen Woche.
** Täglich/mehrmals pro Woche.

Über die Einschätzungen und Ansichten der Jugendlichen mit Migrationshintergrund zu verschiedenen Aspekten des Internets, insbesondere der Reflektion über das eigene Wissen, wurde bereits in Kapitel 5 ausführlich berichtet. Die Gegenüberstellung der migrationsspezifischen Teilpopulationen zu den Befragten der JIM-Studie in Tabelle 8.12 zeigt hier noch einmal deutlich, dass sich die Jugendlichen weder in der Relevanz, die dem Internet zugeschrieben wird, großartig unterscheiden noch in ihrer Selbsteinschätzung, über das Internet Bescheid zu wissen. Der Nützlichkeit des Internets für Schule und beruflichen Bildungsweg stimmen 95 Prozent der Aussiedler, 93 Prozent der Befragten der JIM-Studie und 89 Prozent der türkischstämmigen Jugendlichen zu. Im Freundeskreis ist die Internetnutzung jeweils gleichermaßen weit verbreitet. Mehr Vorsicht zeigen die Jugendlichen der Gesamtbevölkerung, wenn es darum geht, Erlaubtes von Unerlaubtem zu trennen. 75 Prozent sagen

hier, sie wüssten genau, was erlaubt ist. Die Jugendlichen mit türkischem Migrationshintergrund treten in dieser Hinsicht mit einer Zustimmungsquote von 83 Prozent etwas selbstsicherer auf. Sie zeigen sich im Vergleich zu den Aussiedlern und ähnlich wie die Befragten der JIM-Studie etwas reservierter, wenn es um das Internet als Kontaktbörse geht. Hier könnten sich die großen Vorbehalte und Sorgen gegenüber im Internet geknüpften Kontakten, die in den Gruppendiskussionen vor allem von den türkischstämmigen Eltern geäußert wurden, widerspiegeln. Dass das Selbstbewusstsein der Jugendlichen in Hinblick auf ihre eigene Internetkompetenz durchaus kritisch zu hinterfragen ist, zeigen die Zustimmungswerte zur Frage nach der Überprüfung der Inhalte im Internet. Über alle Teilstichproben hinweg wähnt sich hier mehr als jeder Vierte in Sicherheit.

Tabelle 8.12: Ansichten zum Internet* („voll und ganz/weitgehend", Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Statements	Türkischer Migrationshintergrund 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2007)** 12–19 J. n_w = 1.204
Internet gehört heute einfach dazu	91	94	91
Internet ist für die Schule, Ausbildung, Studium bzw. Beruf nützlich	89	95	93
Die meisten meiner Freundinnen und Freunde beschäftigen sich mit dem Internet	92	90	91
Wenn ich das Internet nutze, weiß ich genau, was erlaubt ist und was nicht	83	79	75
Über das Internet wird viel zu viel Aufhebens gemacht	56	52	54
Über das Internet kann man gut neue Leute kennenlernen	67	76	69
Was im Internet steht, hat vorher jemand auf die Richtigkeit überprüft	26	30	28

* Da diese Abfrage in 2008 nicht erfolgte, wird hier auf die Daten aus der JIM-Studie 2007 zurückgegriffen.

Computer

Einem kompetenten Umgang mit dem Computer und der Vielzahl an Programmen und Anwendungen wird ein hoher Stellenwert für die Wahrnehmung bildungs- und berufsbezogener Chancen zugesprochen. Wie vielfältig und differenziert die Aneignung und der Umgang mit dem Computer in den drei Vergleichsstichproben ausfällt, zeigt Tabelle 8.13.

Die in allen drei Gruppen geringen Stammnutzeranteile für Tätigkeiten am Computer, die in keinem Zusammenhang mit dem Internet stehen, bestätigen

die Funktion des Computers als Mittel zum Zweck: Der Computer ist vor allem dafür da, den Zugang zum Internet und seinen Inhalten bzw. Diensten sicherzustellen. Für die türkischstämmigen Jugendlichen und die Aussiedler untermauern diese Daten die Eindrücke aus den Gruppendiskussionen. In diesen räumten die Kinder und Jugendlichen ein, man habe die Anschaffung des Computers vor allem durch den Verweis auf schulische Notwendigkeiten forciert, aber eigentlich sei das Internet das wichtigste.

Der Einsatz für Schule, Ausbildung oder Beruf führt in allen drei Teilstichproben die Rangliste der Offlinetätigkeiten an. Allerdings zeigen sich hier doch recht deutliche Unterschiede zwischen den jeweiligen Befragtengruppen. Während in der JIM-Studie 37 Prozent der Befragten angeben, den Computer täglich oder mehrmals pro Woche für die Schule etc. zu nutzen, liegen die Stammnutzeranteile bei den türkischstämmigen Jugendlichen (20 Prozent) und insbesondere den Aussiedlern (14 Prozent) doch deutlich darunter. Auch mit Textverarbeitung oder dem Erstellen von Präsentationen beschäftigen sich die Jugendlichen der migrationsspezifischen Teilstichproben nur halb so häufig wie die 12- bis 19-Jährigen der Gesamtbevölkerung. Bei den kreativen Tätigkeiten wie Musik oder Bilder bzw. Filme zusammenstellen und bearbeiten, heben sich die Unterschiede zumindest zwischen den türkischstämmigen Jugendlichen und den JIM-Befragten wiederum auf. Hier fällt allein die Teilstichprobe der Aussiedler mit zum Teil deutlich niedrigeren Nutzungswerten auf.

Tabelle 8.13: Tätigkeiten bei der Computernutzung (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Tätigkeiten	Türkischer Migrationshintergrund* 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler* 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)**** 12–19 J. n_w = 1.208
Schule, Ausbildung, Beruf	20	14	37
Textverarbeitung	12	12	27
Musik zusammenstellen	12	4	18
Bilder/Filme bearbeiten	12	6	13
DVD ansehen	10	6	10
Malen, Zeichnen, Grafik	7	6	9
CDs brennen	9	1	8
Präsentationen/Referate	4	4	8
Lernprogramme nutzen	3	2	8
Programmieren	4	2	6
Musik machen	3	2	4
Soundbearbeitung	3	4	6
DVDs brennen	2	2	2

* 4, 5, 6 oder 7 Tage einer normalen Woche.
** Täglich/mehrmals pro Woche.

Bei der Bewertung verschiedener Statements zum Computer finden sich, ähnlich wie beim Internet, deutliche Gemeinsamkeiten zwischen den Jugend-

lichen aller drei Teilstichproben (Tabelle 8.14). Dies trifft vor allem auf die Einschätzung der Relevanz von Computern für Schule, Ausbildung und Beruf zu. 94 Prozent der türkischstämmigen Jugendlichen, 95 Prozent der Aussiedler und 92 Prozent der JIM-Befragten bezeichnen den Computer in dieser Hinsicht als nützlich.

Daneben stechen die Befragten der migrationsspezifischen Teilstichproben dadurch hervor, dass sie häufiger über Spaß beim Lernen oder Arbeiten mit dem Computer berichten. Vor dem Hintergrund des bisherigen Forschungsstandes interessant und zum Teil kritisch einzuschätzen sind dagegen die Differenzen in den Zustimmungswerten zu den drei letztgenannten Statements. Fast die Hälfte der türkischstämmigen Jugendlichen äußert das Interesse, sich häufiger mit Computern zu beschäftigen. Dieser vergleichsweise hohe Zustimmungswert korrespondiert an der Stelle mit den Stammnutzerwerten dieser Teilpopulation, die deutlich unter denen der Vergleichsstichproben liegen. Erstaunlich bleibt dann aber der mit 38 Prozent doch noch recht hohe Zustimmungswert der JIM-Befragten, bei denen bereits für 89 Prozent der Computer zur alltäglichen Mediennutzung dazugehört. Die Aussiedlerstichprobe wiederum liegt, was die Stammnutzerzahlen angeht, zwischen den Vergleichsstichproben – fällt aber hier durch ein vergleichsweise geringes Interesse an häufigerer Computernutzung (27 Prozent) auf.

Tabelle 8.14: Ansichten zum Computer („voll und ganz/weitgehend", Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Statements	Türkischer Migrationshintergrund 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2007)** 12–19 J. n_w = 1.204
Computer sind für die Schule, Ausbildung, Universität oder Beruf nützlich	94	95	92
Computer sind wichtig, um einen Beruf zu finden	76	70	78
Es macht Spaß, mit dem Computer zu lernen oder zu arbeiten	87	81	70
Computer sind eine schöne Freizeitbeschäftigung	69	60	64
Eigentlich würde ich mich ganz gerne häufiger mit Computern beschäftigen	48	27	38
Meine Eltern halten nichts von Computern	46	37	25
Computer sind eher etwas für Jungen als für Mädchen	20	17	13

* Da diese Abfrage in 2008 nicht erfolgte, wird hier auf die Daten aus der JIM-Studie 2007 zurückgegriffen.

Für die türkischstämmigen Jugendlichen gilt, dass diese sich mit ihrem höheren Interesse an Computernutzung einem vergleichsweise „computerkriti-

schen“ Familienumfeld ausgesetzt sehen, so jedenfalls die Einschätzung der Jugendlichen in Hinblick auf ihre Eltern. Nahezu die Hälfte der türkischstämmigen Jugendlichen geht davon aus, dass die Eltern „nichts von Computern halten“. In der Stichprobe der Aussiedler stimmen diesem Statement immerhin noch 37 Prozent zu, bei den 12- bis 19-Jährigen der Gesamtbevölkerung sind es nur ein Viertel der Befragten. In dieser Hinsicht zeichnen die Daten der vorliegenden Repräsentativbefragung – auf Basis der Einschätzung der Jugendlichen – ein deutlich anderes Bild als bisher in der Forschungsliteratur beschrieben (Strotmann 2006, 2008). Hierin könnten sich wiederum die Distanz gerade der türkischen Eltern und deren Ängste hinsichtlich Computer und Internet, die in den Gruppendiskussionen auch von den Eltern selbst beschrieben wurden, widerspiegeln.

Mobiltelefon

Mit einem Handy sind die Befragten aller drei Populationen gleichermaßen gut ausgestattet (vgl. Tabelle 8.5), und auch bei den monatlichen Handykosten und der Frage, wie viel Eigenverantwortlichkeit den Jugendlichen von ihren Eltern im Umgang mit dem Handy zugestanden wird, unterscheiden sich die Teilstichproben kaum (Tabelle 8.15).

Tabelle 8.15: Vertragsart und Kosten (in Prozent, gew.)

Vertragsart	Türkischer Migrationshintergrund 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)** 12–19 J. n_w = 1.208
Prepaid	65	66	67
Vertrag	23	24	28
Weiß nicht	1	1	*k. A.*
Kein Handynutzer	10	10	5 (kein Besitz).
Gesamt	100	100	100
Kosten pro Monat (MW)	€ 22	€ 18	€ 17
Davon: Eigenanteil (MW)	€ 10 (n = 140)	€ 10 (n = 119)	€ 11

Bei allen 12- bis 19-Jährigen überwiegt die Kostenkontrolle mittels Prepaid-Karten, über Vertragshandys mit mehr Verantwortung verfügen jeweils rund ein Viertel der Befragten.

Stellt man analog zu den anderen Funktionsmedien auch die konkreten Tätigkeiten bei der Handynutzung gegenüber, zeigen sich nur bei einigen Anwendungen Differenzen (Tabelle 8.16).

Zum einen wurde in Kapitel 5 bereits erwähnt, dass die Werte für alle abgefragten Funktionen in der Teilstichprobe der türkischstämmigen Befragten höher ausfallen als bei den Aussiedlern. Dieses Bild bleibt auch bestehen,

wenn man die 12- bis 19-Jährigen der Gesamtbevölkerung als weitere Vergleichsgruppe hinzuzieht. Beim Umgang mit dem Handy finden sich nur einzelne Unterschiede zwischen den Befragten der JIM-Studie und den türkischstämmigen Jugendlichen. Die Aussiedler sind diejenige Vergleichsgruppe, in der die möglichen Handyfeatures jeweils die geringsten Nutzerwerte aufweisen. Differenzen zeigen sich zum einen beim Erhalten und Senden von SMS, das bei den 12- bis 19-Jährigen der Gesamtbevölkerung etwas stärker ausgeprägt ist als bei den türkischstämmigen Jugendlichen (76 Prozent versus 61 Prozent SMS bekommen, 69 Prozent versus 54 Prozent SMS senden). SMS bekommen nimmt bei den JIM-Befragten den ersten Rangplatz der Handyfunktionen ein, bei den migrationsspezifischen Teilstichproben steht das angerufen werden an erster Stelle. Ein weiterer Unterschied zeigt sich bei der Relevanz des Musikhörens. Während das Hören von MP3 für die türkischstämmigen Jugendlichen und die Aussiedler wichtiger als die SMS-Funktion und das eigene Anrufen ist, nimmt die Musiknutzung bei den Jugendlichen der Gesamtbevölkerung einen deutlich niedrigeren Stellenwert ein. Nur für 43 Prozent gehört das Musikhören zur regelmäßigen Handynutzung dazu. Bei den Werten für Handyfotografie und vor allem bei den Nutzungswerten für Handyspiele unterscheiden sich die türkischstämmigen Jugendlichen dagegen nicht von den 12- bis 19-Jährigen der Gesamtbevölkerung.

