

Nadine Ranger

Medien als Mittler der Integration

Wie Geflüchtete sich informieren, womit sie sich medial unterhalten und welche Folgen dies hat



University
of Bamberg
Press

10 Bamberger Beiträge zur Kommunikationswissenschaft

Bamberger Beiträge zur Kommunikationswissenschaft

Band 10

hg. von Markus Behmer, Rudolf Stöber,
Anna Maria Theis-Berglmair und Carsten Wunsch



University
of Bamberg
Press

2019

Medien als Mittler der Integration

Wie Geflüchtete sich informieren, womit sie sich medial unterhalten und welche Folgen dies hat

Nadine Ranger

Bibliographische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Informationen sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Diese Arbeit hat der Fakultät Geistes- und Kulturwissenschaften der Otto-Friedrich-Universität Bamberg als Dissertation vorgelegen.
Gutachter: Prof. Dr. Markus Behmer
Gutachter: Prof. Dr. Jens Vogelgesang
Tag der mündlichen Prüfung: 04.07.2018

Dieses Werk ist als freie Onlineversion über den Publikationsserver (OPUS; <http://www.opus-bayern.de/uni-bamberg/>) der Universität Bamberg erreichbar. Das Werk – ausgenommen Cover, Zitate und Abbildungen – steht unter der CC-Lizenz CC-BY.



Lizenzvertrag: Creative Commons Namensnennung 4.0
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>.

Herstellung und Druck: docupoint, Magdeburg
Umschlaggestaltung: University of Bamberg Press, Larissa Günther
Umschlagbild: © Nadine Ranger

© University of Bamberg Press Bamberg 2019
<http://www.uni-bamberg.de/ubp/>

ISSN: 2197-053X
ISBN: 978-3-86309-627-4 (Druckausgabe)
eISBN: 978-3-86309-628-1 (Online-Ausgabe)
URN: urn:nbn:de:bvb:473-opus4-539512
DOI: <http://dx.doi.org/10.20378/irbo-53951>

Vorwort der Herausgeber

Mit diesem Buch wird der zehnte Band der Reihe „Bamberger Beiträge zur Kommunikationswissenschaft“ vorgelegt; ein kleines Jubiläum. Studien zur Digitalkommunikation der Kirche oder zu Laienrezensionen im Internet sind erschienen, Überblicksdarstellungen zur Qualität im Journalismus, Handreichungen zum wissenschaftlichen Arbeiten für Studierende – und Promotionsschriften. So nun auch diese.

Migration und Flucht, Integration, Inklusion und Enkulturation – es sind Brennpunktthemen unserer Zeit, derer sich Nadine Ranger in ihrer Doktorarbeit annimmt. Und sie unternimmt es mit einer konsequent kommunikationswissenschaftlichen Perspektive, steht doch die Rolle der Medien im Mittelpunkt der Untersuchung. „Rezipieren Geflüchtete deutsche Medien?“, „Beeinflusst die Mediennutzung die Integration der Geflüchteten?“ und „Sind auf Flüchtlinge zugeschnittene Medienangebote sinnvoll?“ – Fragen wie diese versucht sie in ihrer explorativ angelegten Studie zu beantworten.

Ihre wesentliche Quelle sind dabei Geflüchtete selbst. Mit 27 Personen hat sie einfühlsame, aufwendige Interviews geführt. Jede und jeder der Befragten ist ein „Einzelfall“, hat ein je spezifisches Mediennutzungsprofil, eigene Bedürfnisse und Routinen, die stark auch vom Bildungsstand und von den Sprachkenntnissen abhängig sind. Dies wird in den umfassend dargestellten Gesprächen deutlich. Freilich gibt es auch Gemeinsamkeiten – so zum Beispiel, dass Printmedien eine nur sehr geringe Rolle für die Befragten spielen, Social Media und allen voran Facebook hingegen als Informationsmedium und insbesondere auch als individuelle Kommunikations- und Austauschkanäle immens wichtig sind. Das ist kaum anders als bei den deutschen Altersgenossen der größtenteils unter 30-jährigen Befragten. Spezifische Angebote deutscher Medien für Geflüchtete werden hingegen von den Interviewpartnern fast nicht genutzt.

Aufgrund der Einzelbefunde gelingt es schließlich auch, plausibel verschiedene Mediennutzertypen unter den Migrantinnen und Migranten

voneinander abzugrenzen. Somit bietet die Studie manche Anknüpfungspunkte für die weitere Forschung – Untersuchungen, wie sie Nadine Ranger auch selbst mit anregen oder durchführen kann, da sie derzeit beim Bundesamt für Migration und Flüchtlinge im Bereich Forschung beschäftigt ist.

Es ist zu wünschen, dass ihre Studie weit rezipiert werden möge und zur weiteren Versachlichung der Diskussion um die Integration beitrage. Mindestens bietet sie manche Hinweise darauf, welche Rolle Medien in diesem, wie sie deutlich herausarbeitet, „komplexen Prozess“ spielen können.

Bamberg, im Januar 2019

Markus Behmer, Rudolf Stöber, Anna Maria Theis-Berglmair, Carsten Wünsch

Danksagung

Eine Doktorarbeit zu schreiben, ist ein bisschen so, wie auf eine große Reise zu gehen. In meinem Fall bedeutete dies, vielen neuen Menschen zu begegnen, auf andere Kulturen zu treffen und dabei eine Menge dazulernen. Ohne die Hilfe der Personen, die diesen Weg mit mir gegangen sind, wäre das jedoch niemals möglich gewesen.

An erster Stelle möchte ich mich bei meinen zwei „Reiseleitern“ Prof. Dr. Markus Behmer und Prof. Dr. Jens Vogelgesang bedanken, die mein Vorhaben von Beginn an unterstützt haben. Beide haben mir stets mit ihrem fachlichen Rat zur Seite gestanden und neue Inspiration gegeben. Dass ich mein Forschungsprojekt nicht nur erfolgreich, sondern ebenso nach Zeitplan durchführen bzw. abschließen konnte, ist auch ihr Verdienst.

Weitere Personen, ohne die es die vorliegende Dissertation nie gegeben hätte, sind die Geflüchteten, die mir bereitwillig meine Fragen beantwortet haben. Bei ihnen möchte ich mich auch für die Gespräche abseits des offiziellen Teils bedanken, in denen sie mir zahlreiche Einblicke in ihr Leben in Deutschland gewährt haben. Außerdem gilt mein Dank allen Schulleitern und Mitarbeitern diverser Organisationen für die Zusammenarbeit.

Auch in meinem privaten Umfeld haben mich verschiedene Menschen auf meiner Reise begleitet. Zunächst möchte ich mich bei meinen Eltern Lutz und Anke sowie meinen Großeltern Brigitte und Gunter bedanken, die mir vor allem durch ihre finanzielle Hilfe meine Studien- und Promotionszeit ermöglichten.

Darüber hinaus geht ein großes „Danke“ an meine beste Freundin Melanie, die mich auch in schwierigen Zeiten zum Lachen gebracht hat. Überdies hat sie mich zusammen mit meiner lieben Kommilitonin Julia bei der Suche nach Orthografie- und Grammatikfehlern unterstützt. Des Weiteren danke ich Petra für die Hilfe bei der Vermittlung wichtiger Kontakte.

Ein ganz besonderes Dankeschön habe ich mir für den Schluss aufgehoben. Dieses geht an meinen „Mitreisenden“ Johannes. Er ermöglichte mir nicht nur die Ausleihe zahlreicher Fachbücher, sondern sorgte auch für die nötigen Erholungspausen. Zudem hatte er bei fachlichen Problemen stets ein offenes Ohr und schenkte mir mit seinem unerschütterlichen Glauben an mich immer wieder neue Kraft und Stärke.

Abschließend wünsche ich allen Rezipienten viel Freude sowie neue interessante Erkenntnisse beim Lesen meines „Reiseberichts“. Ich bin überzeugt, dass eine dauerhafte Integration von Geflüchteten in die deutsche Gesellschaft möglich ist und hoffe, dass ich diesen Prozess mit den Ergebnissen der vorliegenden Arbeit unterstützen kann.

In diesem Sinne:

Ein Hoch auf das, was vor uns liegt,
dass es das Beste für uns gibt.
Ein Hoch auf das, was uns vereint,
auf diese Zeit!
(Aus: „Auf uns“ von Andreas Bourani)

Erfurt, März 2018
Nadine Ranger

Inhaltsverzeichnis

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	14
1. Einleitung	15
1.1 Forschungsfragen	16
1.2 Methodischer Ansatz	18
1.3 Aufbau der Arbeit	19
2. Flüchtlinge	21
2.1 Begriffe	22
2.1.1 Migrant.....	22
2.1.2 Asylbewerber / Asylberechtigter	24
2.1.3 Flüchtling.....	25
2.2 Flüchtlinge weltweit: Fluchtländer und Fluchtursachen	29
2.3 Flüchtlinge in Deutschland.....	37
2.3.1 Deutschland als Zielland	37
2.3.2 Das deutsche Asylgesetz	39
2.3.3 Das deutsche Asylverfahren	41
2.3.4 Zahlen und Herkunftsländer	47
3. Integration	50
3.1 Integrationstheorien	52
3.1.1 Jürgen Habermas.....	53
3.1.2 Niklas Luhmann.....	55
3.1.3 Richard Münch.....	57
3.1.4 Hartmut Esser	59
3.1.5 Resümee.....	68
3.2 Integration durch Medien.....	70
3.2.1 Das Konzept der medialen Integration (Geißler)	71
3.2.2 Das Konzept der Integration durch Massenmedien (Vlašić).....	79
3.2.3 Internationale Forschung	82

3.3 Integration durch Integrationskurse.....	86
3.3.1 Der Prozess des Spracherwerbs.....	87
3.3.2 Das deutsche Integrationsgesetz.....	93
3.3.3 Integrationskurse	95
4. Medien	99
4.1 Migranten in der Medienproduktion	105
4.2 Die Darstellung ethnischer Minderheiten in deutschen Massenmedien.....	112
4.2.1 Die Darstellung von Migranten in deutschen Massenmedien	112
4.2.1.1 Vorstellung ausgewählter Studien.....	112
4.2.1.2 Resümee.....	119
4.2.2 Die Darstellung von Geflüchteten in deutschen Massenmedien....	122
4.3 Mögliche Auswirkungen der medialen Darstellung ethnischer Minderheiten auf deren Mediennutzung	126
4.4 Mediennutzung ethnischer Minderheiten in Deutschland.....	132
4.4.1 Mediennutzung von Migranten.....	134
4.4.1.1 Vorstellung ausgewählter Studien.....	134
4.4.1.2 Resümee.....	142
4.4.2 Mediennutzung von Geflüchteten.....	144
4.5 Medienangebote für ethnische Minderheiten.....	153
4.5.1 Ethnomedien	154
4.5.2 Diasporamedien	159
4.5.3 Medienangebote für Geflüchtete	163
4.6 Migranten und Medien als internationales Forschungsfeld	168
5. Entwicklung eines Analysemodells	175
5.1 Der Faktor Sprache	175
5.2 Analyse der Mediennutzung.....	181
5.2.1 Der Uses-and-Gratifications-Approach	183
5.2.2 Zusammenfassung der Mediennutzungsmotive	190

5.3 Analyserahmen	193
5.4 Operationalisierung von Integration	197
6. Methodik der Datenerhebung und Datenanalyse	201
6.1 Methodik.....	201
6.1.1 Das Leitfadeninterview.....	202
6.1.2 Leitfadenkonstruktion	204
6.2 Rekrutierung der Interviewpartner	207
6.3 Durchführung der Interviews.....	211
6.4 Probleme bei der Durchführung	215
6.5 Transkription und Auswertung	218
6.5.1 Transkription.....	218
6.5.2 Auswertung.....	220
7. Ergebnisse.....	224
7.1 Gesamtbetrachtung der Interviews.....	224
7.1.1 Sprachkenntnisse.....	224
7.1.2 Mediennutzung.....	226
7.1.3 Interesse am Geschehen in Deutschland.....	231
7.1.4 Politische Kenntnisse	236
7.1.5 Ausbildung / Beruf.....	237
7.1.6 Wohnsituation.....	239
7.1.7 Soziale Kontakte.....	240
7.1.8 Gebrauch des Deutschen im Alltag.....	242
7.1.9 Beurteilung der deutschen Medien.....	243
7.1.10 Beurteilung deutscher Normen und Werte	245
7.1.11 Beurteilung der deutschen Politik.....	247
7.1.12 Zugehörigkeitsgefühl	248
7.2 Detailanalyse der Interviews	249
7.2.1 Ali.....	249
7.2.2 Tarek.....	250
7.2.3 Banu.....	252
7.2.4 Yasemin.....	253