Tabelle 8.16: Tätigkeiten bei der Handynutzung (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Tätigkeiten	Türkischer Migrationshintergrund* 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler* 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)**** 12–19 J. n_w = 1.208
SMS bekommen	61	54	76
Angerufen werden	65	63	71
SMS schicken	54	43	69
Jemanden anrufen	57	48	57
Musik MP3 hören	61	59	43
Fotos/Filme machen	35	22	37
Fotos/Filme senden Bluetooth	27	15	23
MP3 senden Bluetooth	27	14	23
Handy-Radio	4	–	11
Handyspiele	11	6	10
MP3 senden MMS	4	–	5
Fotos/Filme senden MMS	3	2	2
Im Internet surfen	2	1	2
Mails abrufen	7	2	2
Handy-Fernsehen	3	1	1
Mails senden	7	3	*k. A.*

* 4, 5, 6 oder 7 Tage einer normalen Woche.
** Täglich/mehrmals pro Woche.

Auf die Schwierigkeiten, in einer standardisierten Befragung nach gewalthaltigen Inhalten oder Pornografie zu fragen, wurde bereits in Kapitel 5 hingewiesen. In der JIM-Studie wird ebenso versucht, sich dem Themengebiet anzunähern. Danach gefragt, ob sie schon davon gehört haben oder ihnen bekannt ist, dass gewalthaltige Videos oder pornografische Bilder und Filme per Handy verschickt werden, signalisieren jeweils vier Fünftel der Befragten der JIM-Studie und der Teilstichprobe der Aussiedler Zustimmung (Tabelle 8.17).

Bei den türkischstämmigen Jugendlichen fällt dieser Wert mit rund drei Fünftel deutlich niedriger aus. Im eigenen Freundes- oder Bekanntenkreis so etwas mitbekommen zu haben, berichtet rund ein Viertel der Befragten in allen drei Teilstichproben. Die Zustimmungswerte fallen also hier bei den migrationsspezifischen Teilstichproben keinesfalls höher aus als bei den Befragten der Gesamtbevölkerung. Ein Befund, der aufgrund der erwähnten möglichen sozialen Erwünschtheit beim Antwortverhalten mit Vorsicht zu interpretieren ist.

Tabelle 8.17: Gewalt und Pornografie auf dem Handy (Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Gewalt/Pornografie	Türkischer Migrationshintergrund 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)** 12–19 J. n_w = 1.208
Davon gehört	59	82	80
Im Bekanntenkreis	25	26	29

Nicht nur das erwähnte Phänomen des „happy slapping“ stellt ein Gefahrenpotenzial im Umgang mit dem Handy dar, weitere potenzielle Gefahren liegen im Bereich finanzieller Verluste bzw. Verpflichtungen, wenn die Jugendlichen zum Beispiel mit dem Handy ungewollt Verträge abschließen oder auf teure Servicenummern hereinfallen (Grimm/Rhein 2007, Behrens/Höhler 2007). Jeweils rund 10 Prozent der Befragten der migrationsspezifischen Teilstichproben sind von derartigen Kostenfallen durch Verträge oder teure Servicenummern bereits betroffen gewesen (Tabelle 8.18). Ein Vergleich mit den Ergebnissen der JIM-Studie ist an dieser Stelle schwierig, da der entsprechende Themenkomplex dort mit abweichenden, uns unbekannten Frageformulierungen erfasst wird.

Tabelle 8.18: Käufe mit dem Handy (Zustimmung, Mehrfachnennung, in Prozent, gew.)

Verträge/Käufe	Türkischer Migrationshintergrund 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)** 12–19 J. n_w = 1.208
Ungewollt Vertrag abgeschlossen	12	11	3
Versehentlich bestellt	3	2	3
Teure Servicenummern	12	8	1

Spiele

Abschließend noch ein Wort zum Spielen allgemein, egal ob am Computer oder an Spielkonsolen (Tabelle 8.19).

Die Gegenüberstellung der drei Teilstichproben zeigt hier, dass sich der Anteil an Stammnutzern zwischen den migrationsspezifischen Teilstichproben und den Befragten der JIM-Studie nicht unterscheidet, die Jugendlichen mit Migrationshintergrund also nicht häufiger als die 12- bis 19-Jährigen der Gesamtbevölkerung Computer- oder Konsolenspiele spielen. Auf die Spielkontexte und Ansichten zu Computer- und Konsolenspielen wurde bereits in Kapitel 5 eingegangen. Aufgrund der Datenlage ist hier ein Vergleich zu den Jugendlichen der Gesamtbevölkerung nicht möglich.

Tabelle 8.19: Spielenutzung Computer und Konsole (in Prozent)

Nutzungsfrequenz PC/Konsole	Türkischer Migrationshintergrund 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)** 12–19 J. n_w = 1.208
Stammnutzer (4–7 Tage)	30	28	30
Seltener	31	35	35
Nie	40	37	35
Gesamt	100	100	100

In der vorliegenden Studie wurde auch ermittelt, welche Computerspiele die Kinder und Jugendlichen am liebsten spielen (Tabelle 8.20).

Tabelle 8.20: Lieblingsspiele Computer und Konsole (1. Nennung, in Prozent)

Lieblingsspiele	Türkischer Migrationshintergrund 12–19 J. n_w = 156	Russische Spätaussiedler 12–19 J. n_w = 132	Gesamtbevölkerung **(JIM 2008)** 12–19 J. n_w = 1.208
Die Sims	–	4	10
FIFA	9	4	7
Counter Strike	5	8	5
Need for Speed	9	5	4
Pro Evo Soccer	7	–	*k. A.*
Gesamt	100	100	100

In der Teilstichprobe der türkischstämmigen 12- bis 19-Jährigen wird die Rangliste der Lieblingsspiele (erstgenanntes Lieblingsspiel) angeführt von Spielen aus dem Bereich Fußball oder Motorsport, nämlich „FIFA“ und „Need for Speed“ (jeweils 9 Prozent), gefolgt von „Pro Evo Soccer“ (7 Prozent) und dem Shooter- bzw. Action-Spiel „Counter Strike“ (5 Prozent). Bei den 12- bis 19-jährigen Aussiedlern führt „Counter Strike“ als erstes Lieblingsspiel mit 8 Prozent der Nennungen die Rangliste an, gefolgt von „Need for Speed“ (5 Prozent) und „FIFA“ sowie dem Strategiespiel „Die Sims“ (jeweils 4 Prozent). Ein Vergleich zu den Befragten der JIM-Studie ist hier schwierig, in der JIM-Dokumentation wird nicht die Rangliste der liebsten Einzelspiele aufgeführt, sondern die Spiele werden bestimmten Spielegruppen zugeordnet. Es kann also hier nicht die Rangliste der liebsten Einzelspiele der 12- bis 19-Jährigen der Gesamtbevölkerung gegenübergestellt werden. Die Verantwortlichen der JIM-Studie haben uns aber zu den von den migrationsspezifischen Teilstichproben genannten ersten Lieblingsspielen die korrespondierenden Daten für die JIM-Befragten übermittelt. Danach nennen 10 Prozent „Die Sims“ als erstes Lieblingsspiel, 7 Prozent „FIFA“, 5 Prozent benennen „Counter Strike“ und 4 Prozent votieren für „Need for Speed“.

Diskussion

Im Detail der verglichenen Dimensionen der Mediennutzung und Medienkompetenz sind durchaus Unterschiede zwischen den Befragten mit und ohne Migrationshintergrund erkennbar. Bei den klassischen Massenmedien betrifft das vor allem die Nutzung von Radio und Zeitung. Die Nutzungszahlen sind hier bei den Jugendlichen aus der Gesamtbevölkerung erheblich höher als bei denjenigen mit Migrationshintergrund. Mit Sicherheit spielen hier die unterschiedlichen Bildungsniveaus zwischen den verglichenen Populationen eine große Rolle.

Die befragten Jugendlichen aus der Gesamtbevölkerung nutzen darüber hinaus häufiger den Computer und das Internet, und sie tun dies auch stärker

in Verbindung mit einer funktionalen Nutzung für Schule, Ausbildung und Beruf. Andere Dienste im Internet werden in allen Vergleichsgruppen etwa gleich stark genutzt, etwa die Nachrichten- und Messengerdienste. Die Nutzung von E-Mail ist darüber hinaus ein gutes Beispiel für stärkere Unterschiede innerhalb der migrationsspezifischen Populationen als zwischen diesen und den Jugendlichen aus der Gesamtbevölkerung. Die türkischstämmigen Befragten schreiben erheblich öfter E-Mails als die gleichaltrigen Aussiedler. Ähnliches kann man – mit umgekehrten Vorzeichen – für die Nutzung der internetbasierten Chatdienste festhalten. Hier zeigen sich vor allem höhere Werte für die Aussiedler, sowohl im Vergleich zur Gesamtbevölkerung als auch zu den türkischstämmigen Befragten.

Das Mobiltelefon wiederum wird häufiger von den Befragten mit Migrationshintergrund genutzt. Insbesondere Befragte mit türkischem Migrationshintergrund zeigen eine starke Affinität zum Handy, und dies sowohl im Vergleich zu den Jugendlichen der Aussiedlerstichprobe als auch zu Gleichaltrigen aus der Gesamtbevölkerung. Insgesamt gesehen ist die Übereinstimmung zwischen allen drei Vergleichspopulationen bei der Einschätzung des Internets und der anderen neuen Medien hoch; sie werden in ihrer Alltags- und Berufsrelevanz gleichermaßen geschätzt.

In der Zusammenschau der Ergebnisse dieses Kapitels kann man auf keinen Fall pauschal von einer Kluft zwischen der Mediennutzung und Medienkompetenz junger Migranten auf der einen und ihrer Altersgenossen in der Gesamtbevölkerung auf der anderen Seite sprechen. Dieses Urteil gilt natürlich mit der Einschränkung, dass es sich ausschließlich auf die in diesem Kapitel betrachteten Untersuchungspopulationen und Vergleichsdimensionen stützt. Festzuhalten ist, dass es bei den jungen Migranten ganz offensichtlich einige, für ihren jeweiligen Migrationshintergrund typische Besonderheiten bei der Auswahl der Inhalte und der Intensität der Nutzung von Massen- und Individualmedien gibt. Die beiden Teilpopulationen der LfM-Studie unterscheiden sich dabei jedoch zum Teil stärker untereinander als gegenüber den Gleichaltrigen der Gesamtbevölkerung. Zur Bedeutung der migrationsspezifischen Milieufaktoren für die Mediennutzung und Medienkompetenz junger Migranten kommen dann jedoch weitere – weitgehend migrationsunabhängige – Differenzierungsfaktoren hinzu wie z. B. Alter, Schüler- vs. Nicht-Schüler-Status und außerdem der Faktor Geschlecht, der allerdings in seiner „sozialen Bedeutung“ durchaus durch die jeweilige Migrantenkultur geprägt ist. Insofern ist die weiterführende Forschung in diesem Bereich gut beraten, wenn sie versucht, den Einfluss migrationsspezifischer Primär- und Sekundärfaktoren sowie migrationsunabhängiger Faktoren auf die Mediennutzung und Medienkompetenz junger Migranten synchron zu erfassen.

9 Perspektiven einer zielgruppenspezifischen Förderung der Medienkompetenz junger Migranten

Der Blick der Mehrheitsgesellschaft auf Minderheiten, und dazu zählen trotz ihrer großen Zahl in Deutschland die sog. „Menschen mit Migrationshintergrund", ist im Grunde stets von der latenten Annahme geleitet, man würde dort auf abweichendes Verhalten stoßen.[43] Ein Verhalten, das abweicht von dem, was in der Mehrheitsgesellschaft als „normal", „gut" oder einfach als „durchschnittlich" angesehen wird. Das gilt auch für den öffentlichen und politischen Diskurs, der in Deutschland über die Mediennutzung und Medienkompetenz von Migranten geführt wird. Unabhängig davon, wie intensiv sie sich wirklich den zumeist fremdsprachigen Medien zuwenden, die in ihrem Herkunfts- oder Migrationskontext verankert sind, befürchtet wird Schlimmes: Abwendung von der deutschen Mehrheitsgesellschaft, Integrationsverweigerung, Separation.

Die in Kapitel 2 angesprochene These vom „Medienghetto" bringt diese Perspektive genau auf den Punkt. Sie hat deshalb ein so großes Gewicht, weil sie sich auf einen zentralen Aspekt der Alltagsrealität bezieht. Addiert man alle Medien zusammen, kommt „der durchschnittliche Deutsche" auf eine tägliche Mediennutzung von neun bis zehn Stunden pro Tag (van Eimeren/Frees 2009: 348), und in dieser Zeit werden natürlich vor allem deutschsprachige Medien genutzt. Inwiefern das der Integration der deutschen Gesellschaft dient, ist eine berechtigte und wissenschaftlich wie politisch spannende Frage. Sie wird allerdings aus dem Blickwinkel der Medienghetto-Debatte gar nicht erst gestellt.

Auch im Fall der in Kapitel 3 skizzierten Medienkompetenzdebatte geht es um Abweichung. Zwar wendet sich die Kritik weniger gegen das Verhalten junger Migranten, sondern eher gegen die Verhältnisse, die bei jungen Migranten bestimmte Verhaltensweisen und Einstellungen begünstigen und andere

43 „Berichte über ‚Migranten' befassen sich meist mit ‚Problemlagen' und stehen damit von vornherein im Horizont einer Defizitperspektive, […], scheinbar getrieben von der Sorge um Anomie, Devianz und Parallelwelten, […]." (Wippermann/Flaig 2009: 4)

verhindern. Tatsächlich steht im Hintergrund der These vom „Digital Divide“ – auch in ihrer revidierten, auf inhaltliche Nutzungsaspekte bezogenen Form (vgl. dazu Kapitel 3) – ganz generell die Unterscheidung zwischen einem normativ für *gut* befundenen, gesellschaftlich erwünschten Umgang mit den neuen Medien und davon *negativ* abweichenden Verhaltenschancen oder tatsächlichem Verhalten. Exemplarisch hierfür sind die Ausführungen zur „Digitalen Spaltung“ der Gesellschaft im Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung 2008. Ausgehend von der Unterscheidung zwischen einer gut gebildeten Informationselite und weniger gebildeten und politisch interessierten Bevölkerungskreisen wird festgestellt, dass Letztere „die mit der Digitalisierung der Medienangebote eröffneten Chancen für Bildung, Beruf, politische Teilhabe und persönliche Entwicklung trotz technischen Zugangs […] nicht angemessen für sich ausschöpfen“ (Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung 2008: 49). Insbesondere junge Menschen hätten „noch kein kritisches Bewusstsein für die Qualität der von ihnen genutzten Onlineangebote“ ausgebildet (ebd.: 49). Das ist der Ausgangspunkt, von dem die nachfolgend erläuterten „Grundprinzipien medienpädagogischer Maßnahmen der Bundesregierung“ (ebd.: 49–50) abgeleitet werden – darunter auch diejenigen, die sich auf junge Menschen mit Migrationshintergrund beziehen.

Innerhalb der medienpädagogischen Profession ist dieser Ansatz allerdings umstritten. So war es ein wesentliches Ergebnis des Workshops, den die Verfasser zu dieser Aufgabenstellung mit Expertinnen und Experten aus dem Bereich der Medienpädagogik durchführten (vgl. dazu Abschnitt 1.4), diese Defizitperspektive in Frage zu stellen. Wir werden diese Problemstellung daher im Folgenden im Hinblick auf die beiden Zielgruppen der LfM-Studie aufgreifen und reformulieren (Abschnitt 9.1). Im Anschluss daran werden die zentralen empirischen Ausgangspunkte im Vorfeld potenzieller Maßnahmen zur Medienkompetenzförderung im Bevölkerungssegment von Migranten zusammengefasst (Abschnitt 9.2), ehe dann der Versuch gemacht wird, einen strukturierten Überblick über das breite Spektrum denkbarer Maßnahmen zu geben (Abschnitt 9.3).

Wie schon angedeutet, profitieren unsere Ausführungen in diesem Kapitel maßgeblich von den Argumenten der Kolleginnen und Kollegen, die an dem medienpädagogischen Workshop zur LfM-Studie teilgenommen haben. Es ist allerdings schwer möglich, sie an dieser Stelle einzeln und im Detail zu zitieren.[44] Insofern übernehmen wir auch die volle Verantwortung für alles, was wir im Rahmen dieses Kapitels niedergeschrieben haben.

---

44 Noch einmal herzlichen Dank an Stefan Aufenanger, Susanne Bernsmann, Kai-Uwe Hugger, Helga Theunert und Claudia Wegener!

9.1 Von Defiziten zu Differenzen: Reformulierung der Fragestellung

Die Suche nach Unterschieden zwischen – wie auch immer definierten – sozialen Gruppen ist eine der Basisstrategien der empirischen Sozialforschung. Ausgehend von den Durchschnittswerten, die für die Gesamtpopulation ermittelt worden sind, wird versucht, gruppenspezifische Eigenheiten, d. h. Varianz zwischen Teilpopulationen zu identifizieren und zu erklären. Das gilt in besonderer Weise für die komparatistische Forschung, in der unterschiedliche Populationen miteinander verglichen werden.

Diese Strategie liegt auch der Konzeption und Durchführung der LfM-Studie zugrunde. Die Indikatoren zur Medienkompetenz der beiden Zielgruppen mit Migrationshintergrund wurden deshalb mit zum Teil denselben Fragen wie in der JIM-Studie erfasst, weil wir die spezifischen Daten zur Medienkompetenz junger Migranten nicht nur für sich genommen beschreiben, sondern auch mit den Durchschnittswerten der gesamten deutschsprachigen Altersgruppe vergleichen wollten. Das statistische Ziel der durchgeführten und in Kapitel 8 präsentierten Analysen war die Identifikation von *Differenz vs. Nicht-Differenz* – interpretiert haben wir die ermittelten Ergebnisse zunächst vor dem Hintergrund der Digital-Divide-Debatte in dem Bezugsrahmen *Defizit vs. Kein Defizit.*

Dass diese Perspektive der Dateninterpretation zu kurz greift, um nicht zu sagen: in die Irre leitet, ging relativ rasch und eindeutig aus der Diskussion mit den Kolleginnen und Kollegen aus dem Bereich der Medienpädagogik hervor. Das ist besonders dann der Fall, wenn man diese Perspektive über ein funktionalistisches, instrumentelles Verständnis von Medienkompetenz hinaus ausweitet und im Sinne eines „Second Digital Divide“ auch auf die Qualität der Mediennutzung bezieht. Tatsächlich verweisen empirisch ermittelte Gruppendifferenzen zunächst vollkommen wertneutral auf gruppen- bzw. milieuspezifische Besonderheiten. Wenn man diese nicht als solche „stehenlassen“ will, als etwas, was einfach ein gruppenspezifisches Merkmal ist, steht man unter Begründungszwang. Das heißt, die Bewertung von gruppenspezifischen Besonderheiten als Schwächen, Stärken, Potenziale etc. kann nur in einem *normativen Bezugsrahmen* erfolgen, der seinerseits wiederum begründungsbedürftig ist.

Solche Begründungen sind durchaus denkbar. Das beginnt beim instrumentellen Nutzen bestimmter Medienkompetenzen für Ausbildung und Beruf, geht über die Potenziale eines reflektierten Mediengebrauchs für die persönliche Bildungsbiografie, bis hin zu den individuellen Konstitutionsbedingungen für eine funktionierende demokratische Öffentlichkeit. Aus medienpädagogischer Perspektive dürfte allerdings entscheidend sein, dass der jeweilige Status quo des Einzelnen oder einer Gruppe nie für sich genommen disquali-

fiziert, sondern stets *als Ausgangspunkt für Veränderung oder aber Bestärkung akzeptiert* wird.

Insofern lohnt sich im Vorfeld der Diskussion denkbarer Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz junger Migranten ein offener, nicht primär von einem Defizitparadigma gesteuerter Blick in die Daten. Und auch ein Blick, der nicht ausschließlich auf die Identifikation von Differenzen zwischen ihnen und der Mehrheit der Gleichaltrigen fokussiert ist, sondern erstens nach gruppenübergreifenden Gemeinsamkeiten und zweitens nach gruppenimmanenten Besonderheiten forscht.

9.2 Empirische Ausgangspunkte

Klassische Massenmedien: Radio und Zeitung

Das aus der „Differenzperspektive" mit Abstand wichtigste Ergebnis der LfM-Studie bezieht sich auf die Nutzung klassischer Massenmedien: auf das *Radiohören* und *Zeitungslesen* bei jungen Menschen im Alter zwischen 12 und 19 Jahren:

– Insgesamt gesehen ist das Radiohören in diesem Alterssegment eine weit verbreitete Mediennutzungsgewohnheit. Mehr als 70 Prozent der 12- bis 19-Jährigen, die 2008 in der JIM-Studie befragt wurden, geben an, zumindest mehrmals pro Woche Radio zu hören. Dabei geht es natürlich primär um Musik, aber selbst „Jugendsender" bieten mehr als das. Das Wortprogramm verbindet die jungen Hörer mit (Musik- und Jugend-)Kultur und Gesellschaft, d. h. die Nutzung von MP3-Playern hat nicht genau dieselbe Funktion wie das Radiohören.
– Die Zeitung tut sich grundsätzlich schwer, jugendliche Leser zu finden. Folgt man den Daten der JIM-Studie, geben nur 4 von 10 der Befragten an, „mehrmals in der Woche" in eine Zeitung zu schauen. Das mag mit den typischen Inhalten von Zeitungen zusammenhängen: ihre Fokussierung auf eine in Ressorts wie Politik, Wirtschaft, Kultur etc. aufgeteilte „Erwachsenenwelt". Möglicherweise ist es aber auch ein medienspezifisches Problem im engeren Sinn, d. h. dahinter könnte sich eine Distanz junger Menschen zu (kompletten, fertigen) Texten, zur „Literalität" verbergen.

Bezogen auf beide Medien unterscheiden sich die Heranwachsenden mit türkischem Migrationshintergrund und junge russischer Aussiedler deutlich vom Durchschnitt ihrer Altersgenossen:

– Anders als bei diesen hat das Radio bei ihnen einen geringen Stellenwert.

– Und die Zeitung ist für sie noch viel weniger als für andere Kinder und Jugendliche ein Medium, mit dem sie sich gerne beschäftigen.

Sieht man einmal von der Sprache als Erklärungsmöglichkeit ab (was sich sowohl auf eine Verweigerungshaltung der jungen Migranten gegenüber deutschsprachigen Radio- und Zeitungsangeboten als auch auf das Fehlen entsprechender Angebote in türkischer oder russischer Sprache beziehen könnte), ist man vor allem auf die prägende Funktion des Elternhauses verwiesen. Die Vermutung liegt nahe, dass die Medienausstattung des Elternhauses und das Modell der Mediennutzung der Eltern den stärksten Einfluss haben. Wenn eben kein Radiogerät im Haushalt steht, das regelmäßig „läuft", und wenn keine abonnierte Tageszeitung herumliegt und regelmäßig gelesen wird, fehlen die Gelegenheiten zum Einstieg in die Radio- und Zeitungsnutzung.