7.2.5 Ahmed	253
7.2.6 Samira	255
7.2.7 Djamal	256
7.2.8 Fatih	257
7.2.9 Alia	258
7.2.10 Emal	259
7.2.11 Navid	260
7.2.12 Hasim	261
7.2.13 Raoul	262
7.2.14 Mohammad	263
7.2.15 Daja	264
7.2.16 Abdul	265
7.2.17 Khalil	266
7.2.18 Omar	267
7.2.19 Kadir	268
7.2.20 Mustafa	269
7.2.21 Nasser	270
7.2.22 Hawi	271
7.2.23 Farid	272
7.2.24 Ramiz	273
7.2.25 Ezel	275
7.2.26 Sami	276
7.2.27 Khaled	277
8. Typologie der Mediennutzung	278
8.1 Wie hängen Mediennutzung und Integration zusammen?	278
8.1.1 Typ A – Der gut integrierte Nutzer deutsch- und muttersprachlicher Medien	279
8.1.2 Typ B – Der mäßig integrierte Nutzer deutsch- und muttersprachlicher Medien	281
8.1.3 Typ C – Der gut integrierte Nutzer von überwiegend deutschen Medien	284
8.1.4 Typ D – Der mäßig integrierte Nutzer von überwiegend muttersprachlichen Medien	287

8.2 Wie hängen Sprachkompetenz und Mediennutzung zusammen?	288
8.2.1 Typ A – Der bilinguale Nutzer deutsch- und muttersprachlicher Medien	291
8.2.2 Typ B – Der bilinguale Nutzer von überwiegend deutschen Medien	293
8.2.3 Typ C – Der sprachlich segmentierte Nutzer deutsch- und muttersprachlicher Medien	294
8.2.4 Typ D – Der sprachlich segmentierte Nutzer von überwiegend muttersprachlichen Medien	295
8.2.5 Einzelfälle	297
9. Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	301
10. Fazit und Ausblick	315
Literatur- und Quellenverzeichnis	320
Anhang 1: Übersicht der Befragten	388
Anhang 2: Leitfaden Deutsch	391
Anhang 3: Erstes Kategoriensystem	408

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungen

Abb. 1: Hauptherkunftsländer der Asylsuchenden 2016, bezogen auf die Gesamtzahl der Erstanträge.....	49
Abb. 2: Sozial- und Systemintegration.....	61
Abb. 3: Analyserahmen, basierend auf dem Uses-and-Gratifications-Ansatz.....	197
Abb. 4: Typen bezüglich des Zusammenhangs von Mediennutzung und Integration.....	279
Abb. 5: Typen bezüglich des Zusammenhangs von Sprachkompetenz und Mediennutzung.....	291

Tabellen

Tab. 1: Typen der Sozialintegration von Migranten.....	66
Tab. 2: Vergleich der assimilativen medialen Integration, der interkulturellen medialen Integration und der medialen Segregation.....	78
Tab. 3: Typen der sprachlichen Kompetenzen bei Migranten.....	180
Tab. 4: Migrantische Mediennutzungstypen.....	182
Tab. 5: Grundprozesse, Dimensionen und ausgearbeitete Faktoren der Sozialintegration.....	200
Tab. 6: Mögliche existierende Typen bei der Betrachtung des Zusammenhangs zwischen Mediennutzung und Integration in die deutsche Gesellschaft.....	310
Tab. 7: Mögliche existierende Typen bei der Betrachtung des Zusammenhangs zwischen Sprachkompetenz und Mediennutzung.....	312

1. Einleitung

„Wir schaffen das!“ – Diese Worte, die Angela Merkel bei der Sommerpressekonferenz am 31. August 2015 aussprach, wurden im Zusammenhang mit dem sich damals vollziehenden, großen Flüchtlingsstrom schier unzählige Male zitiert. Merkel bezog ihre Aussage damals auf folgende Ziele: eine beschleunigte Bearbeitung von Asylanträgen und die ausreichende Bereitstellung von Erstaufnahmeeinrichtungen, eine faire Aufteilung der hierdurch entstehenden Kosten zwischen Kommunen, Ländern und dem Bund sowie die Integration der Geflüchteten in die deutsche Gesellschaft (vgl. Die Bundesregierung 2015). Untrennbar verbunden mit dem letztgenannten Vorhaben ist die Frage, wie eine erfolgreiche Eingliederung der Zuwanderer¹ gelingen kann. An dieser Stelle setzt die vorliegende Dissertation an. Mit ihr sollen neue Erkenntnisse darüber gewonnen werden, inwiefern Medien die Integration von Flüchtlingen beeinflussen können.

Integration bedeutet zunächst einmal, dass alle Menschen, die dauerhaft in einem Land zusammenleben, in die Gesellschaft einbezogen werden und am kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Leben teilhaben können (vgl. bpb 2017). Gleichzeitig soll auf diese Weise der Zerfall einer Gesellschaft verhindert werden (vgl. Ruhrmann / Nieland 2001: 111). Dass den Medien bei diesem Prozess eine relevante Rolle zuteilwerden kann, weil sie beispielsweise eine politische Öffentlichkeit herstellen sowie Normen und Werte vermitteln, wird insbesondere in der Kommunikations- und Medienwissenschaft bereits seit mehreren Jahrzehnten angenommen und diskutiert (vgl. Krotz 2001: 202 ff.; Vlašić / Brosius 2002: 94).

Durch die sogenannte Flüchtlingskrise, die im Jahr 2016 hierzulande ein Rekordhoch an Asylanträgen zur Folge hatte, erfährt diese Thematik nun eine neue Bedeutsamkeit. Während sich bisherige Arbeiten mit der medialen Integration von Migranten im Allgemeinen auseinandersetzen, werden in der im Rahmen dieser Dissertation durchge-

¹ Zur besseren Lesbarkeit wird in der vorliegenden Dissertation überwiegend die männliche Form verwendet. Es sind jedoch stets Personen männlichen und weiblichen Geschlechts gemeint.

fürten Untersuchung Geflüchtete im Fokus stehen. Auf diese Weise soll dazu beigetragen werden, die bestehende Forschungslücke ein Stück weit zu schließen. Darüber hinaus besitzt die vorliegende Arbeit eine große gesellschaftliche Relevanz, da sie beispielsweise Aufschluss darüber geben kann, wie Flüchtlinge medial am besten erreicht werden können. Aufbauend auf diesem Wissen können dann zum Beispiel Konzepte entwickelt werden, die dazu beitragen, (neu angekommenen) Geflüchteten wichtige Informationen zum Leben in Deutschland zu vermitteln.

1.1 Forschungsfragen

Die meisten Geflohenen, die in den letzten Jahren nach Deutschland gekommen sind, möchten hierzulande Schutz vor Krieg oder Verfolgung finden. Dafür mussten sie jedoch den Lebensstandard, den sie sich in der Heimat erarbeitet hatten, bei ihrer Flucht aufgeben. Um diesen wiederzuerlangen bzw. in der Bundesrepublik sozial aufsteigen zu können, ist es erforderlich, dass die Zugewanderten „möglichst schnell handlungs- und arbeitsfähig werden“ (Heckmann 2015: 160). Dies gelingt in der Regel allerdings nicht ohne die Aneignung neuer Kompetenzen. Hierzu zählen etwa das Erlernen des Deutschen sowie der Erwerb von Kenntnissen über die deutsche Kultur, das Rechtssystem oder auch die neue Umgebung (vgl. ebd.; Wimmer 2009: 322 f.). Erlangt werden kann das benötigte Wissen über verschiedene Wege, beispielsweise durch den Besuch von Integrationskursen oder die interpersonale Kommunikation. Eine weitere Möglichkeit, an neue Informationen zu kommen, ist der Gebrauch von Medien.

Aufgrund der heutigen kommunikationstechnischen Entwicklungen stehen den Geflüchteten hierzulande aber nicht nur deutsche, sondern zugleich eine ganze Reihe muttersprachlicher Medien zur Verfügung, die sowohl zu informativen als auch zu unterhaltenden Zwecken genutzt werden können. Aus diesem Grund ist die erste Forschungsfrage dieser Dissertation:

Rezipieren Geflüchtete deutsche Medien?

Das Erkenntnisinteresse zielt hierbei darauf ab, die Nutzungshäufigkeiten resp. -gründe von deutschen und muttersprachlichen Medien miteinander zu vergleichen.

Des Weiteren kann die Mediennutzung als alltagskulturelle Praxis angesehen werden, die individuelle Denkweisen und kulturelle Orientierungen widerspiegelt. Gleichzeitig können ebendiese allerdings auch von den Medien mitbestimmt werden (vgl. Heckmann 2015: 165; Trebbe 2009: 120). Die zweite Forschungsfrage, auf der zugleich der Fokus dieses Forschungsprojektes liegt, lautet daher:

Beeinflusst die Mediennutzung die Integration der Geflüchteten?

Ist dies der Fall, so müssten die Flüchtlinge, die oft auf deutsche Medien zurückgreifen, besser hierzulande integriert sein als diejenigen, die selten oder nie von diesen Gebrauch machen. Umgekehrt könnte die Mediennutzung jedoch nicht die Ursache, sondern erst die Folge einer fortgeschrittenen Integration darstellen (vgl. Trebbe 2009: 72 ff.).

Um die Geflohenen ferner bei der Bewältigung des Alltags zu unterstützen und zugleich zu verhindern, dass sie ihre Informationen über Deutschland ausschließlich mittels Heimatmedien beziehen, wurden in der Vergangenheit spezielle Medienangebote für die Zuwanderer geschaffen. Diese werden üblicherweise in der Bundesrepublik produziert und den Flüchtlingen dann in mehreren Sprachen (z. B. auf Arabisch) zur Verfügung gestellt. Da bislang noch unklar ist, inwiefern diese von den Flüchtlingen wahrgenommen bzw. genutzt werden, soll auch dies im Rahmen der vorliegenden Dissertation beantwortet werden. Hieraus ergibt sich die dritte Forschungsfrage:

Sind auf Flüchtlinge zugeschnittene Medienangebote sinnvoll?

Zudem soll durch diese Fragestellung beantwortet werden können, ob deutsche Medien, die für Geflüchtete modifiziert werden (ein Beispiel hierfür wäre die arabische Untertitelung des deutschen TV-Programms) für die Zugewanderten von Interesse sind.

1.2 Methodischer Ansatz

Um ausführliche Antworten auf die eben skizzierten Forschungsfragen liefern zu können, wurde sich im Rahmen dieser Arbeit für eine qualitative Vorgehensweise entschieden. Dies lässt sich zum einen damit begründen, dass bisher nur wenige Befunde über das zu untersuchende Thema vorliegen. Zum anderen steht in der qualitativen Sozialforschung das Individuum mit seinen persönlichen Einstellungen, Denkweisen und Bedürfnissen im Mittelpunkt, sodass detaillierte Aussagen über Einzelfälle getroffen werden können (vgl. Misoch 2015: 2; Oswald 1997: 75). Dies ist nicht zuletzt deshalb relevant, weil Geflüchtete keine homogene Gruppe darstellen und ergo nicht vorschnell generalisierende Aussagen über ebendiese getroffen werden sollten (vgl. Bonfadelli 2007b: 18 f.).

Für das vorliegende Forschungsprojekt wurde zunächst ein Analysemodell entwickelt, das als Grundlage für die Erstellung eines Interviewleitfadens diene. Anschließend wurden mit insgesamt 27 Geflüchteten qualitative Interviews geführt, in denen ihre persönlichen Lebensumstände, ihr Mediennutzungsverhalten und die zugehörigen medialen Bedürfnisse sowie diverse Aspekte der Integration thematisiert wurden. Im nächsten Schritt fand dann eine ausführliche Transkription und inhaltsanalytische Auswertung der Gespräche statt.

Da die Untersuchung einen explorativen Charakter besitzt, wird kein Anspruch auf die Repräsentativität der Ergebnisse erhoben. Vielmehr sollen diese dazu dienen, den aktuellen Kenntnisstand empirisch weiterzuentwickeln und Anknüpfungspunkte für die zukünftige Forschung zu liefern. Zudem soll noch einmal hervorgehoben werden, dass die Studie primär den Zusammenhang zwischen Mediennutzung und Integration zu eruieren versucht. Um die Frage, inwiefern Medien die Integration von Geflüchteten beeinflussen, in toto beantworten zu können, müsste darüber hinaus ebenso die Darstellung von Flüchtlingen in den deutschen Medien sowie ihre Beteiligung an der Medienproduktion

untersucht werden. Dies würde jedoch den Rahmen dieser Arbeit sprengen.²

1.3 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Dissertation umfasst insgesamt zehn Kapitel. Im Anschluss an die Einleitung werden zunächst die wichtigsten Grundlagen referiert (Kap. 2). Angefangen wird dabei mit einer Definition der Begriffe *Migrant*, *Flüchtling* und *Asylbewerber* bzw. *-berechtigter*, bevor relevante Zahlen und Fakten bezüglich der weltweiten Fluchtbewegung vorgestellt werden. Am Ende des zweiten Kapitels wird die Bundesrepublik als Zielland der Geflüchteten in den Mittelpunkt gerückt. Zum besseren Verständnis der aktuellen Situation und der vorangegangenen Ereignisse (die hohen Flüchtlingszahlen in den Jahren 2015 bzw. 2016) werden dabei auch das deutsche Asylgesetz sowie das dazugehörige Asylverfahren umrissen.

Im dritten Kapitel erfolgt zunächst eine Skizzierung der wichtigsten zeitgenössischen Integrationstheorien. Anhand dieser soll aufgezeigt werden, wie vielseitig der Begriff *Integration* interpretiert werden kann. Ein Schwerpunkt wird hierbei auf das Konzept zur Integration ethnischer Minderheiten von Hartmut Esser (2000a) gelegt, welches später als Basis für den empirischen Teil dieser Arbeit herangezogen werden soll. Des Weiteren wird die Integration durch Medien näher beleuchtet und diesbezüglich eine Skizzierung der wichtigsten konzeptionellen Ansätze vorgenommen, bevor der Spracherwerbsprozess im Fokus steht. Anschließend wird erläutert, wie die Bundesregierung versucht, eine erfolgreiche Integration der Geflüchteten in die deutsche Gesellschaft zu erreichen.

Das vierte Kapitel dient dazu, den bisherigen Forschungsstand hinsichtlich des Erkenntnisinteresses umfassend aufzuarbeiten. Thematisiert werden dabei Migranten in der nationalen Medienproduktion, die

² Bereits veröffentlichte Studien, in denen die Darstellung von Flüchtlingen in den deutschen Massenmedien untersucht wurde, werden jedoch in Kapitel 4.2.2 aufgegriffen. Über die Beteiligung von Geflohenen an der Medienproduktion liegen noch keine spezifischen Untersuchungen vor.

Darstellung von Migranten und Geflüchteten in den deutschen Medien sowie mögliche hieraus resultierende Folgen. Ferner werden Untersuchungen zur Mediennutzung von Migranten resp. Geflüchteten einer näheren Betrachtung unterzogen. Darüber hinaus sollen Ethno- und Diasporamedien, spezielle mediale Angebote für Geflüchtete sowie Erkenntnisse der internationalen Forschung vorgestellt werden.

Im weiteren Verlauf der Arbeit (Kap. 5) erfolgt dann die Entwicklung eines eigenen Analysemodells zur Beantwortung der bereits aufgeführten Forschungsfragen. Dabei werden unter Rückbezug auf Esser (2006b) noch einmal die relevante Rolle der Sprache verdeutlicht, im Zusammenhang mit dem Uses-and-Gratifications-Ansatz Mediennutzungsmotive skizziert und ein Ansatz zur Operationalisierung von Integration konzipiert. Anschließend findet eine Erläuterung der im Rahmen dieser Dissertation angewandten Methodik sowie ihrer Durchführung statt, gefolgt von Informationen zur Transkription und Auswertung der erhobenen Daten (Kap. 6).

Die Ergebnisse der vorliegenden Doktorarbeit werden zunächst anhand einer Gesamtbetrachtung sowie einer Detailanalyse der realisierten Interviews vorgestellt (Kap. 7). Im Anschluss daran werden zwei konstruierte Typologien präsentiert, durch die mögliche Zusammenhänge zwischen Mediennutzung und Integration sowie zwischen Sprachkompetenz und Mediennutzung der Geflüchteten aufgedeckt werden sollen (Kap. 8.). Hiernach findet eine Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse des durchgeführten Forschungsprojektes sowie die Beantwortung der aufgestellten Forschungsfragen statt (Kap. 9). Die Arbeit schließt mit einem Fazit (Kap. 10). Mit diesem soll zugleich ein kurzer Ausblick darauf gegeben werden, an welchen Stellen der Dissertation Anknüpfungspunkte für weitere Studien liegen.

2. Flüchtlinge

Flucht aufgrund von Verfolgung, Krieg, Hungersnot oder anderen desolaten Zuständen dient Menschen seit Jahrhunderten als Mittel dazu, ihr Leben zu retten. Nie zuvor waren die Flüchtlingszahlen jedoch so hoch wie im 21. Jahrhundert. Eine der Hauptursachen hierfür ist der nach wie vor anhaltende Bürgerkrieg in Syrien, der seit seinem Ausbruch im Jahr 2011 rund 12 Millionen Syrer zu Flüchtlingen werden ließ (vgl. UNHCR 2015b). Auslöser waren die Proteste der Bevölkerung für Freiheit und Demokratie, die von dem autokratischen Regime des Präsidenten Baschar al-Assad radikal niedergeschlagen wurden (vgl. Auswärtiges Amt 2015a). Doch auch in vielen anderen Staaten, beispielsweise in Eritrea oder dem Irak, stehen Verletzungen der Menschenrechte seit vielen Jahren oder gar Jahrzehnten auf der Tagesordnung. Vor diesem Hintergrund wurde vor über 60 Jahren das Flüchtlingshilfswerk der Vereinten Nationen (UNHCR) gegründet. Dieses hat die Aufgabe, Flüchtlinge zu schützen und sich ihren Problemen anzunehmen (vgl. UNHCR 2000: 24). Innenpolitisch betrachtet stellt die Aufnahmebereitschaft von Flüchtlingen zwar grundsätzlich eine moralische Maßnahme dar, ihr Stellenwert änderte sich aber in unterschiedlichen zeitgeschichtlichen Phasen (vgl. Blahusch 1999: 151). So erfuhr beispielsweise das deutsche Asylgesetz in Abhängigkeit von internationalen Entwicklungen seit seiner Einführung im Jahr 1949 mehrere Anpassungen.

Um ein Überblickswissen hinsichtlich der Lage der Flüchtlinge zu vermitteln, ist dieses Kapitel in drei Teile untergliedert. Zunächst werden die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Migranten, Asylbewerbern bzw. -berechtigten und Flüchtlingen herausgearbeitet (Kap. 2.1). Hiernach sollen die Flüchtlingsorganisation UNHCR sowie die häufigsten Fluchtursachen im Mittelpunkt stehen (Kap. 2.2). Im dritten Teil (Kap. 2.3) wird aufgezeigt, aus welchen Gründen die Bundesrepublik von Hilfesuchenden als Zielland ausgewählt wird, welche Neuerungen zuletzt am Asylgesetz vorgenommen wurden und wie das deutsche Asylverfahren abläuft. Zum Schluss folgt eine Betrachtung der sich in Deutschland aufhaltenden Flüchtlinge hinsichtlich ihrer Herkunftsländer.

2.1 Begriffe

Die Aufnahme von Ausländern ist in Deutschland kein neues Phänomen. Während nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges vorrangig Flüchtlinge und Vertriebene aus den osteuropäischen Staaten hierzulande Zuflucht suchten, stellten in den 1960er Jahren Arbeitsmigranten die Hauptgruppe der Zuwanderer dar (vgl. Leiner 1998: 19; Schneider 1992: 10). Zu Beginn der 1970er Jahre entwickelte sich die Bundesrepublik dann zu einem Zielland der weltweiten Fluchtbewegung, insbesondere für Menschen aus Afrika und Asien (vgl. Schneider 1992: 10). Dass sich dies bis heute nicht geändert hat, wurde vor allem durch den großen Zustrom von Geflüchteten in den letzten Jahren deutlich.

Im Zuge der mit diesen Entwicklungen verbundenen politischen und gesellschaftlichen Debatten über Einwanderer fallen immer wieder Wörter wie *Migrant*, *Asylbewerber* oder *Flüchtling*. Um zu klären, wodurch sich diese Begriffe voneinander unterscheiden, werden sie nun zunächst näher erläutert, bevor anschließend eine eigene Definition des Begriffs *Flüchtling* aufgestellt wird. Diese erhebt nicht den Anspruch, allgemeingültig zu sein, sondern dient vielmehr dazu, einen Rahmen für die vorliegende Arbeit zu schaffen. Sie statuiert, welche Personen innerhalb dieser Dissertation als Flüchtlinge anzusehen sind und bestimmt folglich die Auswahl der Befragten des empirischen Teils mit.

2.1.1 Migrant

Unter dem Begriff *Migration* werden alle transnationalen Wanderungen von Individuen oder Gruppen, die mit einem dauerhaften Wechsel des Wohnsitzes verbunden sind, zusammengefasst (vgl. Treibel 2003: 21; Schmidthaler 1991: 14; Stillwell / Congdon 1991: 3). Die räumliche Versetzung des Aufenthaltsorts beziehungsweise des Lebensmittelpunktes bringt dabei neben einer Veränderung der kulturellen und politischen Umgebung oftmals auch einen Wechsel der sozialen Gruppenzugehörigkeit mit sich (vgl. Blahusch 1999: 17). Dies muss jedoch nicht immer im gleichen Ausmaß der Fall sein. Wenn Zuwanderer an ihrem neuen Aufenthaltsort beispielsweise mit befreundeten Migranten oder im Kreise ihrer Familie leben, haben sie möglicherweise weniger Interesse

daran, neue soziale Beziehungen aufzubauen, als diejenigen, die sich allein in einem fremden Land zurechtfinden müssen (vgl. Oswald 2007: 17 f.).

Die Ursachen, die Menschen zu einer Migration veranlassen, sind sehr verschieden. Häufig treten zudem diverse Beweggründe gleichzeitig auf (vgl. Wollenschläger 1994: 45). Allgemein lässt sich sagen, dass Migrationen Reaktionen auf Problem- und Konfliktsituationen sind. Als Beispiele sind Krieg, politische Verfolgung, Menschenrechtsverletzungen, wirtschaftliche Not und Naturkatastrophen zu nennen (vgl. Pries 2001:10; Mühlum 1994: 87; Lieke 1994: 39 ff.). Zu beachten ist, dass die Entscheidung für eine Migration entweder freiwillig getroffen wird, weil die hierdurch zu erwartenden Erträge die materiellen sowie immateriellen Kosten der Wanderung übersteigen, oder unter Zwang erfolgen kann (vgl. bpb 2015: 12; Loeffelholz / Köpp 1998: 21). Ist Letzteres die Ursache für den Wohnortwechsel, können diese Personen auch als Flüchtlinge betrachtet werden (vgl. Oltmer 2016a; Sunjic 2000: 151). Sie stellen folglich eine Untergruppe der Migranten dar.

Die Vielfalt der Gründe, die dazu führen, das Heimatland zu verlassen, bringt mit sich, dass keine allgemeingültige Kategorisierung von Migrationsarten existiert. Eine Form der Zuwanderung ist die Arbeitsmigration. Allein im Jahr 2014 wurden über 75.000 ausländische Staatsangehörige in der Bundesrepublik Deutschland ansässig, um einer Erwerbstätigkeit nachzugehen (vgl. BAMF 2015a). Arbeitsmigration spielte allerdings schon vor der Gründung der Bundesrepublik Deutschland eine relevante Rolle. Zum Ende des 19. Jahrhunderts zog beispielsweise der Ausbau der Schwerindustrie im Rhein-Ruhr-Gebiet viele Arbeiter aus den osteuropäischen Ländern an; ab Mitte der 50er-Jahre nahm Deutschland verstärkt Gastarbeiter auf, weil insbesondere in Westdeutschland Arbeitskräfte fehlten (vgl. Beger 2000: 26). 1964 verzeichnete Deutschland bereits über eine Million Gastarbeiter. Durch einen Anwerbestopp 1973 sank die Zahl der ausländischen Erwerbstätigen zwar vorübergehend, stieg später jedoch wieder an. In den 90er-Jahren war eine verstärkte Rekrutierung von Arbeitsmigranten für spezielle Berufsgruppen (z. B. Erntehelfer und Pflegekräfte) zu beobachten (vgl. ebd.: 27 ff.; Jones 1994: 28). Auch heute ist der Zuzug von Arbeitsmigranten

nach wie vor von großer Bedeutung für die Gesellschaft, da aufgrund des demografischen Wandels der Bedarf an ausländischen Arbeitskräften weiter ansteigt (vgl. Heß 2012:14).