Digitale Individualmedien: PC und Internet

Bezogen auf die Nutzung der neuen digitalen Medien ist das wichtigste Ergebnis der LfM-Studie, dass man bei einem Vergleich der Daten der LfM-Studie mit den Ergebnissen der JIM-Studie die Unterschiede nicht findet, die die öffentliche Diskussion über Probleme der Medienkompetenz junger Migranten bestimmen. Die individuelle Medienausstattung (Handy, PC, Internetzugang, Spielkonsole) der beiden Zielgruppen der LfM-Studie ähnelt den Durchschnittswerten der JIM-Studie für alle deutschsprachigen Kinder und Jugendlichen im Alter zwischen 12 und 19 Jahren, und die pauschalen Nutzungswerte sind hoch. So nutzen z. B. nach eigener Aussage 7 von 10 der Befragten der LfM-Studie das Internet mindestens an vier Tagen einer durchschnittlichen Woche.[45]

Auch im Hinblick auf die verschiedenen individuellen Zwecke, die die neuen digitalen Medien für den Einzelnen erfüllen können, sind die Gemeinsamkeiten der Heranwachsenden mit und ohne Migrationshintergrund offensichtlich sehr viel größer als die Unterschiede. Erst wenn man stärker ins Detail geht, kommt man einer eventuell „nachhaltigeren" Differenz auf die Spur. Sie betrifft zum einen die PC-Nutzung als solche (also unabhängig von der Internetnutzung) und zum anderen die Nutzung von PC und Internet zu Informations- und Arbeitszwecken, insbesondere im Zusammenhang mit Schule und Beruf. Hier sind die JIM-Daten für alle deutschsprachigen 12- bis 19-Jährigen deutlich höher als die Daten der LfM-Studie für die beiden Migrantengruppen.

---

45 Die in der Regel etwas höheren Werte für die Befragten der JIM-Studie sind mit Vorsicht zu interpretieren, sie können auch eine Folge des im Vergleich zum „Stammnutzer" (= mindestens vier Tage pro Woche) etwas „weicheren" Vergleichswertes (= täglich/mehrmals pro Woche) sein.

Auch hier dürfte das soziale Umfeld der jungen Migranten und in diesem Rahmen das Elternhaus eine wichtige Rolle spielen. Darauf weisen vor allem Aussagen von Befragten mit türkischem Hintergrund hin. Die Hälfte von ihnen stimmt den beiden Aussagen zu: „Eigentlich würde ich mich ganz gerne *häufiger* mit Computern beschäftigen“ und „Meine *Eltern* halten nichts von Computern“. Bei den Befragten der JIM-Studie findet das letztgenannte Statement nur 25 Prozent Zustimmung. In diesem Zusammenhang ist auch an die generelle Unsicherheit der Eltern gegenüber dem Umgang ihrer Kinder mit neuen digitalen Medien zu erinnern, die in den Gruppendiskussionen der LfM-Studie zutage traten.

Lebenswelt- und Milieufaktoren: Bildung und Geschlecht

Es gehört zu den Selbstverständlichkeiten der Medienreichweite- und Mediennutzungsforschung, dass man von einer Varianz der individuellen Mediennutzungsgewohnheiten in Abhängigkeit von *Lebenswelt- oder Milieufaktoren* ausgeht. Man kann diese „traditionell“ durch soziodemografische Kennwerte wie Alter, Geschlecht, Schul(aus)bildung, Berufstätigkeit, Einkommen, sozioökonomer Status etc. indizieren oder mithilfe komplexerer statistischer Verfahren soziale Milieus bzw. diesen Milieus zugehörige Typen konstruieren (Klingler/Kutteroff 2009). Bezogen auf die Mediennutzung von Migranten stellt sich in diesem Zusammenhang die öffentlich und politisch nur selten diskutierte Frage, ob sie tatsächlich primär durch migrationsspezifische Faktoren (wie z. B. ethnische Zugehörigkeit, Sprachkompetenz etc.) oder ob sie – entweder zusätzlich oder zum Teil sogar unabhängig davon – durch ganz andere Lebenswelt- und Milieufaktoren geprägt ist.

Aus der Zusammenschau der einzelnen Befunde der LfM-Studie und dem Vergleich dieser Ergebnisse mit den Daten der JIM-Studie geht ja ganz eindeutig hervor, dass das Mediennutzungsverhalten der Zielpersonen beider Studien in erster Linie (und in einer schon fast globalen Art und Weise) *jugendkulturell* geprägt ist. Die größten Differenzen würde man erhalten, wenn man diese Daten mit den Mediennutzungsdaten älterer Personen – gleich welcher Provenienz – vergleichen würde!

Immanent betrachtet weisen die Daten der LfM-Studie vor allem auf die differenzierende Bedeutung der Schulbildung und des Geschlechts hin. In beiden Migrantengruppen ist festzustellen, dass es signifikante Zusammenhänge zwischen der Schulbildung und der PC- sowie Internetnutzung gibt. Diejenigen, die weiterführende Schulen besuchen, sind auch die stärkeren Nutzer. Das trifft im Übrigen im türkischen Herkunftsmilieu stärker zu als im Milieu der russischen Aussiedler. Dort (und nur dort) sieht man auch eine wichtige Auswirkung des Geschlechts: Die jungen Mädchen im türkischen

Migrantenmilieu sind im Vergleich zu den Jungen die schwächeren PC- und Internetnutzer.

Beide Befunde stimmen mit Hinweisen überein, die sich auch aus einigen der in Kapitel 2 und 3 besprochenen Studien ergeben.

9.3 Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz junger Migranten

Zielsetzungen der Medienkompetenzförderung

Auf den ersten Blick könnte man die in Kapitel 3 dieses Berichts skizzierten Modelle, in denen die unterschiedlichen Ebenen und Zielsetzungen einer komplex verstandenen Medienkompetenzförderung systematisiert werden, so interpretieren, dass bestimmte kognitive, evaluative und konative Leistungen der jeweiligen medienpädagogischen Zielgruppe (als Subjekten) gegenüber Medien (als Objekten) „angestoßen", strukturiert, differenziert etc. werden sollen. Zumindest weist die Strukturierung von Medienkompetenz in unterschiedliche Dimensionen – z. B. in Wissen, Reflexion, Handlung und Orientierung (Theunert 2008; vgl dazu Übersicht 3.1 in diesem Bericht) – in diese Richtung. Der Workshop mit medienpädagogischen Experten über denkbare Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz junger Migranten brach diese starre „Subjekt-Objekt-Relation" jedoch rasch auf. Viele der dort diskutierten Anregungen und Erfahrungsbeispiele könnte man vielmehr als *reflexive Medienpädagogik* bezeichnen, deren Ziel es ist, durch einen spezifischen Umgang mit Medien die persönliche Identität und soziale Geltung der Kinder und Jugendlichen mit Migrationshintergrund zu stärken.

Dies entspricht im Grunde der in Abschnitt 3.2 zitierten Forderung von Niesyto (2008), Medienkompetenz stärker auf die alltägliche Lebensbewältigung sowie medienvermittelte Formen der Weltaneignung und Identitätsbildung zu beziehen. In dieselbe Richtung verweisen die „Überlegungen zur zukünftigen Gestaltung geschlechtersensibler Medienkompetenzförderung" von Luca und Aufenanger (2007: 188–192). Sie warnen vor einer eindimensionalen Zielbestimmung medienpädagogischer Maßnahmen und betonen stattdessen den *Interaktionsaspekt* zwischen einer thematisch-medialen Zielbestimmung und den subjektiven Motiven, Handlungsbedingungen etc. der Zielgruppe, auf die sich medienpädagogisches Handeln bezieht:

„… Ansätze der Medienkompetenzförderung werden verkürzt gedacht […], wenn nur die Zieldimension in den Blick genommen wird. Pädagogische Prozesse unterliegen einer komplexen Beziehungsdynamik, in welcher die Zieldefinition einen Faktor neben anderen darstellt. Die Expertinnen und Experten selbst betonen die für den Erfolg der Arbeit wichtigen Faktoren: **die Interaktionen in der Gruppe und der Arbeit an**

einem für die Adressatinnen und Adressaten bedeutsamen Thema." (Luca/ Aufenanger 2007: 189; Herv. im Original)

Bezogen auf die Fragestellung dieses Kapitels bedeutet das, dass die beiden thematischen Stränge der LfM-Studie in dieser interaktionistischen bzw. reflexiven Perspektive der Medienpädagogik zusammengeführt werden. Medienkompetenzförderung im Milieu von Migranten erhält damit einen Doppelcharakter. Neben der Hinführung zu einem selbstbewussten Umgang mit alten und neuen Medien geht es immer auch um Selbstdarstellung und Selbstwahrnehmung junger Migranten im Spiegel der Medien und des Mediengebrauchs.

Zielgruppen der Medienkompetenzförderung

Im Wesentlichen sind es in den beiden Migrantenpopulationen der LfM-Studie *Schüler,* die sich als Zielgruppe für medienpädagogische Programme anbieten. Dass diese nicht nur unter *Altersgesichtspunkten,* sondern auch nach *Schultypen* zu differenzieren sind, liegt auf der Hand. Dabei sollte ein Missverständnis vermieden werden:

- Im Vergleich zu Gleichaltrigen ohne Migrationshintergrund ist bei ihnen der Anteil von Hauptschülern überrepräsentiert. Das zeigt sich nicht nur im Vergleich der Schuldaten der LfM- und der JIM-Studie, sondern auch in der Zusammensetzung der Teilnehmer an thematisch einschlägigen Hauptschulstudien: Zum Beispiel haben zwei Drittel der für die Hauptschulstudie von Wagner (2008) ausgewählten Schüler einen Migrationshintergrund.
- Betrachtet man die Altersgruppe der 12- bis 19-Jährigen in den beiden Migrantengruppen jedoch jeweils für sich genommen, ist der Anteil der Hauptschüler geringer als der Anteil der restlichen Schüler, die zumindest eine weiterführende Schule und immerhin zu 20 bis 30 Prozent auch das Gymnasium besuchen (vgl. Tabelle 5.3 in diesem Bericht).

Mit anderen Worten: *Hauptschüler* sind mit Sicherheit eine zentrale Zielgruppe medienpädagogischer Programme, die an junge Migranten adressiert sind. Das darf aber *nicht* umgekehrt bedeuten, dass sich derartige Programme *ausschließlich* an *Hauptschüler* richten!

Andererseits darf ein zentrales Argument nicht übersehen werden, das dann doch wieder die Hauptschüler – zumindest im Hinblick auf die neuen digitalen Medien – in den Mittelpunkt rückt: Wenn die Intensität und damit voraussichtlich auch die Funktionalität des Computer- und Internetgebrauchs mit dem Grad der Schulbildung steigt (vgl. Tabelle 5.47 in dieser Publikation), heißt das umgekehrt, dass kompensierende und stimulierende Maßnahmen vor allem in den *unteren Bildungseinrichtungen* erforderlich sind.

Bezogen auf dieselben Medien rückt in der Population der türkischen Migranten außerdem der Faktor *Geschlecht* in den Mittelpunkt. Weil die Distanz der Mädchen zur Nutzung und zum Nutzen von Computer und Internet in diesem sozialen Milieu signifikant größer ist als die der männlichen Heranwachsenden im selben Milieu, sollte sich eine spezifisch auf die Lebensverhältnisse türkischer Migrantinnen und Migranten bezogene, „geschlechtersensible" Medienkompetenzförderung mit diesem Sachverhalt befassen.

Schließlich ist ganz generell auf die Bedeutung der *Mediensozialisation* für das Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen hinzuweisen (Luca/Aufenanger 2007: 184 f.) und in diesem Rahmen auf die zentrale Rolle von *Elternhaus* und Familie. Wir haben schon im Zusammenhang mit dem vergleichsweise niedrigen Stellenwert der Zeitung und zum Teil auch des Radios in den beiden Jugendkulturen mit türkischem und russlanddeutschem Migrationshintergrund auf die zum Teil fehlende Medienausstattung zu Hause und zum Teil auch nicht gegebenes „Modellverhalten" der Eltern hingewiesen. Die Gruppendiskussionen der LfM-Studie bestätigen das im Hinblick auf die neuen digitalen Medien.

Hier kommt – zusätzlich zur fehlenden Kompetenz der Eltern im Umgang mit PC, Internet, Spielkonsolen und einem Teil der Handyfunktionen – jedoch besonders auch noch ihre *Angst* hinzu, den Kindern könnte aus dem nicht sachgemäßen bzw. gesellschaftlich nicht erwünschten Gebrauch dieser Medien Schaden erwachsen. Faktisch resultiert daraus ein fatales Gemisch aus Hilflosigkeit und Verboten. Im Übrigen ist diese Angst in doppelter Weise weiblich: Sie ist stark bei *Müttern* verbreitet und bezieht sich besonders auf die *Mädchen,* die in Migrantenmilieus aufwachsen.

Aus der Perspektive der Medienkompetenzförderung rücken damit die *Eltern* junger Migranten in den Blickpunkt. Dabei geht es nicht nur vordergründig um Medienausstattung, Medienverhalten und Medienimages in der Familie, sondern im Hintergrund auch um milieuspezifische Besonderheiten in der Beziehung zwischen Eltern und Kindern, die sich zum einen Teil in Indifferenz, zum anderen Teil aber auch in der Blockierung bestimmter Medientätigkeiten der Kinder niederschlagen können.

Soziale Kontexte der Medienkompetenzförderung

Wie zuvor schon angesprochen, beziehen sich die Befunde der LfM-Studie, die für Maßnahmen der Medienkompetenzförderung relevant sind, im Kern auf die Altersgruppe der 12- bis 19-Jährigen, von denen der weitaus größte Teil noch zur Schule geht. Dementsprechend ist es naheliegend, entsprechende Maßnahmen vor allem im Kontext von *Schulprojekten* durchzuführen (was nicht zwingend identisch ist, aber identisch sein könnte mit entsprechenden

Unterrichtsprojekten). Gegen den Einwand, dass es sich dabei ja nicht um zielgruppenspezifische Projekte mit jungen Migranten handelt, setzen wir vor allem auf zwei Argumente:

– Zum einen hat die LfM-Studie in Bezug auf die beiden erforschten jungen Migrantengruppen die Vermutung – um es salopp zu formulieren – „flächendeckender Medienkompetenzdefizite“ nicht bestätigt, die von der Sache her zwingend auf zielgruppenspezifische Förderungsprojekte hinauslaufen müssten. Vielmehr wurden im Vergleich zum Durchschnitt der Gleichaltrigen in Deutschland einige *Differenzen im Detail* festgestellt, aber auch, dass ihr Medienhandeln in ausgeprägter Form einem globalisierten *Trend der Jugendkultur* folgt und nur partiell in spezifischen ethnischen bzw. migrationsspezifischen Hintergründen verankert ist. Das spricht nach unserer Auffassung schon für sich genommen dafür, nicht primär eigenständige Projekte zur Medienkompetenzförderung junger Migranten zu konzipieren, sondern dieses Förderungsziel eher in übergreifende Schul- bzw. Unterrichtsprojekte zu integrieren.
– Dazu kommt ein zweiter Grund. Man muss sich nur einmal vor Augen führen, wie eine „adressatensensible“ Medienkompetenzförderung in denjenigen Schulen eigentlich aussehen sollte, deren Klassen sich zu einem großen Teil aus Schülern mit Migrationshintergrund zusammensetzen. Es ist ganz eindeutig: Sowohl im Hinblick auf die traditionellen Massenmedien – Fernsehen, Radio, Zeitung – als auch im Hinblick auf die neuen Medien – Handy, PC, Internet – müsste sie an den Besonderheiten der Medienkulturen einerseits und der Lebenswelt der Schüler andererseits ansetzen (Holzwarth 2008).

Um es am Beispiel der Zeitung zu verdeutlichen: Über die wechselseitige Vorstellung und den Vergleich zum Beispiel deutscher, türkischer und russischer Zeitungen könnten die Schüler sehr viel über ihre eigene Identität und die der anderen lernen – und auch über die Funktion, die Zeitungen in unterschiedlichen System- und Lebensweltzusammenhängen haben. Zugleich würden sie durch diesen komparatistischen Ansatz für die spezifischen Konstruktionsprinzipien sensibilisiert, die hinter „Medienrealitäten“ stehen. Umgekehrt ist festzuhalten, dass die Beschränkung eines entsprechenden Schulprojekts auf deutsche Zeitungen nicht nur didaktische Chancen verschenken, sondern die soziale Wirklichkeit eines Großteils der Adressaten dieser Maßnahmen vernachlässigen würde.

Vor dem Hintergrund der Befunde der LfM-Studie bleiben allerdings einige Probleme offen, die evtl. doch mit außerschulischen und zielgruppenspezifischen Maßnahmen im Milieu von Migranten anzugehen wären. In allen Fällen geht es dabei um den direkten und indirekten Einfluss der Eltern auf den Umgang ihrer Kinder mit den neuen Medien:

– Um fehlende Förderung bzw. sogar Einschränkungen, die die Möglichkeiten von Mädchen türkischer Herkunft betreffen, PC und Internet zu nutzen, sowie
– um eine gewisse Indifferenz im türkischen Migrantenmilieu gegenüber dem schulischen und beruflichen Nutzen eines kompetenten Umgangs mit PC und Internet als Arbeits- und Informationsmedien.

In beiden Fällen dürfte das Hauptproblem darin bestehen, wie man in Migrantenmilieus mit entsprechenden Medienkompetenzprojekten überhaupt an Mütter und Väter, Töchter und Brüder etc. herankommt. D. h. die Grundprobleme einer „elterngestützten" Medienkompetenzförderung (Burkhardt 2001) vermehren sich hier um ein Vielfaches.

Schlussbemerkungen

Die in diesem Kapitel zusammengefassten Überlegungen, Daten und Argumente machen nach unserer Auffassung deutlich, dass eine migrantenspezifische Medienkompetenzförderung nicht vollkommen neu erfunden werden muss. Erstens spricht sowohl konzeptionell als auch von den empirischen Daten her Vieles gegen eine Programmatik, die exklusiv migrantenspezifisch ausgerichtet ist. Und zweitens kann man sehr gut an Handlungsempfehlungen anknüpfen, die es (a) zum Teil in diesem Feld schon gibt, und mehr noch an solchen, die (b) auf die Grundprobleme in diesem Feld anwendbar sind, ohne sich direkt auf das Milieu von Migranten zu beziehen. Zur ersten Gruppe zählen zum Beispiel die am Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. erarbeiteten „Handlungsempfehlungen zur Optimierung der Onlinekompetenz von Migrantinnen und Migranten" (Kampmann/Lins 2009), aber z. B. auch die Arbeiten von Holzwarth (2008), Niesyto (2007, 2008) und Hugger (2009).

Im Rahmen der zweiten Gruppe sind in den letzten Jahren mehrere ausführliche, forschungsfundierte Katalogisierungen und Erörterungen von Maßnahmen publiziert worden, die zu unterschiedlichen Feldern und Problemzusammenhängen der Medienkompetenzförderung entstanden sind:

– bezogen auf das Medienhandeln in *Hauptschulmilieus* die Untersuchung von Wagner (2008),
– zur Förderung von Medienkompetenz im *Kindergarten* die Studie von Six/Gimmler (2007),
– zur Medienerziehung durch *Eltern* die Expertise von Burkhardt (2001)
– und schließlich zur Problematik einer *geschlechtersensiblen* Medienkompetenzförderung die Untersuchung von Luca/Aufenanger (2007).

Die Zielsetzungen und Probleme der Medienkompetenzförderung im spezifischen Milieu junger Migranten lassen sich zu einem großen Teil diesen Feldern zuordnen und konkretisieren. Der besondere Charakter der Medienkompetenzförderung in diesem Milieu ist weniger in Besonderheiten des Medienhandelns junger Migranten begründet als vielmehr in der zusätzlichen Chance, sie bei der – um den Titel der Publikation von Kai-Uwe Hugger zu gebrauchen – „Suche nach sozialer Anerkennung und Vergewisserung der Zugehörigkeit“ zu unterstützen (Hugger 2009).

10 Literatur

Übersicht 10.1: Für die Fragestellung der LfM-Studie relevante offizielle Materialien

Kurzbezeichnung im Text	Literatur
Integrationsindikatorenbericht 2009	Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration (2009): Integration in Deutschland. Erster Integrationsindikatorenbericht: Erprobung des Indikatorensets und Bericht zum bundesweiten Integrationsmonitoring. Berlin.
Medien- und Kommunikationsbericht 2008	Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (2008): Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung 2008. Berlin.
Migrationsbericht 2007	Bundesministerium des Inneren (Hrsg.) (2008): Migrationsbericht des Bundesamtes für Migration und Flüchtlinge im Auftrag der Bundesregierung. Migrationsbericht 2007. Berlin.
Ausländerbericht 2007	Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration (2007): Bericht über die Lage der Ausländerinnen und Ausländer in Deutschland. Berlin.
Integrationsplan 2007	Die Bundesregierung (2007): Der Nationale Integrationsplan. Neue Wege – Neue Chancen. Berlin.

Aktan, Mehmet (1981): Gastarbeiter und Massenmedien. Ghettosituation im massenkommunikativen Bereich. In: Migration, Heft 1, S. 73–93.

American Association for Public Opinion Research (AAPOR) (2005): Code of Professional Ethics & Practices. URL: http://www.aapor.org/aaporcodeofethics (12. 07. 2009).

Anderson, Benedict (1983): Imagined communities. London.

ARD/ZDF (2007): Migranten und Medien 2007: Ergebnisse einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. URL: http://unternehmen.zdf.de/fileadmin/files/Download_Dokumente/DD_Das_ZDF/Veranstaltungsdokumente/Migranten_und_Medien_2007_-_Handout_neu.pdf (12. 07. 2009).

Autorengruppe Bildungsberichterstattung (Hrsg.) (2008): Bildung in Deutschland 2008. Ein indikatorengestützter Bericht mit einer Analyse zu Übergängen im Anschluss an den Sekundarbereich I. Bielefeld.

Baacke, Dieter (1973): Kommunikation und Kompetenz. München.

Baacke, Dieter (1999): Medienkompetenz als zentrales Operationsfeld von Projekten. In: Baacke, Dieter/Susanne Kornblum/Jürgen Lauffer/Lothar Mikos/Günter A. Thiele (Hrsg.): Handbuch Medien: Medienkompetenz. Modelle und Projekte. Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn, S. 31–35.

Becker, Jörg (2000): Bibliographie zur deutsch-türkischen Medienkultur. Teil I. URL: http://www.komtech.org/dokumente/5/5.pdf (16. 07. 2009).

Becker, Jörg (2007): Für Vielfalt bei den Migrantenmedien: Zukunftsorientierte Thesen. In: Bonfadelli, Heinz/Heinz Moser (Hrsg.): Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? Wiesbaden, S. 43–52.

Behrens, Ulrike/Lucie Höhler (2007): Mobile Risiken – Jugendschutzrelevante Aspekte von Handys und Spielekonsolen. In: merz medien + erziehung. zeitschrift für medienpädagogik, Jg. 51, Heft 3, S. 20–26.

Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung (Hrsg.) (2009): Ungenutzte Potenziale. Zur Lage der Integration in Deutschland. 1. Auflage. Berlin. URL: http://www.berlin-institut.org/fileadmin/user_upload/Zuwanderung/Integration_RZ_online.pdf (16. 07. 2009)

Bernart, Yvonne/Elke Billes-Gerhart (2004): Sprachverhalten und Mediennutzung von Migrantenjugendlichen im soziologischen Blick. Göttingen.

Berry, John W. (1997): Immigration, acculturation, and adaptation. In: Applied Psychology: An International Review. Jg. 46, Heft 1, S. 5–34.

Bertelsmann Stiftung (2009): Zuwanderer in Deutschland. Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von Menschen mit Migrationshintergrund. Durchgeführt durch das Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Bertelsmann Stiftung. Gütersloh. URL: http://www.sachsen-anhalt.de/LPSA/fileadmin/Elementbibliothek/Bibliothek_Integrationsportal/Dokumente/startseite/Juni/BST-Studie-Integration-15-06-09_1_.pdf (16. 07. 2009).

Bickham, David S./Elizabeth A. Vandewater/Aletha C. Huston/June H. Lee/Allison Gilman Caplovitz/John C. Wright (2003): Predictors of Childrens Electronic Media Use. An Examination of Three Ethnic Groups. In: Media Psychology, Heft 5, S. 107–137.

Bonfadelli, Heinz/Heinz Moser (Hrsg.) (2007): Medien und Migration: Europa als multikultureller Raum? Wiesbaden.

Bonfadelli, Heinz/Priska Bucher (2007): Alte und neue Medien im Leben von Jugendlichen mit Migrationshintergrund. In: Kompetenzzentrum Informelle Bildung (Hrsg.): Grenzenlose Cyberwelt? Zum Verhältnis von digitaler Ungleichheit und neuen Bildungszugängen für Jugendliche. Wiesbaden, S. 137–151.

Bonfadelli, Heinz/Priska Bucher/Christa Hanetseder/Thomas Hermann/Mustafa Ideli/Heinz Moser (2008): Jugend, Medien und Migration. Empirische Ergebnisse und Perspektiven. Wiesbaden.

Bucher, Priska/Heinz Bonfadelli (2007): Mediennutzung von Jugendlichen mit Migrationshintergrund in der Schweiz. In: Bonfadelli, Heinz/Heinz Moser (Hrsg.): Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? Wiesbaden, S. 119–145.

Bundesministerium des Inneren (Hrsg.) (2008): Migrationsbericht des Bundesamtes für Migration und Flüchtlinge im Auftrag der Bundesregierung. Migrationsbericht 2007. Berlin.