Ergänzt werden muss an dieser Stelle, dass (wie bereits angesprochen) nicht jedem Zugezogenen eindeutig ein Migrationsmotiv zugeordnet werden kann. Oft bewegt eine Kombination von mehreren Faktoren (beispielsweise Menschenrechtsverletzungen in Kombination mit schlechten wirtschaftlichen Bedingungen) eine Person dazu, ihr Land zu verlassen (vgl. Sunjic 2000: 151; Opitz 1997: 11). Zudem ist manchmal nicht auf den ersten Blick erkennbar, wann ein Migrant als Flüchtling anzusehen ist und demzufolge Anrecht auf Asyl besitzt (vgl. Kap. 2.1.2 und Kap. 2.1.3).

2.1.2 Asylbewerber / Asylberechtigter

Viele Asylsuchende verlassen ihre Heimat im Zuge eines Massenexodus und finden entweder vorübergehend oder dauerhaft in einem Nachbarland Zuflucht (vgl. UNHCR 2015a: 13 ff.; UNHCR 1994: 36). Andere wiederum nehmen, mitunter auch allein, eine lange und beschwerliche Reise in Kauf, um in einem entfernten Staat eine bessere Zukunft zu finden. Deutschland gehört dabei zu einem häufig anvisierten Zielland. Grund hierfür ist zum einen die geografische Lage als „Brücke zwischen Ost und West“ sowie zum anderen das hierzulande geltende Asylrecht (Beger 2000: 31; vgl. auch Kap. 2.3). Dieses wird mit Artikel 16a des Grundgesetzes geregelt und besagt, dass politisch Verfolgte in der Bundesrepublik Deutschland Asyl genießen (vgl. BAMF 2016a).

Als politisch verfolgt gilt eine Person im Allgemeinen dann, wenn ihr aufgrund ihrer politischen Einstellung, ihrer Religion oder anderer, für sie „unverfügbare[r] Merkmale“ (z. B. der Hautfarbe), die ihre Andersartigkeit prägen, „gezielt Menschenrechtsverletzungen“ zugefügt werden (BAMF 2015a: o. S.). Aus anderen Notsituationen heraus (etwa wirtschaftliche Armut oder Naturkatastrophen) wird somit kein Asyl gewährt. Darüber hinaus können sich diejenigen, die aus einem Mitgliedsstaat der Europäischen Union oder einer anderen Nation, in dem die Grundfreiheiten und Menschenrechte sichergestellt sind, einreisen, nicht auf das Asylrecht berufen (vgl. GG 1993: Art. 16a). Jene

Länder werden auch als *Sichere Herkunftsstaaten* bezeichnet (vgl. BAMF 2016b).

Ferner wird zwischen den Begriffen *Asylbewerber* / *Asylsuchender* und *Asylberechtigter* unterschieden. Asylbewerber bzw. Asylsuchende sind Personen, die keine deutsche Staatsbürgerschaft besitzen und in Deutschland einen Asylantrag gestellt haben, über den noch entschieden werden muss (vgl. Oswald 2007: 75). Ist das Asylverfahren abgeschlossen, wird ihnen im Erfolgsfall der Status des Asylberechtigten zuerkannt (vgl. Blahusch 1999: 33). In der Alltagssprache werden sowohl Asylbewerber als auch Asylberechtigte oftmals abwertend als *Asylanten* bezeichnet (vgl. DUDEN 2010; Wollenschläger 1982: 20).

Gewährt wird das Asylrecht in Deutschland – im Gegensatz zu vielen anderen Staaten – nicht nur auf Grundlage der UN-Menschenrechtscharta (AEMR) von 1984 und der Genfer Flüchtlingskonvention (GFK) von 1951, sondern hat als Grundrecht Verfassungsrang (vgl. BAMF 2016a; Hailbronner 2008: 321; GFK 1951; AEMR 1948; Kap. 2.3). Des Weiteren ist es das einzige Grundrecht der Bundesrepublik, auf das ausschließlich Ausländer ein Anrecht haben. Es garantiert politisch Verfolgten einen individuellen Anspruch auf Asyl und Schutz vor Ausweisung resp. Abschiebung in den Verfolgerstaat (vgl. Huber / Göbel-Zimmermann 2008: 581 f.).

Da die Zahl von Asylbewerbern wegen der weltweiten Flüchtlingsbewegung in den letzten Jahren stark gestiegen ist, wurde der Ablauf des deutschen Asylverfahrens bereits mehrmals abgeändert. Erläuterungen hierzu folgen in Kapitel 2.3.3.

2.1.3 Flüchtling

Juristisch betrachtet gilt eine Person nach § 3 Abs. 1 des Asylgesetzes (AsylG) in Deutschland dann als Flüchtling, wenn ihr die Flüchtlingseigenschaft nach der Genfer Flüchtlingskonvention zuerkannt wurde (vgl. AsylG 2015: § 3; bpb 2015: 13).

Die Genfer Flüchtlingskonvention ist der erste völkerrechtliche Vertrag, in dem Begriff *Flüchtling* definiert wird (vgl. Beckstein 2002: 10). Sie zielt darauf ab, die Situation von Geflüchteten zu verbessern und ihnen bestimmte Grundrechte zuzusprechen (vgl. Nicolaus 1990:

43). Ausgangslage für die Vereinbarung waren massenhafte Flüchtlingsströme, die im Zuge des Zweiten Weltkrieges auftraten, sowie die damit einhergehenden humanitären Notlagen (vgl. Bierwirth 1993: 48 ff.). Um der Flüchtlingsproblematik mit einem globalen Ansatz zu begegnen, fand im Juli 1951 eine Sonderkonferenz der Vereinten Nationen in Genf statt, auf der das *Abkommen über die Rechtsstellung der Flüchtlinge*³ beschlossen wurde (vgl. UNHCR 2000: 25). Es trat am 22. April 1954 in Kraft und regelt seither die Rechte von Geflüchteten sowie deren Behandlung durch den Staat auf internationalem Niveau (vgl. ebd.; Münch 1992: 15).

Von großer Bedeutung ist dabei Artikel 1 (auf dem auch der § 3 des deutschen Asylgesetzes beruht; vgl. Kap. 2.3.3). Laut diesem zählt eine Person als Flüchtling, wenn sie

„aus der begründeten Furcht vor Verfolgung wegen ihrer Rasse, Religion, Nationalität, Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Gruppe oder wegen ihrer politischen Überzeugung sich außerhalb des Landes befindet, dessen Staatsangehörigkeit sie besitzt, und den Schutz dieses Landes nicht in Anspruch nehmen kann oder wegen dieser Befürchtungen nicht in Anspruch nehmen will“ (GFK 1951: Art. 1 Abs. 2).

Weiterhin kann eine staatenlose Person, die sich aufgrund der in Art. 1 fixierten Ereignisse „außerhalb des Landes befindet, in welchem sie ihren gewöhnlichen Aufenthalt hatte, und nicht dorthin zurückkehren kann oder [...] will“, als Flüchtling anerkannt werden (ebd.).

Zunächst galt der Flüchtlingsstatus lediglich für Personen, „die infolge von Ereignissen, die vor dem 1. Januar 1951 eingetreten sind“, auf der Flucht waren (ebd.). Im Jahr 1967 wurde die Genfer Flüchtlingskonvention jedoch durch das *Protokoll über die Rechtsstellung der Flüchtlinge* ergänzt, mit dem die zeitliche Beschränkung schließlich aufgehoben wurde (vgl. Protokoll über die Rechtsstellung der Flüchtlinge 1967: Art. 1 Abs. 2).

³ *Abkommen über die Rechtsstellung der Flüchtlinge* ist der offizielle Titel der Genfer Flüchtlingskonvention.

Offen gelassen wird in beiden Dokumenten die Frage, in welchen Fällen eine Furcht vor Verfolgung vorliegt, die so schwerwiegend ist, dass eine Person als Flüchtling anzusehen ist (vgl. Schoenemann 1994: 69; GFK 1951: Art. 1 Abs. 2). Die Bundesrepublik hat mit § 3a des AsylG Verfolgungshandlungen definiert als „Handlungen, die

1. auf Grund ihrer Art oder Wiederholung so gravierend sind, dass sie eine schwerwiegende Verletzung der grundlegenden Menschenrechte darstellen [...] oder
2. in einer Kumulierung unterschiedlicher Maßnahmen, einschließlich einer Verletzung der Menschenrechte, bestehen, die so gravierend ist, dass eine Person davon in ähnlicher wie der in Nummer 1 beschriebenen Weise betroffen ist“ (AsylG 2015: § 3a Abs. 1).

Zurückzuführen sein können diese Handlungen entweder auf den Staat, Parteien, Organisationen oder nichtstaatliche Akteure (vgl. AsylG 2015: § 3c).

Bis heute haben neben Deutschland 146 weitere Länder die Genfer Flüchtlingskonvention und / oder das *Prototoll über die Rechtsstellung der Flüchtlinge* unterzeichnet und sich somit verpflichtet, die Richtlinien für den Umgang mit Flüchtlingen in nationales Recht umzusetzen (vgl. UNHCR 2016a; Kaul 1991: 25). Sie versprechen ergo, dass sie keinen Flüchtling

„auf irgendeine Weise über die Grenzen von Gebieten ausweisen oder zurückweisen [werden], in denen sein Leben oder seine Freiheit wegen seiner Rasse, Religion, Staatsangehörigkeit, seiner Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Gruppe oder wegen seiner politischen Überzeugung bedroht sein würde“ (GFK 1951: Art. 33 Abs. 1.).

Ausgenommen hiervon sind Straftäter, die beispielsweise ein Kriegsverbrechen begangen haben (vgl. ebd.).

Da nicht jeder Flüchtling die Bedingungen, derer es bedarf, um durch das deutsche Asylgesetz geschützt zu werden, erfüllt, bietet das deutsche Recht Hilfesuchenden weitere humanitäre Bleiberechte. Hat ein Ausländer beispielsweise laut Art. 16a des Grundgesetzes⁴ der Bundesrepublik Deutschland kein Recht auf Asyl, darf er dennoch nicht durch Abschiebung dem Zugriff des Verfolgerstaates ausgesetzt werden, wenn er laut dem eben dargelegten § 3 des Asylgesetzes als Flüchtling zählt. Personen, auf die dies zutrifft, werden als *Konventionsflüchtlinge* bezeichnet (vgl. Sachverständigenrat für Zuwanderung und Integration 2004: 13).

Des Weiteren gibt es Ausländer, die ihr Herkunftsland aus nicht-politischen Gründen verlassen mussten, aber dennoch Schutz in Deutschland suchen. Als Beispiel sind Menschen zu nennen, deren Leben in ihrer Heimat durch Krieg, Folter, die Todesstrafe oder andere (individuelle) Gefährdungen bedroht wäre (vgl. ebd.; Pries 2001:10). Personen, die zu dieser Gruppe gehören, können laut § 4 des Asylgesetzes subsidiären Schutz erhalten oder auf der Grundlage des Aufenthaltsgesetzes ein Abschiebeverbot erwirken resp. eine Aufenthaltsgenehmigung erlangen (vgl. AsylG 2015: § 4; AufenthG 2008: § 60; Bade / Oltmer 2004: 115). Eine genauere Skizzierung der möglichen Schutzarten erfolgt in Kapitel 2.3.3.

Ausgehend von den vorangegangenen Ausführungen soll nun eine eigene Definition des Begriffs *Flüchtling* erfolgen. Mit dieser wird festgelegt, wer innerhalb der vorliegenden Arbeit als Flüchtling angesehen wird:

Flüchtlinge sind Personen, die ihr Zuhause aus Angst vor Verfolgung, Folter, Krieg oder ähnlichen Gründen verlassen mussten und deren Leben gefährdet wäre, wenn sie dorthin zurückkehren würden. Sie versuchen, temporär oder dauerhaft Schutz in einer anderen Gegend ihrer Heimat oder in einem fremden Land zu finden.