Burkhardt, Wolfgang (2001): Förderung kindlicher Medienkompetenz durch die Eltern. Grundlagen, Konzepte, Zukunftsmodelle. Opladen (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen; Bd. 40).

Cohen, Robin (1997): Global diasporas. London.

Cottle, Simon (Hrsg.) (2000): Ethnic minorities in the media. Changing cultural boundaries. Buckingham.

D'Haenens, Leen/Joyce Koeman/Frieda Saeys (2007): Digital Citizenship among Ethnic Minority Youths in the Netherlands and Flanders. In: New Media & Society, Jg. 9, Heft 2, S. 278–299.

Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (2008): Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung 2008. Berlin. [Medien- und Kommunikationsbericht 2008]

Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) (1999): Qualitätskriterien der Umfrageforschung. Denkschrift. Hg. von Max Kaase. Berlin.

Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration (2007): Bericht über die Lage der Ausländerinnen und Ausländer in Deutschland. Berlin. [Ausländerbericht 2007]

Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration (2009): Integration in Deutschland. Erster Integrationsindikatorenbericht: Erprobung des Indikatorensets und Bericht zum bundesweiten Integrationsmonitoring. Berlin. [Integrationsindikatorenbericht 2009]

Die Bundesregierung (2007): Der Nationale Integrationsplan. Neue Wege – Neue Chancen. Berlin. [Integrationsplan 2007]

Eggert, Susanne (2006): Von „mail.ru" bis „ProSieben" – Zur Medienaneignung Heranwachsender aus der ehemaligen Sowjetunion. In: Treibel, Annette/Maja S. Maier/Sven Kommer/Manuela Welzel (Hrsg.): Gender medienkompetent. Medienbildung in einer heterogenen Gesellschaft. Wiesbaden, S. 235–255.

Esser, Hartmut (2000): 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, S. 25–37.

Fromme, Johannes/Norbert Meder/Nikolaus Vollmer (2000): Computerspiele in der Kinderkultur. Opladen (Reihe Virtuelle Welten; Bd. 1).

Geißler, Rainer/Horst Pöttker (Hrsg.) (2005a): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Bielefeld.

Geißler, Rainer/Horst Pöttker (2005b): Bibliographie. In: dies. (Hrsg): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Bielefeld, S. 409–508.

Geißler, Rainer/Horst Pöttker (Hrsg.) (2006): Integration durch Massenmedien: Medien und Migration im internationalen Vergleich/Mass media-integration: Media and migration: A comparative perspective. Bielefeld.

Geißler, Rainer/Horst Pöttker (Hrsg.) (2009): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Forschungsbefunde. Bielefeld.

Goldberg, Andreas (1998): Mediale Vielfalt versus mediale Ghettoisierung. In: Zeitschrift für Migration und Soziale Arbeit, Heft 2, S. 35–41.

Görling, Reinhold (2007): Heterogene Medienwelten – Medienbiografien junger Erwachsener mit türkischer Herkunft. In: Westdeutscher Rundfunk (Hrsg.): Zwischen den Kulturen. Fernsehen, Einstellungen und Integration junger Erwachsener in NRW. Köln, S. 42–47.

Granato, Mona (2001): Freizeitgestaltung und Mediennutzung bei Kindern türkischer Herkunft. Eine Untersuchung des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung zur „Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland“ und zur „Mediennutzung und Integration türkischer Kinder 2000 in Deutschland“. Endbericht. Bonn.

Granato, Mona (2002): Medien und Freizeit bei Kindern türkischer Herkunft. In: Meier-Braun, Karl-Heinz/Martin A. Kilgus (Hrsg.): Integration durch Politik und Medien. 7. Medienforum Migranten bei uns. Baden-Baden, S. 49–57.

Grimm, Petra/Stefanie Rhein (2007): Slapping, Bullying, Snuffing! Zur Problematik von gewalthaltigen und pornografischen Videoclips auf Mobiltelefonen von Jugendlichen. Berlin (Schriftenreihe der MA HSH; Bd. 1).

Güntürk, Reyhan (1999): Mediennutzung der Migranten – mediale Isolation? In: Butterwege, Christoph/Gudrun Hentges/Fatma Sarigöz (Hrsg.): Medien und multikulturelle Gesellschaft. Opladen, S. 136–143.

Hammeran, Regine/Deniz Baspinar/Erk Simon (2007): Selbstbild und Mediennutzung junger Erwachsener mit türkischer Herkunft: Ergebnisse einer qualitativen Studie. In: Media Perspektiven, Heft 3, S. 126–135.

Heckmann, Friedrich (1992): Ethnische Minderheiten, Volk und Nation. Stuttgart.

Holzwarth, Peter (2008): Migration, Medien und Schule. Fotografie und Video als Zugang zu Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund. München (Reihe Medienpädagogische Praxisforschung; Bd. 3).

Hradil, Stephan (2006): Soziale Milieus – eine praxisorientierte Forschungsperspektive. In: APuZ (Aus Politik und Zeitgeschichte), Heft 44–45, S. 3–10.

Hugger, Kai-Uwe (2009): Junge Migranten online. Suche nach sozialer Anerkennung und Vergewisserung von Zugehörigkeit. Wiesbaden.

Hunger, Uwe/Kathrin Kissau (Hrsg.) (2009): Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde. Wiesbaden.

Humpert, Andreas/Klaus Schneiderheinze (2000): Stichprobenziehung für telefonische Zuwandererumfragen – Einsatzmöglichkeiten der Namenforschung (Onomastik). In: ZUMA-Nachrichten, Heft 47, S. 36–63.

Hurrelmann, Klaus/Mathias Albert/TNS Infratest Sozialforschung (2006): Jugend 2006. 15. Shell Jugendstudie. Frankfurt.

Imhof, Kurt/Otfried Jarren/Roger Blum (2002): Integration und Medien. Wiesbaden.

Ivanova, Ana (2009): Kommunikationsverhalten, Identität und Integration von russlanddeutschen Aussiedlern (1999). Eine Sekundäranalyse. Berlin (unveröff. Magisterarbeit an der Freien Universität Berlin).

Jeffres, Leo W. (2000): Ethnicity and ethnic media use: A panel study. In: Communication Research, Jg. 27, Heft 4, S. 496–535.

Kampmann, Birgit/Cornelia Lins (2009): Handlungsempfehlungen zur Optimierung der Onlinekompetenz von Migrantinnen und Migranten. Hg. vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Berlin. URL: http://www.bmfsfj.de/bmfsfj/generator/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/optimierung-onlinekompetenzen-migranten,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf (24. 08. 2009).

Kissau, Kathrin (2008): Das Integrationspotential des Internet für Migranten. Wiesbaden.

Kissau, Kathrin/Uwe Hunger (2009): Politische Sphären von Migranten im Internet. Neue Chancen im „Long Tail“ der Politik. München.
Klingler, Walter/Albrecht Kutteroff (2009): Stellenwert und Nutzung der Medien in Migrantenmilieus. In: Media Perspektiven, Heft 6, S. 297–308.
Korupp, Sylvia E./Marc Szydlik (2005): Causes and Trends of the Digital Divide. In: European Sociological Review, Jg. 21, Heft 4, S. 409–422.
Kubicek, Herbert/Stefan Welling (2000): Vor einer digitalen Spaltung in Deutschland? Annäherung an ein verdecktes Problem von wirtschafts- und gesellschaftspolitischer Brisanz. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, Jg. 48, Heft 4, S. 497–516.
Küpper, Mechtild (2009): Studie zur Integration. Gut integriert, wenig angepasst, abrutschgefährdet. In: FAZ.NET, 29. 01. 2009. URL: http://www.faz.net/s/Rub594835B672714A1DB1A121534F010EE1/Doc~EB514F79F3EE14328AAD16DF29E0A7154~ATpl~Ecommon~Scontent.html (16. 07. 2009).
Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) (2007a): „Mediennutzung Jugendlicher und junger Erwachsener mit Migrationshintergrund in Nordrhein-Westfalen“. Ausschreibungsunterlagen und Projektbeschreibung. Düsseldorf. URL: http://www.lfm-nrw.de/downloads/anhaenge-pressemit/ausschr-mediennutzung.pdf (12. 07. 2009).
Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) (Hrsg.) (2007b): Medienkompetenzbericht 2006 der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Düsseldorf (LfM-Dokumentation; Bd. 31).
Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) (Hrsg.) (2008): Medienkompetenzbericht 2008 der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Düsseldorf.
Luca, Renate/Stefan Aufenanger (2007): Geschlechtersensible Medienkompetenzförderung. Mediennutzung und Medienkompetenz von Mädchen und Jungen sowie medienpädagogische Handlungsmöglichkeiten. Berlin (Schriftenreihe Medienforschung der LfM Nordrhein-Westfalen; Bd. 58).
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (Hrsg.) (2007): KIM-Studie 2006. Kinder und Medien, Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6–13jähriger in Deutschland. Stuttgart.
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (Hrsg.) (2007): JIM 2007. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart.
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (Hrsg.) (2009): KIM-Studie 2008. Kinder und Medien, Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Stuttgart.
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (Hrsg.) (2008): JIM 2008. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart.
Meier-Braun, Karl-Heinz (2002): Gefangen im Medienghetto? Migranten in Deutschland. In: tendenz, Magazin für Funk und Fernsehen der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, Heft 1, S. 4–9.
Müller, Daniel (2005): Die Mediennutzung der ethnischen Minderheiten. In: Geißler, Rainer/Horst Pöttker (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer

Minderheiten in Deutschland: Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie. Bielefeld, S. 359–387.

Niesyto, Horst (2007): Interkulturelle Medienpädagogik – Anforderungen an (digitale) Medienangebote für Jugendliche aus Hauptschul- und Migrationsmilieus. In: Schulen ans Netz e.V. (Hrsg.): Lernen, Migration und digitale Medien. Potenziale für Jugendliche mit Migrationshintergrund. Dokumentation der LIFT-Fachtagung. S. 39–46.

Niesyto, Horst (2008): Die soziale Frage in Medienforschung und Medienpädagogik. In: Dokumentation des Fachkongresses „Soziale Ungleichheit, Medienpädagogik, Partizipation" 17./18. 10. 2008, Bonn, JFF – Institut für Medienpädagogik/Pädagogische Hochschule Ludwigsburg, Teil 2, S. 6–24. URL: http://www.jff.de/dateien/Tagungsdoku_SozU_2ter_Teil.pdf (06. 07. 2009).

Otto, Hans-Uwe/Nadia Kutscher/Alexandra Klein/Stefan Iske (2004): Soziale Ungleichheit im virtuellen Raum: Wie nutzen Jugendliche das Internet? Erste Ergebnisse einer empirischen Untersuchung zu Online-Nutzungsdifferenzen und Aneignungsstrukturen von Jugendlichen. Überarbeitete Version (Stand: August 2005). Publikation im Rahmen der Bundesinitiative Jugend ans Netz. URL: http://www.bmfsfj.de/Kategorien/Forschungsnetz/forschungsberichte,did=14282.html (29. 06. 2009).

Park, Robert E. (1922): The immigrant press and its control. In: The American Journal of Sociology, Jg. 27, Heft 6, S. 807–809.

Pfeiffer, Christian/Thomas Mößle/Matthias Kleimann/Florian Rehbein (2008): Die PISA-Verlierer und ihr Medienkonsum. Eine Analyse auf der Basis verschiedener empirischer Untersuchungen. In: Dittler, Ullrich/Michael Hoyer (Hrsg.): Aufwachsen in virtuellen Medienwelten. Chancen und Gefahren digitaler Medien aus medienpsychologischer und medienpädagogischer Perspektive. München, S. 275–305.

Pfetsch, Barbara/Hans-Jürgen Weiß (2000): Die kritische Rolle der Massenmedien bei der Integration sozialer Minderheiten. Anmerkungen aus einem deutsch-israelischen Forschungsprojekt. In: Schatz, Heribert/Christina Holtz-Bacha/Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.): Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk. Wiesbaden, S. 116–126.

Pfetsch, Barbara/Joachim Trebbe (2003): Mass media use and social integration of German-Russian immigrants in Germany. San Diego (Paper submitted to the 53rd Annual Conference of the International Communication Association, May 23–27, 2003, San Diego).

Piga, Andrea (2007): Mediennutzung von Migranten: Ein Forschungsüberblick. In: Bonfadelli, Heinz/Heinz Moser (Hrsg.): Medien und Migration: Europa als multikultureller Raum? Wiesbaden, S. 209–234.