⁴ „Politisch Verfolgte genießen Asylrecht“ (GG 1993: Art. 16a Abs. 1).

Insofern politische Verfolgung das Fluchtmotiv darstellt, werden die Zugewanderten auf Grundlage der Genfer Flüchtlingskonvention von der deutschen Regierung offiziell als Flüchtling anerkannt und somit zu Asylsuchenden / Asylbewerbern. Mit der positiven Entscheidung über einen Asylantrag erhalten sie den Status des Asylberechtigten.

Dieser eigens festgelegte Flüchtlingsbegriff ist etwas weiter gefasst als jener in der Genfer Flüchtlingskonvention, orientiert sich jedoch an den Statistiken des Flüchtlingshilfswerks der Vereinten Nationen (UNHCR) im Jahr 1993 zugrunde gelegten Begriffsbestimmung (vgl. Kap. 2.2).

2.2 Flüchtlinge weltweit: Fluchtländer und Fluchtursachen

Bis heute existiert kein international gültiges Gesetz darüber, wann einer Person Asyl gewährt werden muss. Wie eben erläutert, legen die meisten Staaten ihren politischen Bestimmungen die Richtlinien der Genfer Flüchtlingskonvention zugrunde und bieten demzufolge den Menschen Schutz, denen in ihrer Heimat politische Verfolgung droht. Obwohl auf diese Weise das Leben vieler Geflüchteten geschützt werden kann, bedeuten diese Regelungen gleichzeitig, dass Personen, die aus anderen Gründen fliehen, oftmals in ihr Herkunftsland zurückgeschickt werden. Die UN-Flüchtlingshilfe (UNHCR) setzt sich dafür ein, dass auch diesen Menschen Hilfe zuteilwird.

Die Gründung des UNHCR geht auf das Jahr 1950 zurück (vgl. Schneider 1992: 11). Zu diesem Zeitpunkt wurde deutlich, „dass die Flüchtlingsproblematik kein vorübergehendes Nachkriegsphänomen war“, sondern neu entstehende Krisen immer wieder neue Flüchtlingsströme hervorrufen (UNHCR 2000: 18). Um diesem Problem entgegenzutreten, beschloss die UN-Vollversammlung im Dezember 1950 die Einrichtung des *United Nations High Commissioner for Refugees* (UNHCR) (vgl. ebd.: 20). Seine Arbeit nahm der *Hohe Flüchtlingskommissar der Vereinten Nationen*, so die deutsche Übersetzung, am 1. Januar 1951 auf (vgl. UNHCR 1994: 193).

Die primären Aufgaben des UNHCR gehen aus der Gründungssatzung vom 14. Dezember 1950 hervor. In dieser wurde festge-

setzt, dass die Organisation Flüchtlinge, die über Ländergrenzen hinweg nach Hilfe suchen, schützen und überdies eine dauerhafte Lösung für ihre Probleme finden soll (vgl. UNHCR 2000: 24). Im Laufe der letzten Jahrzehnte weiteten sich die bei der Gründung verankerten Aufgaben des UNHCR angesichts der großen Flüchtlingsströme weiter aus. So leistet die Organisation heute beispielsweise auch Hilfe für Menschen, die innerhalb ihres Herkunftsstaates vertrieben werden (Binnenvertriebene) und bietet somit weitaus mehr Personen, als laut der Genfer Flüchtlingskonvention unter den Begriff *Flüchtling* fallen, ihre Unterstützung an (vgl. UNHCR 2016b). Konkrete Maßnahmen des UNHCR sind dabei unter anderem (vgl. ebd.; UNHCR 1994: 194 ff.):

- die Soforthilfe bei humanitären Krisen
- die Überprüfung, ob über Asylanträge gerecht entschieden wird
- die Hilfe bei der Rückkehr und Wiedereingliederung von Geflüchteten in die Heimatgemeinden
- die materielle Unterstützung der Asylländer, die die Aufnahme einer großen Anzahl von Geflohenen nicht allein bewältigen können (z. B. in Form der Bereitstellung von Nahrungsmitteln und medizinischer Versorgung oder der Schaffung von Flüchtlingsunterkünften).

Darüber hinaus erhebt der UNHCR regelmäßig Daten bezüglich der Anzahl und Herkunftsländer von Flüchtlingen. So konnte eruiert werden, dass sich im Jahr 2016 weltweit über 65 Millionen Menschen auf der Flucht befanden – so viele wie nie zuvor (vgl. UNHCR 2017a). Der größte Teil dieser Hilfesuchenden (rund 40 Millionen Personen) sind Binnenvertriebene (vgl. UNHCR 2017: 2). Dies macht deutlich, dass Flüchtlinge üblicherweise Sicherheit in der Nähe ihrer Heimat suchen. Eine Erklärung hierfür ist, dass sie auf eine Besserung der dortigen Zustände hoffen und möglichst bald in die verlassene Region zurückkehren möchten (vgl. Oltmer 2015: 19). Hinzu kommt, dass viele nicht über die benötigten finanziellen Mittel verfügen, um eine weite Reise auf sich nehmen zu können. Auch körperliche Einschränkungen, beispielsweise aufgrund von Krankheiten oder kriegsbedingten Verletzungen, sowie gesetzliche Restriktionen der Durchgangs- bzw. Ziel-

länder können Menschen an einer Flucht über weite Distanzen hindern. Deutlich wird dies auch an den Geflohenen, die ihr Herkunftsland verlassen und in einem Nachbarstaat Schutz suchen. So lebten im Jahr 2014 etwa 95 % aller Heimatvertriebenen aus Afghanistan im Iran oder in Pakistan. Ein ähnliches Muster zeigt sich für Syrien: Über 90 % der Flüchtlinge dieser Nation haben die angrenzenden Länder Türkei, Libanon, Irak und Jordanien aufgesucht. Betrachtet man die Zahl aller weltweit registrierten Geflüchteten, so nahm der globale Süden 2014 rund 86 % der Schutzsuchenden auf (vgl. ebd.).

Generell ist bei der Interpretation dieser Zahlen allerdings zu beachten, dass Flucht nur selten ein linearer Prozess ist. In der Regel bewegen sich Flüchtlinge in mehreren Etappen und halten sich über die Zeit hinweg an verschiedenen Orten auf. Hintergrund ist, dass nicht jede Flucht im Voraus geplant werden kann, sondern häufig zunächst ein überstürztes Aufbrechen zu einer sicher erscheinenden Zufluchtsstätte in der Umgebung (z. B. in die nächste Stadt innerhalb des Heimat- oder Nachbarlandes) stattfindet (vgl. ebd.). Anschließend kann zum Beispiel eine Weiterwanderung in ein anderes Flüchtlingslager oder zu Verwandten bzw. Bekannten erfolgen, aber auch eine Rückkehr in das Ursprungsland vonstattengehen. Ebenso stellen mehrfaches Flüchten und Zurückkehren keine Seltenheit dar (vgl. ebd.: 20). Grund hierfür ist zum einen die Dynamik der sich stetig ändernden Konfliktlinien und zum anderen die kaum vorhandene Chance darauf, am neuen Aufenthaltsort eine Erwerbsmöglichkeit zu finden. Geflüchtete, die nicht in ihre Heimat zurückgehen, sind daher üblicherweise gezwungen, am Existenzminimum zu leben, solange sie noch nicht in der neuen Gesellschaft Fuß fassen konnten.

Diese Prozesse der Weiterwanderung und Rückkehr erschweren es, präzise Daten über Geflüchtete zu erheben (vgl. UNHCR 1994: 162). Ferner liegt nicht jeder Zählung der Flüchtlingsbegriff der Genfer Flüchtlingskonvention zugrunde: Einige Untersuchungen basieren auf einem restriktiveren, andere auf einem weiter gefassten Verständnis davon, wer als *Flüchtling* anzusehen ist (vgl. ebd.: 161 f.). Das Flüchtlingshilfswerk der Vereinten Nationen (UNHCR) richtete seine Zählungen ursprünglich ausschließlich an der Definition der GFK aus. Seit 1993 erfasst es jedoch alle Personen, die sowohl aufgrund von Verfol-

gung als auch infolge von Konflikten oder Verletzungen der Menschenrechte ihre Heimat verlassen mussten, und schließt somit ebenso Binnenvertriebe und Rückkehrer in seine Daten ein (vgl. ebd.: 162, 194). Die dort angewandte Interpretation des Flüchtlingsbegriffs harmonisiert folglich mit der dieser Arbeit zugrunde gelegten Definition (vgl. Kap. 2.1.3).

Auf die Erfassung der konkreten Fluchtgründe wird bei der Präsentation von Statistiken oftmals verzichtet; dabei sind diese sehr vielseitig und reichen in ihren Wurzeln mitunter schon mehrere Jahrzehnte zurück (vgl. Tremmel 1992: 66). So leidet beispielsweise Nigeria bis heute an den Folgen der Militärdiktatur, unter der es bis zum Jahr 1999 stand (vgl. bpb 2005). Obwohl sich Stück für Stück eine Demokratisierung des afrikanischen Staates vollzieht, dauern insbesondere die innenpolitischen Konflikte bis heute an (vgl. Mediendienst Integration 2015: 13). Infolgedessen kommt es regelmäßig zu Menschenrechtsverletzungen in Form von Folter, Verschleppungen und willkürlichen Festnahmen.

Ein ähnliches Bild zeigt sich in Eritrea. Seitdem das Land 1993 für unabhängig erklärt wurde, steht es unter der totalitären Diktatur von Präsident Isayas Afewerki, der jegliche Freiheitsbewegungen unterdrückt. Zudem werden Meinungs- und Menschenrechtsverletzungen wie systematische Verhaftungen oder willkürliche Hinrichtungen verübt; ein Recht auf freie Meinungsäußerung existiert nicht und sämtliche Medien unterliegen der Zensur (vgl. ebd.: 12; Auswärtiges Amt 2015b). Überdies besteht für jeden Bürger ein genereller Wehrdienst. Das bedeutet, dass sowohl Männer als auch Frauen für mehrere Jahrzehnte zum Militärdienst eingezogen werden können, um Krieg zu führen oder Zwangsarbeit zu verrichten (vgl. Mediendienst Integration 2015: 12). Vergleichbare Zustände herrschen ebenso im Irak, in Afghanistan und in Syrien sowie diversen anderen Staaten vor, aus denen Menschen fliehen.

Verallgemeinernd lassen sich vier Hauptgründe identifizieren, infolge derer eine Flucht angetreten wird. Diese sind (vgl. UNHCR 1994: 16 ff.):

- politische Ursachen
- ethnisch bedingte Spannungen
- wirtschaftliche Ursachen und
- Umweltzerstörung.

Politische Ursachen stellen nach wie vor den häufigsten Auslöser für Flüchtlingsströme dar. Sie wurden bereits 1951 durch die Genfer Flüchtlingskonvention definiert. Demnach treten Menschen z. B. dann eine Flucht an, wenn sie fürchten, aufgrund ihrer Nationalität, politischen Überzeugung oder Religion verfolgt zu werden (vgl. ebd.: 16; GFK 1951: Art. 1 Abs. 2). Oftmals nimmt politische Verfolgung in Zeiten eines Regimewechsels oder nach erfolgreichen bzw. gescheiterten revolutionären Kämpfen besonders stark zu, da durch innerstaatliche Veränderungen ganze Volksgruppen oder soziale Klassen unter Druck geraten können (vgl. UNHCR 1994: 16).

Vor allem Entwicklungsländer sind infolge der politischen Instabilität des Staates oftmals von nationalen Konflikten betroffen (vgl. Scheffran 1994: 27). Nicht selten kommt es in diesen Regionen dann zwischen den herrschenden Eliten und den separatistischen Bewegungen, die nach mehr Autonomie streben oder die Gründung eines eigenen Staats zum Ziel haben, zu bewaffneten Kämpfen. Diese Auseinandersetzungen wiederum können in ihrem weiteren Verlauf Kriege auslösen und folglich Fluchtbewegungen in Gang setzen (vgl. ebd.). Als Beispiel sei an dieser Stelle Syrien genannt, in dem aufgrund des aggressiven Vorgehens von Präsident Baschar al-Assad gegen die Proteste der Bevölkerung für mehr Demokratie seit 2011 Bürgerkrieg herrscht (vgl. Mediendienst Integration 2015: 4). Fast zwei Drittel der Gesamtbevölkerung des Landes befanden sich 2016 auf der Flucht (vgl. UNHCR 2017c).

Ein Rückgang der politischen Spannungen ist vorerst nicht in Sicht. So sind laut UNHCR seit dem Jahr 2010 mindestens 15 neue kriegerische Konflikte entstanden beziehungsweise erneut ausgebrochen, acht davon in Afrika (zum Beispiel im Südsudan, in Libyen, Nordost-Nigeria und der Zentralafrikanischen Republik) (vgl. UNHCR 2017c, 2015b). Die Übrigen lassen sich größtenteils in Asien (Kirgisistan, Myanmar, Pakistan), dem Nahen Osten (Irak und Jemen) sowie in Eu-

ropa (Ukraine) verorten (vgl. ebd.). Nicht immer enden politische Streitigkeiten jedoch in Kriegen oder Bürgerkriegen. Vielfach finden sie auch in religiösen Säuberungen, Annexionen sowie Verletzungen der Menschenrechte Ausdruck (vgl. Opitz 1993: 41).

Darüber hinaus können *ethnische* oder *religiöse Spannungen* Auslöser von Flüchtlingsströmen sein. Meist entstehen derartige Konflikte dann, wenn die Staatsmacht in die Hände einer einzelnen Volksgruppe gelangt, die ihre Interessen und Ziele auf Kosten der übrigen Bevölkerung durchzusetzen versucht (vgl. UNHCR 1994: 22). Zudem werden Minderheiten immer wieder als Hindernis für den Aufbau eines Staates angesehen, weil sie nicht „in das Konzept einer homogenen nationalen Identität“ passen (ebd.: 24). Ethnische Konflikte stehen daher in vielen Fällen in Verbindung mit politischen Handlungen. So kann es passieren, dass die Regierung für eine Volksgruppe Partei ergreift und von staatlichen Maßnahmen wie Vertreibung oder Verfolgung Gebrauch macht, um die Trennung der Ethnien einer Bevölkerung auf gewaltsame Weise herbeizuführen (vgl. ebd.; Nuscheler 1995: 41).

Aktuell ist beispielsweise der südosteuropäische Staat Bosnien und Herzegowina von ethnischen Spannungen betroffen. Regiert wird das Land von je einem Vertreter der bosniakischen, serbischen und kroatischen Volksgruppe; den ethnischen Minderheiten wie Juden oder Roma bleibt das Recht auf eine Kandidatur für das Präsidium und somit die politische Teilhabe verwehrt (vgl. Auswärtiges Amt 2016; Mediendienst Integration 2015: 11; Human Rights Watch 2014). Da in der Regel aber keine politische Verfolgung der ethnischen Minoritäten stattfindet, haben Geflüchtete aus diesem Land generell eine eher geringe Chance, Asyl zu erhalten. 2014 wurde Bosnien und Herzegowina von der deutschen Regierung überdies als sicherer Herkunftsstaat eingestuft (vgl. Bundesministerium des Inneren 2014).

Weitaus drastischer ist die Lage im Irak. Dort kontrolliert die Terrormiliz Islamischer Staat (IS) weite Teile des Landes und richtet immer wieder Angriffe in Form von Verschleppungen, Bombenangriffen und Massenexekutionen gegen ethnische Minderheiten, insbesondere gegen Christen und Jesiden (vgl. ebd.: 8; Grote 2014). Aufgrund dieser Kombination von ethnischer und politischer Gewalt wird dem

überwiegenden Teil der irakischen Flüchtlinge der Status eines Asylberechtigten zugesprochen (vgl. Mediendienst Integration 2015: 8).

Personen, die ihre Heimat aufgrund von *wirtschaftlichen Schwierigkeiten* verlassen, werden laut der Genfer Flüchtlingskonvention nicht offiziell als Flüchtlinge anerkannt. Sie haben demzufolge kein Anrecht auf Asyl, wenn sie in einem anderen Staat nach Hilfe suchen. Dennoch kann wirtschaftliche Not die Konflikte in einem Land so weit verschärfen, dass Menschen aus diesem flüchten oder vertrieben werden. Dies ist zum Beispiel dann der Fall, wenn eine ohnehin unsichere resp. knappe Versorgung mit Nahrungsmitteln durch einen gewaltsamen Konflikt unterbrochen wird oder Ressourcenverknappung (wie etwa die Wasserknappheit in Südafrika) zu bewaffneten Konflikten führt (vgl. UNHCR 1994: 20 ff.; Scheffran 1994: 33). Andererseits kann ebenso das schnelle Wachstum eines Staates dazu führen, dass eine soziale Ungleichheit entsteht bzw. verstärkt wird, da bestimmte Volksgruppen oder soziale Klassen mehr von wirtschaftlichen Entwicklungen profitieren als andere. Als Folge können ebenfalls gewalttätige Auseinandersetzungen entstehen (vgl. UNHCR 1994: 20; Conraths 1993).

Aktuell sind zum Beispiel Menschen aus dem Kosovo wegen wirtschaftlicher Ursachen auf der Flucht. Obwohl die Republik 2008 seine Unabhängigkeit von Serbien erklärte, herrschen dort noch immer parallele Regierungsstrukturen vor, die das Wirtschaftswachstum des Staates verhindern (vgl. Mediendienst Integration 2015: 5). Daher lebt rund ein Drittel der Bevölkerung unterhalb der Armutsgrenze (vgl. UNDP 2015). Wenn Personen aus dem Kosovo ein Asylrecht oder eine Aufenthaltsgenehmigung erhalten, so ist dies in den meisten Fällen darauf zurückzuführen, dass die Antragsteller zur ethnischen Minderheit der Roma gehören und infolgedessen politischer Diskriminierung ausgesetzt sind (vgl. Mediendienst Integration 2015: 5).

Ein vierter häufiger Grund dafür, dass Menschen aus ihrer Heimat fortgehen, ist die *Umweltzerstörung*. Diese kann mitunter sehr langsam voranschreiten; beispielsweise in Form einer Desertifikation (fortschreitende Wüstenbildung), wie sie sich vor allem in Afrika südlich der Sahara zeigt (vgl. Biermann 2001: 24). In anderen Fällen kann eine plötzlich eintretende Katastrophe Teile eines Landes unbewohnbar ma-

chen, so wie es etwa bei dem Reaktorunfall in Tschernobyl 1986 geschah (vgl. bpb 2011). Daneben können Erdbeben, Orkane und Vulkanausbrüche, lange Dürreperioden sowie Erdrutsche oder andere Naturereignisse Menschen zur Flucht zwingen (vgl. Scheffran 1994: 29). Oftmals sind es allerdings ebendiese selbst, die eine Umweltzerstörung herbeiführen. Die großflächige Abholzung der tropischen Wälder, Schadstoffe im Wasser durch das Graben nach Bodenschätzen (wie beispielsweise bei der Ölförderung in Nigeria) und Pestizidrückstände aus industrieller Landwirtschaft (etwa um den Aralsee in Zentralasien) sind nur einige Beispiele, die an dieser Stelle genannt werden sollen (vgl. ebd.: 31; Biermann 2001: 25 f.).

Obwohl immer mehr umweltbedingte Ursachen dazu führen, dass verschiedene Regionen unbewohnbar werden, werden sogenannte Umwelt- oder Klimaflüchtlinge in der Regel nicht offiziell als Flüchtlinge anerkannt. Auch in der Genfer Flüchtlingskonvention spielt die Umweltzerstörung als Abwanderungsgrund keine Rolle (vgl. Scheffran 1994: 24; GFK 1951). Erstmals aufgetaucht ist der Begriff in den 1970er Jahren, ab Mitte der 1980er kam er überwiegend in der Umweltforschung zur Anwendung (vgl. Ammer et al. 2010: 16). Die erste diesbezüglich populär gewordene Explikation stammt von Essam El-Hinnawi, der im Rahmen eines Berichts des UN-Umweltprogramms (UNEP) 1985 all die Personen als Umweltflüchtlinge bezeichnete, deren Existenz aufgrund biologischer, physikalischer oder chemischer Veränderungen im Ökosystem gefährdet ist (vgl. El-Hinnawi 1985: 4, zit. nach Bates 2002: 466). Andere Forscher heben Umweltkatastrophen und Gesundheitsrisiken als Fluchtursachen hervor, weil durch diese die Existenzgrundlage der Menschen zerstört wird (vgl. Myers 1993: 752; Jacobson 1988: 37 f.). Beachtet werden sollte außerdem, dass ernsthafte Umwelt- oder Ressourcenprobleme sowohl Bürgerkriege als auch internationale Auseinandersetzungen auslösen und folglich Flüchtlingsströme in Gang setzen können (vgl. Scheffran 1994: 34).

Weil bis heute keine einheitliche Definition des Begriffs existiert, können keine genauen Aussagen darüber gemacht werden, wie viele Umweltflüchtlinge es derzeit gibt. Die Internationale Organisation für Migration (IOM) taxierte die Anzahl der Personen, die allein infolge von Naturkatastrophen weltweit vertrieben wurden, auf 42 Millionen

(vgl. Müller et al. 2012: 30). Für das Jahr 2050 prognostizieren verschiedene Schätzungen rund 150 bis 200 Millionen Menschen, die dann vor den Folgen der Umweltzerstörungen fliehen werden. Meist nehmen Umwelt- bzw. Klimaflüchtlinge jedoch keine langen Wege auf sich, sondern finden in benachbarten oder nahe gelegenen Staaten Zuflucht (vgl. ebd.: 34 ff.; Biermann 2001: 28).

Hervorgehoben werden soll noch einmal, dass den Fluchtmotiven von Menschen häufig ein großes Ursachengeflecht zugrunde liegt. Dies bedeutet, dass vielfältige Verknüpfungen zwischen diversen Fluchtgründen (z. B. zwischen Unterdrückung und Verfolgung oder zwischen politischen Konflikten, der Umweltzerstörung und Hungersnöten) vorliegen können, die sich wechselseitig verstärken und letztendlich zu einer Flucht führen (vgl. Scheffran 1994: 23). Hinsichtlich dessen kommt der persönlichen Anhörung, bei der jeder Asylbewerber im Zuge des Asylverfahrens in Deutschland seine individuellen Gründe, die ihn zur Flucht veranlasst haben, darlegen muss, eine besonders große Relevanz zu (vgl. Kap. 2.3.3).

2.3 Flüchtlinge in Deutschland

An dieser Stelle sollen Personen, die hierzulande Asyl suchen, in den Fokus der Arbeit rücken. Zu diesem Zweck wird eingangs erläutert, warum Deutschland von Geflüchteten als Zielstaat ausgewählt wird. Anschließend folgt eine kurze Skizzierung der Entwicklung des deutschen Asylgesetzes. Danach wird der Ablauf des Asylverfahrens einschließlich einer Darstellung der Schutzformen, die Hilfesuchende in Deutschland erhalten können, beschrieben. Das Kapitel endet mit einer Betrachtung der nationalen Asylstatistik.

2.3.1 Deutschland als Zielland

In den letzten Jahren suchten so viele Menschen wie nie zuvor in Deutschland Asyl. Auf den ersten Blick scheint sich jene Entwicklung mit der generellen, weltweiten Zunahme der Flüchtlingszahlen erklären zu lassen. Wie in Kap. 2.2 dargelegt wurde, ist ebendieser Anstieg je-

doch vor allem auf den Zuwachs der Binnenvertriebenen zurückzuführen, die bei ihrer Flucht keine Staatsgrenze überschreiten. Daher stellt sich die Frage, aus welchen Gründen die Bundesrepublik dennoch zum Ziel einer sehr großen Anzahl von Hilfesuchenden geworden ist.

Es wurde bereits erwähnt, dass viele der Menschen, die ihr Herkunftsland verlassen, an einem Ort nach Sicherheit suchen, von dem aus sie möglichst rasch in ihre Heimat zurückkehren können (vgl. Oltmer 2015: 19). Außerdem sind finanzielle Ressourcen ein relevanter Faktor bei der Entscheidung, ob resp. wohin geflüchtet wird: Formalitäten für Ein- und Ausreisen, längere Wartezeiten auf den Etappen und Vermittler oder gar Schlepper treiben die Kosten für eine Flucht schnell in die Höhe, sodass sich ein Großteil der Menschen (z. B. aus den Konfliktherden in Ost- und Westafrika) keine weite Reise leisten kann. Im Jahr 2015 allerdings verfügten viele Herkunftsländer der Asylsuchenden über eine vergleichsweise geringe Distanz zu Deutschland. Als Beispiele können der Irak und Syrien genannt werden. Personen aus diesen Staaten erreichen Europa nicht nur einfacher, sondern sind zuweilen auch sozial besser aufgestellt, sodass die durch die Flucht entstehenden Ausgaben eher gedeckt werden können (vgl. ebd.: 20).