Ruhrmann, Georg (2009): Migranten und Medien. Dokumentation zum Forschungsstand der wichtigsten Studien über die Mediendarstellung, Nutzung und Rezeption von Migranten und ethnischen Minderheiten von 2003 bis 2009 für CIVIS Medienstiftung. Jena. URL: http://www.civismedia.eu/tv/civis/downloads/Dokumentation_Migranten_und_Medien.pdf (16. 07. 2009).

Schatz, Heribert/Christina Holtz-Bacha/Jörg-Uwe Nieland (2000): Migranten und Medien: Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk. Wiesbaden/Opladen.

Schmidt, Jan-Hinrik/Ingrid Paus-Hasebrink/Uwe Hasebrink (2009): Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Kurzfassung des Endberichts für die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Hamburg/Salzburg.

Schneider, Jan (2005): Die Geschichte der Russlanddeutschen. URL: http://www.bpb.de/themen/AA1Q8R,4,0,Die_Geschichte_der_Russlanddeutschen.html#art4 (07. 08. 2009).

Schulte, Joachim (2002): Medienghetto – Nutzen türkische Migranten hauptsächlich türkische Medien? In: Tendenz, Heft 1, S. 10–11.

Seifert, Wolfgang (2008): Aussiedlerinnen und Aussiedler – neue Erfassungsmöglichkeiten und sozioökonomisches Profil. In: Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): Statistische Analysen und Studien Nordrhein-Westfalen. Band 53. S. 11–23.

Şen, Faruk (2002): Türkische Minderheit in Deutschland. In: Informationen zur politischen Bildung. Heft 277. URL: http://www.bpb.de/publikationen/7LG87X.html (16. 11. 2009).

Şen, Faruk/Martina Sauer/Dirk Halm (2001): Intergeneratives Verhalten und (Selbst-) Ethnisierung von türkischen Zuwanderern. Gutachten des ZfT für die Unabhängige Kommission „Zuwanderung“. Essen.

Simon, Erk (2007): Migranten und Medien 2007: Zielsetzung, Konzeption und Basisdaten einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. In: Media Perspektiven, Heft 9, S. 426–435.

Simon, Erk/Gerhard Kloppenburg (2007): Das Fernsehpublikum türkischer Herkunft. Fernsehnutzung, Einstellungen und Programmerwartungen. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung in Nordrhein-Westfalen. In: Media Perspektiven, Heft 3, S. 142–152.

Sinus Sociovision (2008): Zentrale Ergebnisse der *Sinus-Studie* über Migranten-Milieus in Deutschland. Heidelberg (Auszug aus dem Forschungsbericht). URL: http://www.sociovision.de/uploads/tx_mpdownloadcenter/MigrantenMilieus_Zentrale_Ergebnisse_09122008.pdf (12. 07. 2009).

Six, Ulrike/Roland Gimmler (2007): Die Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten. Eine empirische Studie zu Bedingungen und Handlungsformen der Medienerziehung. Berlin (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen; Bd. 57).

Statistisches Bundesamt (2009): Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Bevölkerung mit Migrationshintergrund – Ergebnisse des Mikrozensus 2007. Wiesbaden. URL: https://www-ec.destatis.de/csp/shop/sfg/bpm.html.cms.cBroker.cls?cmspath=struktur,vollanzeige.csp&ID=1023128 (07. 08. 2009).

Stiftung Lesen (Hrsg.) (2009): Lesen in Deutschland 2008. Eine Studie der Stiftung Lesen. Die zentralen Ergebnisse. Mainz.

Strotmann, Mareike (2006): „Die wollen, dass ich mich mit Computer beschäftige.“ – Der Aufforderungs- und Unterstützungscharakter von Familie, Schule und außerschulischer Einrichtung bei der Aneignung der Neuen Medien durch Jugendliche mit türkischem Migrationshintergrund. In: Treibel, Annette/Maja S. Maier/Sven Kommer/Manuela Welzel (Hrsg.): Gender medienkompetent. Medienbildung in einer heterogenen Gesellschaft. Wiesbaden, S. 257–275.

Strotmann, Mareike (2008): Die Rolle der Familie bei der Aneignung eines neuen Mediums am Beispiel von Jugendlichen mit türkischem Migrationshintergrund. In: Theunert, Helga (Hrsg.): Interkulturell mit Medien. Die Rolle der Medien für Integration und interkulturelle Verständigung. München, S. 125–139.

Theunert, Helga (1999): Medienkompetenz: Eine pädagogisch und altersspezifisch zu fassende Handlungsdimension. In: Schell, Fred/Elke Stolzenburg/Helga Theunert (Hrsg.): Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln. München, S. 50–59.

Theunert, Helga (2008) (Hrsg.): Interkulturell mit Medien. Die Rolle der Medien für Integration und interkulturelle Verständigung. München.

Theunert, Helga (2008): Jugendmedienschutz und Medienkompetenz: Kongruenz, Koexistenz, Konkurrenz. In: Dörken-Kucharz, Thomas (Hrsg.): Medienkompetenz. Zauberwort oder Leerformel des Jugendmedienschutzes? Baden-Baden, S. 35–46.

Theunert, Helga/Ulrike Wagner/Kathrin Demmler (2007): Integrationspotenziale neuer Medien für Jugendliche mit Migrationshintergrund. Expertise. Institut für Medienpädagogik. München.

Trebbe, Joachim (2002): Mediennutzung und Integration. Eine Integrationstypologie der türkischen Bevölkerung in Deutschland. In: Donsbach, Wolfgang/Olaf Jandura (Hrsg.): Chancen und Gefahren der Mediendemokratie. Konstanz, S. 416–430.

Trebbe, Joachim (2007a): Akkulturation und Mediennutzung von türkischen Jugendlichen in Deutschland. In: Bonfadelli, Heinz/Heinz Moser (Hrsg.): Medien und Migration: Europa als multikultureller Raum? Wiesbaden, S. 183–208.

Trebbe, Joachim (2007b): Types of integration, acculturation strategies and media use of young Turks in Germany. In: Communications – The European Journal of Communication Research, Jg. 32, Heft 2, S. 171–191.

Trebbe, Joachim (2009): Ethnische Minderheiten, Massenmedien und Integration. Eine Untersuchung zu massenmedialer Repräsentation und Medienwirkungen. Wiesbaden (Habilitationsschrift am Fachbereich Politik und Sozialwissenschaften der Freien Universität Berlin).

Trebbe, Joachim/Hans-Jürgen Weiß (2001): Mediennutzung der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Ausgewählte Ergebnisse einer Umfrage des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. In: Nord Süd Aktuell, Jg. 15, Heft 4, S. 633–644.

Trebbe, Joachim/Hans-Jürgen Weiß (2006): Integration und Mediennutzung: Eine Typologie junger Türkinnen und Türken in Nordrhein-Westfalen. In: Westdeutscher Rundfunk (Hrsg.): Zwischen den Kulturen: Fernsehen, Einstellungen und Integration junger Türkinnen und Türken in Nordrhein-Westfalen. Köln, S. 30–39.

Trebbe, Joachim/Hans-Jürgen Weiß (2007): Integration als Mediennutzungsmotiv? Eine Typologie junger türkischer Erwachsener in Nordrhein-Westfalen. In: Media Perspektiven, Heft 3, S. 136–141.

Treibel, Annette (2006): Medienkompetenzen an der Hauptschule. Zur Relevanz von Migration, Gender und Individualisierung bei russlanddeutschen und türkischstämmigen Jugendlichen. In: Treibel, Annette/Maja S. Maier/Sven Kommer/Manuela Welzel (Hrsg.): Gender medienkompetent. Medienbildung in einer heterogenen Gesellschaft. Wiesbaden, S. 209–233.

Treumann, Klaus Peter/Dorothee M. Meister/Uwe Sander/Eckhard Burkatzki/Jörg Hagedorn/Manuela Kämmerer/Mareike Strotmann/Claudia Wegener (2007): Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Medienkompetenzmodell. Wiesbaden.

Van Dijk, Jan A. G. M. (2005): The Deepening Divide. Inequality in the Information Society. Thousand Oaks, London, New Delhi.

Van Eimeren, Birgit/Beate Frees (2009): Die Internetnutzer 2009 – multimedial und total vernetzt? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2009. In: Media Perspektiven, Heft 7, S. 334–348.

Vlasic, Andreas (2004): Die Integrationsfunktion der Massenmedien: Begriffsgeschichte, Modelle, Operationalisierung. Wiesbaden.

Von Salisch, Maria/Astrid Kristen/Caroline Oppl (2007): Computerspiele mit und ohne Gewalt. Auswahl und Wirkung bei Kindern. Stuttgart.

Wagner, Ulrike (Hrsg.) (2008): Medienhandeln in Hauptschulmilieus. Mediale Interaktion und Produktion als Bildungsressource. München.

Wagner, Ulrike/Susanne Eggert (2007): Quelle für Information und Wissen oder unterhaltsame Action? Bildungsbenachteiligung und die Auswirkungen auf den Medienumgang Heranwachsender. In: merz medien + erziehung. zeitschrift für medienpädagogik, Jg. 51., Heft 5, S. 15–23.

Walter, Mignon/Ute Schlinker/Christiane Fischer (2007): Fernsehnutzung von Migranten. Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“. In: Media Perspektiven, Heft 9, S. 436–451.

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

Welling, Stefan (2008): Computerpraxis Jugendlicher und medienpädagogisches Handeln. München (Reihe Medienpädagogische Praxisforschung; Bd. 4).

Wippermann, Carsten/Berthold Bodo Flaig (2009): Lebenswelten von Migrantinnen und Migranten. In: APuZ (Aus Politik und Zeitgeschichte), Heft 5, S. 3–11.

Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) (1994): ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen. Bonn (8. Aufl.).

Zillien, Nicole (2006): Digitale Ungleichheit. Neue Technologien und alte Ungleichheiten in der Informations- und Wissensgesellschaft. Wiesbaden.

11 Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungen

Abbildung 7.1: Kausalmodell 167

Übersichten

Übersicht 1.1: Referenzstudien zu den Telefonumfragen der LfM-Studie . . . 11
Übersicht 2.1: Akkulturationsstrategien 25
Übersicht 3.1: Medienkompetenzdimensionen 35
Übersicht 3.2: Neuere empirische Studien zur Mediennutzung und Medienkompetenz von jungen Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland („Explizite Migrantenstudien“) 37
Übersicht 3.3: Neuere empirische Studien zur Mediennutzung und Medienkompetenz von jungen Menschen in Deutschland („Studien mit Migrantenanteilen“) 38
Übersicht 10.1: Für die Fragestellung der LfM-Studie relevante offizielle Materialien 207

Tabellen

Tabelle 5.1: Alter der Befragten 63
Tabelle 5.2: Geschlecht der Befragten 64
Tabelle 5.3: Schulbildung der Befragten 65
Tabelle 5.4: Haushaltsgröße 67
Tabelle 5.5: Haushaltsmitglieder 68
Tabelle 5.6: Zuwanderungsstatus 69
Tabelle 5.7: Aufenthaltsdauer 69
Tabelle 5.8: Staatsbürgerschaft 70
Tabelle 5.9: Sprachgebrauch in der Familie 71
Tabelle 5.10: Selbsteinschätzung: Sprachkompetenz – Deutsch sprechen 72
Tabelle 5.11: Sprachgebrauch in Schule/Universität/Arbeitsplatz 73
Tabelle 5.12: Sprachgebrauch in der Freizeit 73
Tabelle 5.13: Index des Sprachgebrauchs (Familie, Freizeit, Schule/Beruf) . . . 74
Tabelle 5.14: Freunde und Bekannte treffen 75