Des Weiteren spielen die vorhandenen Netzwerke der Asylsuchenden eine entscheidende Rolle bei der Frage, welcher Staat als Ziel-land ausgewählt wird. Weil Deutschland schon seit vielen Jahren eine Anlaufstation für Geflüchtete darstellt, leben hierzulande viele Asylberechtigten, die durch die weltweiten Kommunikationsnetze mit Verwandten und Bekannten, die in der Heimat zurückgeblieben sind, weiterhin in Verbindung bleiben. Treten diese später ebenfalls die Flucht an, so erhöhen die existierenden Netzwerke die Wahrscheinlichkeit dafür, dass Familienmitglieder oder Freunde ebenfalls die Bundesrepublik Deutschland zu erreichen versuchen (vgl. ebd.; Ashkenasi 1988: 11).

Ferner trägt insbesondere die Kommunikation über das Internet dazu bei, dass sich Gesetzesänderungen beziehungsweise Modifikationen bei der Aufnahmebereitschaft eines Landes schnell herumsprechen und zu einem weiteren Anwachsen der Asylanträge spezieller Flüchtlingsgruppen führen. So stellte beispielsweise die Bundesrepublik im August 2015 die Dublin-Verfahren für syrische Flüchtlinge in der überwiegenden Zahl der Fälle ein, was zur Folge hatte, dass jene ab

diesem Zeitpunkt in der Regel nicht mehr aus Deutschland zurückgeschickt bzw. in einen anderen Staat überstellt wurden (vgl. Pro Asyl 2015). Zuvor mussten die Hilfesuchenden im Rahmen der Dublin-III-Verordnung ihre Asylanträge in dem Land stellen, in dem sie erstmals europäischen Boden betraten. Meist war dies an den Außengrenzen zu Italien, Ungarn, Griechenland oder Bulgarien der Fall (vgl. ebd.).

Das eben dargelegte Beispiel verdeutlicht noch einmal, dass ein Staat einen weiten Ermessensspielraum bei der Entscheidung darüber besitzt, welche Personen als Flüchtlinge anerkannt werden und welcher Schutz diesen zugesprochen wird. Mitbestimmt werden die Beschlüsse durch den stetigen Wandel der politischen, wissenschaftlichen und öffentlichen Wahrnehmung der Migrations- bzw. Flüchtlingsproblematik (vgl. Oltmer 2015: 20 f.). Im Vergleich zu vielen anderen Mitgliedsländern der EU lässt sich in Deutschland eine relativ große Aufnahmebereitschaft beobachten. Dazu beigetragen haben unter anderem die gute Situation der Wirtschaft und des Arbeitsmarktes sowie die seit längerer Zeit stattfindenden Diskussionen um die strukturelle Alterung der Gesellschaft. Gleichzeitig führte die Weltwirtschaftskrise dazu, dass die Bereitschaft, Asylsuchende aufzunehmen, von anderen Ländern (wie etwa Großbritannien und Frankreich) stark zurückging. Infolgedessen wurde Deutschland für viele Menschen zu einem „Ersatz-Zufluchtsland“, was sich ebenfalls in einem Anstieg der Asylbewerberzahlen zeigte (ebd.: 21).

2.3.2 Das deutsche Asylgesetz

1948 wurde in der UN-Menschenrechtscharta (AEMR) erstmals ein individuelles Asylrecht verankert. Es sah vor, dass jeder Mensch einen Anspruch darauf besitzt, „in anderen Ländern vor Verfolgungen Asyl zu suchen und zu genießen“ (AEMR 1948: Art. 14). Die Bundesrepublik Deutschland nahm diesen Leitgedanken rund ein Jahr später in das deutsche Grundgesetz auf und setzte mit Artikel 16 das Recht auf Asyl fest (vgl. Oltmer 2016b). Laut der bis heute bestehenden Formulierung „Politisch Verfolgte genießen Asylrecht“ hat seit 1949 jeder politisch Verfolgte, der in die Bundesrepublik einreist, einen verfassungsrechtlichen Anspruch auf Schutzgewährung (GG 1993: Art. 16a, Abs. 1). Die-

ser Beschluss demonstrierte nicht nur die Anerkennung der Deklaration der Menschenrechte, sondern signalisierte zugleich eine Distanzierung von der nationalsozialistischen Vergangenheit (vgl. Oltmer 2016b).

In den folgenden Jahrzehnten ergaben sich immer wieder Diskussionen darüber, wie politische Verfolgung zu definieren ist und in welcher Form beziehungsweise Reichweite diese vorliegen muss, um eine rechtliche Bedeutung zu erlangen. Zudem führte die Zunahme der Flüchtlingszahlen zu politischen Disputen über die Praktikabilität des Asylrechts (vgl. ebd.; Bade 1994: 94 f.). Die Folge war eine Reformierung von Artikel 16 des Grundgesetzes im Jahr 1993, mit der Teilbereiche des Asylrechts neu geregelt wurden. Seither besitzen die Personen, die aus einem sicheren Herkunftsland einreisen, nicht mehr das Anrecht auf Asyl (vgl. BAMF 2014a).

Die letzte größere Änderung erfuhr das Asylgesetz mit dem Inkrafttreten des sogenannten *Asylpakets* am 24. Oktober 2015. Hierbei wurde unter anderem beschlossen, dass Flüchtlinge schon frühzeitig in den Arbeitsmarkt integriert werden sollen. Weil dafür hinreichende Kenntnisse der deutschen Sprache vorhanden sein müssen, sollen Schutzsuchende mit guter Bleibeperspektive bereits während des Asylverfahrens einen Integrationskurs besuchen dürfen (vgl. Bundesgesetzblatt 2015: 1728 f.). Zudem wurden Albanien, Montenegro und der Kosovo als sichere Herkunftsstaaten eingestuft. Personen aus diesen Ländern, die nicht als Flüchtlinge anerkannt werden, haben somit kaum eine Chance, in Deutschland Asyl gewährt zu bekommen und können zudem schneller abgeschoben werden (vgl. ebd.: 1725). Ergänzt wurden diese Maßnahmen durch das *Asylpaket II*, welches seit dem 17. März 2016 gilt. Mit diesem wurde bestimmt, das Asylverfahren zu beschleunigen und Abschiebungshindernisse weiter abzubauen. So sollen beispielsweise ärztliche Atteste, mit der abgelehnte Asylbewerber eine Abschiebung verhindern wollen, nur noch dann berücksichtigt werden, wenn eine schwerwiegende oder gar lebensbedrohliche Erkrankung vorliegt, die sich durch eine Rückkehr in das Herkunftsland wesentlich verschlechtern würde (vgl. Bundesgesetzblatt 2016a: 390 ff.).

Darüber hinaus wurde im Mai 2016 das deutsche Integrationsgesetz verabschiedet, das dazu dienen soll, die Integration der Flüchtlinge in der Bundesrepublik zu fördern (vgl. Die Bundesregierung

2016a). Nähere Ausführungen hierzu finden sich in Kapitel 3.3.2 dieser Arbeit. Nachstehend soll zunächst erläutert werden, wie das deutsche Asylverfahren abläuft und welche weiteren Schutzarten Flüchtlingen gewährt werden können.

2.3.3 Das deutsche Asylverfahren

Mithilfe des Asylverfahrens wird festgestellt, wer als Flüchtling anerkannt wird und somit das Recht auf Asyl zugesprochen bekommt. Vor der Stellung eines Asylantrags werden in Deutschland ankommende Asylsuchende allerdings erst mittels des bundesweiten Verteilungssystems *EASY* (Erstverteilung der Asylbegehrenden) einer Erstaufnahmeeinrichtung zugeordnet, in der sie laut § 47 des Asylgesetzes für eine Dauer von mindestens sechs Wochen bis maximal sechs Monate wohnen müssen (vgl. BAMF 2016c; AsylG 2015: § 47, Abs. 1). Anschließend folgt der Umzug in eine Gemeinschaftsunterkunft oder eine eigene Wohnung (vgl. BAMF 2015b: 7). Um bei diesen Prozessen eine gleichmäßige Verteilung der Geflüchteten zu erreichen, ist jedes Bundesland dazu verpflichtet, eine festgelegte Quote der Asylbewerber (Königsteiner Schlüssel) aufzunehmen. Diese wird in Abhängigkeit der Bevölkerungszahl sowie der Steuereinnahmen eines jeden Bundeslandes jährlich neu berechnet (vgl. BAMF 2016c).

Nach der Kontaktaufnahme zu einer Erstaufnahmeeinrichtung kann beim BAMF (Bundesamt für Migration und Flüchtlinge) ein Asylantrag gestellt werden. In der Regel passiert dies durch eine persönliche Vorsprache. Dabei wird auch anhand der Personaldaten und Fingerabdrücke überprüft, ob der Bewerber schon in einem anderen EU-Mitgliedsstaat Asyl beantragt hat (vgl. BAMF 2014b: 4). Grundlage hierfür ist das bereits in Kap. 2.3.1 erwähnte Dublin-Verfahren, dessen dritte Fassung am 1. Januar 2014 in Kraft getreten ist. Es sieht vor, dass jeder Asylantrag lediglich durch einen Staat der Europäischen Union, die Schweiz oder Norwegen, Island sowie Liechtenstein geprüft wird (vgl. BAMF 2014b: 5). Da diese Zuständigkeit normalerweise dem Land zufällt, in dem der Asylsuchende erstmals die EU betreten hat, werden durch die Richtlinie vor allem Staaten an den europäischen Außengrenzen (z. B. Griechenland und Italien) stark belastet (vgl. bpb 2015: 12).

Aus diesem Grund wurde beim EU-Gipfel 2015 eine verbindliche Quotenregelung zur Diskussion gestellt, durch die eine gleichmäßigere Verteilung der Flüchtlinge realisiert werden sollte. Der Vorschlag des Quotenmodells stieß jedoch, insbesondere bei den osteuropäischen Ländern, auf starken Widerstand und wurde folglich nicht in die Tat umgesetzt (vgl. Ritzi 2015: 8).

Ist Deutschland für die Prüfung des Asylverfahrens verantwortlich, wird der Asylbewerber zu einer persönlichen Anhörung eingeladen. In dieser müssen alle Gründe für die Flucht sowie die Gefahren, die bei einer Rückkehr in das Heimatland drohen, so detailliert wie möglich geschildert und gegebenenfalls mit Beweismitteln fundiert werden (vgl. BAMF 2014b: 6 f.). Um Sprachbarrieren zu überbrücken, ist dabei neben dem Entscheider, dem Antragsteller sowie seinem Verfahrensbevollmächtigten (z. B. einem Rechtsanwalt) ebenso ein Dolmetscher anwesend. Auf Wunsch kann überdies ein Vertreter der UNHCR an der Anhörung teilnehmen (vgl. ebd.: 7). Darüber hinaus wird ein Protokoll über das Gespräch angefertigt, welches für den Asylsuchenden rückübersetzt wird. So erhält dieser die Möglichkeit, das Gesagte zu ergänzen oder zu korrigieren (vgl. BAMF 2015b: 16 f.). Bis über den Ausgang des Asylantrags entschieden wurde, erhält der Antragsteller eine Aufenthaltsgestattung für die Bundesrepublik Deutschland.

Die Entscheidung darüber, ob Asyl oder eine andere Art des Schutzes gewährt wird, ist stets vom Einzelschicksal des Asylbewerbers abhängig. Ausschlaggebend ist neben der Anhörung auch die Datenbank *MILo* (Migrations-InfoLogistik) des *Informationszentrums Asyl und Migration* des Bundesamtes (vgl. ebd.: 17). Diese enthält unter anderem umfassende Informationen zu den Herkunftsländern und der Rückkehrförderung, Berichte humanitärer Organisationen sowie Gutachten wissenschaftlicher Institute (vgl. BAMF 2014c). Bei Bedarf können zudem zusätzliche Untersuchungen wie Sprach- und Textanalysen oder die Einholung medizinischer Gutachten veranlasst werden (vgl. BAMF 2015b: 17).