Tabelle 5.15: Mitgliedschaft in Vereinen 76
Tabelle 5.16: Einstellung zur sozialen Interaktion 76
Tabelle 5.17: Vertrauen in deutsche Einrichtungen 77
Tabelle 5.18: Einstellungen zur deutschen Politik (Statements) 78
Tabelle 5.19: Informationsbedürfnisse 79
Tabelle 5.20: Informationsquellen 80
Tabelle 5.21: Medienausstattung im Haushalt: Klassische Massenmedien . . . 81
Tabelle 5.22: Medienausstattung im Haushalt: Massen- und Funktionsmedien . 82
Tabelle 5.23: Fernsehempfangssituation 83
Tabelle 5.24: Individuelle Medienausstattung der Befragten 85
Tabelle 5.25: Mediennutzung (Stammnutzer) 87
Tabelle 5.26: Mediennutzung (Stammnutzer) nach Bildung 88
Tabelle 5.27: Mediennutzung (Stammnutzer) nach Geschlecht 89
Tabelle 5.28: Sprachgebundene Mediennutzung 90
Tabelle 5.29: Sprachgebundene Mediennutzung nach Bildung 91
Tabelle 5.30: Sprachgebundene Mediennutzung nach Geschlecht 92
Tabelle 5.31: Sprachgebundene Fernsehnutzung 92
Tabelle 5.32: Sprachgebundene Medienkombinationen (Fernsehen, Radio, Zeitung, Internet) 93
Tabelle 5.33: Sprachgebrauch und sprachgebundene Mediennutzung 95
Tabelle 5.34: Soziale Interaktion und sprachgebundene Mediennutzung 96
Tabelle 5.35: Informationsbedürfnisse und sprachgebundene Mediennutzung . 97
Tabelle 5.36: Mediennutzung und Freizeitaktivitäten 99
Tabelle 5.37: Orte der Internetnutzung 100
Tabelle 5.38: Tätigkeiten und genutzte Dienste im Internet 101
Tabelle 5.39: Ansichten zum Internet 103
Tabelle 5.40: Orte der Computernutzung 104
Tabelle 5.41: Tätigkeiten bei der Computernutzung 104
Tabelle 5.42: Ansichten zum Computer 105
Tabelle 5.43: Vertragsart und Kosten 106
Tabelle 5.44: Menüsprache des Handys 107
Tabelle 5.45: Tätigkeiten bei der Handynutzung 108
Tabelle 5.46: Gewalt und Pornografie auf dem Handy 109
Tabelle 5.47: Käufe mit dem Handy 110
Tabelle 5.48: Spielsituation 111
Tabelle 5.49: Aussagen der 12- bis 19-Jährigen zu Computer- und Konsolenspielen 112
Tabelle 5.50: Individualmediennutzung und Sprachgebrauch 113
Tabelle 5.51: Individualmediennutzung und Soziodemografie 114
Tabelle 6.1: Die Zusammensetzung der Gruppendiskussionen 121
Tabelle 7.1: Studienvergleich: Sprache und sprachgebundene Fernsehnutzung 166
Tabelle 7.2: Multiple, lineare Regressionen zur Erklärung der Akkulturationsstrategien 170
Tabelle 8.1: Alter der Befragten 176
Tabelle 8.2: Geschlecht 176
Tabelle 8.3: Schulbesuch 177

Tabelle 8.4: Individuelle Medienausstattung: Massenmedien 178
Tabelle 8.5: Individuelle Medienausstattung: Funktionsmedien 179
Tabelle 8.6: Mediennutzung 179
Tabelle 8.7: Mediennutzung und Freizeitaktivitäten 181
Tabelle 8.8: Kommunikationsorientierte Tätigkeiten und Dienste im Internet . 182
Tabelle 8.9: Informationsorientierte Tätigkeiten und Dienste im Internet . . . 183
Tabelle 8.10: Rezeptionsorientierte und unterhaltende Tätigkeiten und Dienste im Internet 184
Tabelle 8.11: Produktive Tätigkeiten und Dienste im Internet 184
Tabelle 8.12: Ansichten zum Internet 185
Tabelle 8.13: Tätigkeiten bei der Computernutzung 186
Tabelle 8.14: Ansichten zum Computer 187
Tabelle 8.15: Vertragsart und Kosten 188
Tabelle 8.16: Tätigkeiten bei der Handynutzung 189
Tabelle 8.17: Gewalt und Pornografie auf dem Handy 190
Tabelle 8.18: Käufe mit dem Handy 191
Tabelle 8.19: Spielenutzung Computer und Konsole 191
Tabelle 8.20: Lieblingsspiele Computer und Konsole 192

Die Autoren

Joachim Trebbe, Dr., ist ordentlicher Professor für Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt empirische Kommunikationsforschung an der Universität Freiburg/Schweiz. Seine Forschungsschwerpunkte sind Medien und Migranten, Fernsehprogrammforschung und Methodenentwicklung.

Annett Heft, M. A., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Medien und Migranten, Politische Kommunikation in Deutschland und in Europa sowie Europäische Öffentlichkeit.

Hans-Jürgen Weiß, Dr., ist Professor im Ruhestand und wissenschaftlicher Leiter der GöfaK Medienforschung GmbH, Potsdam. Seine Forschungsschwerpunkte sind Medien und Migranten, Fernsehprogrammforschung sowie Massenmedien und Wahlen.

SCHRIFTENREIHE MEDIENFORSCHUNG
DER LANDESANSTALT FÜR MEDIEN
NORDRHEIN-WESTFALEN (LfM)

›lfm:

03

Mediennutzung junger Menschen mit Migrationshintergrund

Umfragen und Gruppendissionen mit Personen türkischer Herkunft und russischen Aussiedlern im Alter zwischen 12 und 29 Jahren in Nordrhein-Westfalen

von Joachim Trebbe, Annett Heft und Hans-Jürgen Weiß. Mitarbeit Regine Hammeran
228 Seiten, 81 Abb./Tab., DIN A5, 2010
ISBN 978-3-89158-518-4 Euro 15,– (D)

02

Heranwachsen mit dem Social Web

Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen

herausgegeben von Jan-Hinrik Schmidt, Ingrid Paus-Hasebrink und Uwe Hasebrink
360 Seiten, 84 Abb./Tab., DIN A5, 2009
ISBN 978-3-89158-509-2 Euro 22,– (D)

01

Public Relations und werbliche Erscheinungsformen im Fernsehen

Eine Typologisierung persuasiver Kommunikationsangebote des Fernsehens

von Helmut Volpers, Uli Bernhard und Detlef Schnier
276 Seiten, 166 Abb./Tab., DIN A5, 2008
ISBN 978-3-89158-485-9 Euro 18,– (D)

00

Journalistische Recherche im Internet

Bestandsaufnahme journalistischer Arbeitsweisen in Zeitungen, Hörfunk, Fernsehen und Online

von Marcel Machill, Markus Beiler und Martin Zenker
412 Seiten, 127 Abb./Tab., DIN A5, 2008
ISBN 978-3-89158-480-4 Euro 23,– (D)

99

Mehr Vertrauen in Inhalte

Das Potenzial von Ko- und Selbstregulierung in den digitalen Medien

herausgegeben von Wolfgang Schulz und Thorsten Held
224 Seiten, 8 Abb./Tab., DIN A5, 2008
ISBN 978-3-89158-479-8 Euro 15,– (D)

VISTAS Verlag GmbH
Goltzstraße 11
10781 Berlin
E-Mail: medienverlag@vistas.de

Telefon: 030 / 32 70 74 46
Telefax: 030 / 32 70 74 55
Internet: www.vistas.de

VISTAS
Der Medienverlag

SCHRIFTENREIHE MEDIENFORSCHUNG
DER LANDESANSTALT FÜR MEDIEN
NORDRHEIN-WESTFALEN (LfM)

›lfm:

58

Geschlechtersensible Medienkompetenzförderung

Mediennutzung und Medienkompetenz von Mädchen und Jungen sowie medienpädagogische Handlungsmöglichkeiten

von Renate Luca und Stefan Aufenanger
268 Seiten, 33 Abb./Tab., DIN A5, 2007
ISBN 978-3-89158-468-2 Euro 18,– (D)

57

Die Förderung von Medienkompetenz im Kindergarten

Eine empirische Studie zu Bedingungen und Handlungsformen der Medienerziehung

von Ulrike Six und Roland Gimmler
368 Seiten, 53 Abb./Tab., DIN A5, 2007
ISBN 978-3-89158-459-0 Euro 21,– (D)

56

Bürgerfernsehen in Nordrhein-Westfalen

Eine Organisations- und Programmanalyse

herausgegeben von Helmut Volpers und Petra Werner
236 Seiten, 94 Abb./Tab., DIN A5, 2007
ISBN 978-3-89158-453-8 Euro 15,– (D)

55

Public Relations und werbliche Erscheinungsformen im Radio

Eine Typologisierung persuasiver Kommunikationsangebote des Hörfunks

von Helmut Volpers
264 Seiten, 97 Abb./Tab., DIN A5, 2007
ISBN 978-3-89158-449-1 Euro 18,– (D)

54

Geschichte im Fernsehen

Eine Untersuchung zur Entwicklung des Genres und der Gattungsästhetik geschichtlicher Darstellungen im Fernsehen 1995 bis 2003

von Edgar Lersch und Reinhold Viehoff
344 Seiten, 119 Abb./Tab., DIN A5, 2007
ISBN 978-3-89158-454-5 Euro 21,– (D)

VISTAS Verlag GmbH
Goltzstraße 11
10781 Berlin
E-Mail: medienverlag@vistas.de

Telefon: 030 / 32 70 74 46
Telefax: 030 / 32 70 74 55
Internet: www.vistas.de

VISTAS
Der Medienverlag

SCHRIFTENREIHE MEDIENFORSCHUNG
DER LANDESANSTALT FÜR MEDIEN
NORDRHEIN-WESTFALEN (LfM)

›lfm:

53

Die Reform der Regulierung elektronischer Medien in Europa

von Alexander Roßnagel, Thomas Kleist und Alexander Scheuer
344 Seiten, 8 Tab., DIN A5, 2007
ISBN 978-3-89158-445-3 Euro 20,– (D)

51

Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen

Eine Organisations- und Programmanalyse

von Helmut Volpers, Detlef Schnier und Christian Salwiczek
220 Seiten, 97 Abb./Tab., DIN A5, 2006
ISBN 978-3-89158-420-0 Euro 15,– (D)

50

Suchmaschinen: Neue Herausforderungen für die Medienpolitik

herausgegeben von Marcel Machill und Norbert Schneider
200 Seiten, 65 Abb./Tab., DIN A5, 2005
ISBN 978-3-89158-410-1 Euro 15,– (D)

49

Suchmaschinen als Gatekeeper in der öffentlichen Kommunikation

Rechtliche Anforderungen an Zugangsoffentheit und Transparenz bei Suchmaschinen im www

von Wolfgang Schulz, Thorsten Held und Arne Laudien
132 Seiten, 5 Abb., DIN A5, 2005
ISBN 978-3-89158-408-8 Euro 9,– (D)

48

Zur Kritik der Medienkritik

Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten

herausgegeben von Ralph Weiß
592 Seiten, 25 Abb./Tab., DIN A5, 2005
ISBN 978-3-89158-397-5 Euro 25,– (D)

VISTAS Verlag GmbH
Goltzstraße 11
10781 Berlin
E-Mail: medienverlag@vistas.de

Telefon: 030 / 32 70 74 46
Telefax: 030 / 32 70 74 55
Internet: www.vistas.de

VISTAS
Der Medienverlag

Mediennutzung junger Menschen mit Migrationshintergrund

: Nationaler Integrationsplan, Integrationsgipfel und Islamkonferenz sind Stichworte, die deutlich machen, dass die soziale Integration von Zuwanderern und ihren Nachkommen – der „Menschen mit Migrationshintergrund" – in die deutsche Gesellschaft weit oben auf der politischen Agenda steht. Vor diesem Hintergrund wird nicht nur die Bedeutung der Massenmedien für die Förderung oder aber Behinderung von Integrationsprozessen diskutiert. Auch die Frage, welche Medienkompetenz junge Menschen mit Migrationshintergrund aufweisen und ob gezielte Maßnahmen zur Medienkompetenzvermittlung in diesen Zielgruppen angestrebt werden sollten, ist Gegenstand des gesellschaftspolitischen Diskurses.

Die LfM-Studie geht diesen Fragen in den zwei größten Teilgruppen junger Migranten in Nordrhein-Westfalen nach. Im Ergebnis der empirischen Erhebungen werden repräsentative Basisdaten zur Mediennutzung und Medienkompetenz junger Migranten ermittelt, im Kontext der Integrationsproblematik analysiert und im Hinblick auf Maßnahmen zur Medienkompetenzförderung diskutiert. Die Untersuchungsergebnisse umfassen sowohl die „klassischen" Massenmedien Radio, Fernsehen, Presse als auch die „neuen" Individualmedien wie PC, Internet, Handy oder Spielkonsolen.

Prof. Dr. Joachim Trebbe
Universität Freiburg/Schweiz, Departement für Medien- und Kommunikationswissenschaft

Annett Heft, M. A.
Freie Universität Berlin, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß
GöfaK Medienforschung, Potsdam

ISSN 1862-1090
ISBN 978-3-89158-518-4

Euro 15,- (D)

Abb. Titel © dpa picture-alliance/ZB, Rückseite: © Diverse/fotolia.com