Das Ergebnis des Verfahrens wird dem Asylsuchenden schriftlich mitgeteilt. In der Regel existieren sechs Entscheidungsmöglichkeiten (vgl. BAMF 2015b: 18):

- Anerkennung als Asylberechtigter
- Zuerkennung der Flüchtlingseigenschaft nach der Genfer Flüchtlingskonvention
- Zuerkennung von subsidiärem Schutz
- Feststellung eines Abschiebungsverbots
- Ablehnung des Asylantrags
- Unzulässigkeit des Asylantrags wegen Zuständigkeit eines anderen Staates.

Asylrecht genießt, wer nach Abs. 16 des Grundgesetzes politisch verfolgt wird (vgl. GG 1993: Abs. 16; Kap. 2.1.3). Politisch ist eine Verfolgung nach deutschem Recht immer dann, wenn der Einzelne bei der Rückkehr in sein Heimatland aufgrund seiner Religion, seiner politischen Überzeugung oder anderen (persönlichen) unveränderbaren Merkmalen, die sein Anderssein prägen (beispielsweise Geschlecht oder Hautfarbe) „einem schwerwiegenden Eingriff in Leib, Leben oder Freiheit ausgesetzt sein wird“ (BAMF 2014b: 9).

Allerdings stellt nicht jede staatliche Maßnahme, die im Zusammenhang mit diesen Punkten steht, automatisch eine rechtlich relevante Verfolgung dar. Um Anspruch auf Asyl zu haben, muss es sich bei den entsprechenden politischen Handlungen um gezielte Menschenrechtsverletzung handeln, die den Betroffenen aus der Gesellschaft ausgrenzt und die in ihrer Intensität über das hinausgeht, was die Bürger des jeweiligen Landes im Allgemeinen erdulden müssen (vgl. BAMF 2016a). Folglich werden Krieg, Armut, Naturkatastrophen oder andere Notsituationen nicht als Grund für eine Asylgewährung anerkannt (vgl. ebd.; Münz / Seifert / Ulrich 1997: 48; Kap. 2.1.3). Ebenso sind diejenigen, die über einen sicheren Drittstaat – hierzu zählen die Mitgliedsstaaten der EU sowie die Schweiz und Norwegen – einreisen, vom Asylgrundrecht ausgeschlossen (vgl. BAMF 2014b: 9). In diesen Fällen wird jedoch geprüft, ob der Antragsteller über die Zuerkennung der Flüchtlingseigenschaft Asyl erhalten kann. Darüber hinaus werden alle Personen, denen das Asylrecht zugesprochen wird, im Sinne der Genfer Flüchtlingskonvention zugleich als Flüchtlinge anerkannt. Zugrunde liegt dieser Bestimmung § 3 des Asylgesetzes, nach dem ein Hilfesuchender dann als *Flüchtling* gilt, wenn er sich

„aus begründeter Furcht vor Verfolgung wegen seiner Rasse, Religion, Nationalität, politischen Überzeugung oder Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Gruppe außerhalb des Landes (Herkunftsland) befindet, dessen Staatsangehörigkeit er besitzt und dessen Schutz er nicht in Anspruch nehmen kann oder wegen dieser Furcht nicht in Anspruch nehmen will [...]“ (AsylG 2015: § 3, Abs. 1).

Diese Festsetzung wurzelt in der bereits erläuterten Genfer Flüchtlingskonvention (GFK) von 1951 und gleicht dieser daher stark (vgl. Kap. 2.1.3). Eine Verfolgung kann laut § 3 AsylG entweder von staatlichen oder nichtstaatlichen Akteuren ausgehen (vgl. BAMF 2014b: 9).

Allen Flüchtlingen und Asylberechtigten wird eine Aufenthaltserlaubnis für drei Jahre erteilt. Nach fünf Jahren wird eine Niederlassungserlaubnis (unbefristeter Aufenthaltstitel) gewährt, sofern die Gründe für die Zuerkennung bzw. Anerkennung weiterhin vorliegen (vgl. ebd.: 12; BAMF 2016a; Bundesgesetzblatt 2016b: 1944; Heinhold 2015: 190).

Subsidiärer Schutz kann einem Menschen zugesprochen werden, der zwar weder Anspruch auf das Asylrecht noch auf die Zuerkennung der Flüchtlingseigenschaft hat, aber dennoch „stichhaltige Gründe für die Annahme hervorgebracht hat, dass ihm in seinem Herkunftsland ein ernsthafter Schaden droht“ (AsylG 2015: § 4). Als *ernsthafter Schaden* gilt gemäß § 4 des Asylgesetzes „die Verhängung oder Vollstreckung der Todesstrafe, Folter [...] sowie eine ernsthafte individuelle Bedrohung des Lebens [...] infolge willkürlicher Gewalt im Rahmen eines internationalen oder innerstaatlichen bewaffneten Konflikts“ (ebd.). Dies bedeutet, dass zum Beispiel die Menschen, die vor einem Bürgerkrieg flüchten, subsidiären Schutz erhalten können. In diesem Fall erhalten sie eine Aufenthaltserlaubnis mit einjähriger Gültigkeit. Diese kann anschließend für jeweils zwei Jahre verlängert werden. Nach sieben Jahren kann eine Niederlassungserlaubnis folgen (vgl. BAMF 2014d).

Eine vierte mögliche Schutzform ist das *Abschiebeverbot*. Dieses kann laut § 60 des Aufenthaltsgesetzes erwirkt werden, wenn die Abschiebung für den Asylsuchenden eine „erhebliche konkrete Gefahr für

Leib, Leben oder Freiheit“ bedeutet oder den in der Europäischen Menschenrechtskonvention 1950 deklarierten Grundrechten widerspricht (AufenthaltG 2008: § 60; EMRK 1950). In diesem Fall erhält der Schutzsuchende eine Aufenthaltserlaubnis für mindestens ein Jahr; nach sieben Jahren kann ebenfalls eine Niederlassungserlaubnis erteilt werden (vgl. BAMF 2014b: 12).

Führt die Prüfung des Asylantrags zu dem Ergebnis, dass keine ausreichenden Gründe für die Erteilung einer Aufenthaltsgenehmigung vorliegen, so wird dieser abgelehnt. Die Mitteilung darüber enthält neben einer Begründung der Entscheidung eine Ausreisepflicht sowie eine Abschiebungsandrohung (vgl. ebd.: 13). Ferner kann ein Asylantrag abgelehnt werden, weil seine Bearbeitung unzulässig ist. Dies ist etwa dann der Fall, wenn im Rahmen der Dublin-III-Verordnung festgestellt wird, dass zuvor bereits in einem anderen EU-Land Asyl gesucht wurde (vgl. BAMF 2015b: 18).

Liegt eine Ablehnung des Asylantrags vor, kann gegen diese Entscheidung Klage eingereicht werden. Ist diese erfolgreich, hebt das Gericht den Bescheid auf und verpflichtet das Bundesamt zu einer Schutzgewährung. Anderenfalls bleibt die Ausreisepflicht bestehen (vgl. BAMF 2014b: 13). Wird dieser nicht nachgekommen, ist die jeweils zuständige Ausländerbehörde für die Durchführung der Abschiebung verantwortlich.

Darüber hinaus führt die Bundesregierung anlassbezogen humanitäre Aufnahmeaktionen durch, im Rahmen derer schutzbedürftige Menschen aus Krisengebieten temporär in Deutschland beherbergt werden. Zuletzt galten diese Hilfsaktionen vor allem Personen aus Syrien, die aufgrund des 2011 in ihrer Heimat ausgebrochenen Krieges in anderen Ländern nach Hilfe suchten. Um die Nachbarstaaten Syriens, die den Großteil ebendieser Flüchtlinge aufgenommen haben, zu entlasten, beschloss die deutsche Regierung 2013 und 2014 insgesamt drei Aufnahmeprogramme für Schutzbedürftige aus Syrien (vgl. Scheinert 2016).

Die erste Aufnahmeanordnung vom 30. Mai 2013 sah dabei vor, dass noch im selben Jahr bis zu 5000 syrische Geflüchtete in Deutschland einreisen dürfen. Rund sieben Monate später folgte am

23. Dezember 2013 die zweite Aufnahmeanordnung, mit der beschlossen wurde, noch einmal der gleichen Anzahl Syrer Schutz zu gewähren (vgl. ebd.). Die dritte Aufnahmeanordnung wurde schließlich am 18. Juli 2014 verabschiedet. In ihr wurde festgesetzt, in den Jahren 2014 und 2015 insgesamt weiteren 10.000 syrischen Staatsangehörigen die Einreise in die Bundesrepublik zu gewähren. Die Auswahl der Personen, denen in diesem Zusammenhang Schutz zugesprochen wurde, erfolgte auf der Grundlage diverser Kriterien: Syrische Bürger wurden dann hierzulande aufgenommen, wenn entweder schon Bezüge zu Deutschland (z. B. familiäre Bindungen, Sprachkenntnisse oder Voraufenthalte) vorhanden waren, besonderer humanitärer Schutz (etwa für Kranke oder Kinder) benötigt wurde oder sie die Fähigkeit vorweisen konnten, nach Kriegsende einen besonderen Beitrag zum Neuaufbau ihres Herkunftslandes zu leisten (indem sie beispielsweise während ihrer Zeit in Deutschland eine bestimmte Qualifikation zu erwerben versuchen) (vgl. ebd.).

Wie weiter oben erwähnt, erfolgt die Beherbergung der im Zuge dieser Hilfsprogramme aufgenommenen Person lediglich temporär. Die Schutzbedürftigen erhalten eine auf zwei Jahre befristete Aufenthaltserlaubnis, die nach Ablauf dieser Zeit von der Bundesregierung verlängert werden kann. Nach dem Ende des Bürgerkrieges, welches bis zum jetzigen Zeitpunkt allerdings noch nicht eingetreten ist, sollen die aufgenommenen Syrer in ihre Heimat zurückgeführt werden (vgl. ebd.). Während des Aufenthalts in Deutschland erhalten die umgangssprachlich als *Kontingentflüchtlinge* bezeichneten Zuwanderer zwar Zugang zu Sozial- und Gesundheitsleistungen sowie die Berechtigung, eine Arbeit auszuüben, sind aber dennoch gegenüber den nach der Genfer Flüchtlingskonvention als offiziell anerkannten Flüchtlingen rechtlich schlechtergestellt. So steht ihnen beispielsweise kein erleichterter Familiennachzug oder erhöhter Abschiebeschutz zu (vgl. ebd.; Bade / Oltmer 2004: 115).

Obwohl aktuell keine Aufnahmeprogramme durchgeführt werden, versuchen immer noch verstärkt syrische Bürger in Deutschland Schutz vor den nach wie vor andauernden gewalthaltigen Konflikten in ihrem Herkunftsstaat zu finden. Begründet werden kann dies mit der in Kap. 2.3.1 angesprochenen Wirkung von Netzwerkeffekten: Da hierzu

lande, verglichen mit anderen europäischen Ländern, viele Syrer leben, versuchen nachkommende Schutzbedürftige mit hoher Wahrscheinlichkeit ebenfalls in Deutschland Asyl zu finden (vgl. Scheinert 2016; Oltmer 2015: 19). Die im nächsten Unterkapitel dargestellte Asylstatistik, nach der Syrien auch nach Beendigung der Aufnahmeanordnungen eines der Hauptherkunftsländer der Geflüchteten ist, untermauern diese Annahme.

2.3.4 Zahlen und Herkunftsländer

Schon kurze Zeit nach ihrer Gründung wurden in der Bundesrepublik Deutschland Flüchtlinge aufgenommen. Die 1953 eingeführte Asylbewerberstatistik zeigt, dass zu dieser Zeit jährlich etwa 2000 bis 3000 Menschen Zuflucht in Deutschland suchten (vgl. BAMF 2005: 21). Ausnahme war ein großer Anstieg im Jahr 1956 aufgrund der Niederschlagung der Erhebungen in Ungarn und Polen, die eine große Fluchtbewegung hervorrief (16.284 Asylgesuche) (vgl. Bade / Oltmer 2005). Danach pendelten sich die Asylgesuche erneut auf einem relativ niedrigen Niveau ein, bis der *Prager Frühling* 1968 eine weitere Fluchtwelle Richtung Westen auslöste. Auch hiernach stammten die meisten aufgenommenen Flüchtlinge bis in die Anfänge der 1970er Jahre aus dem Ostblock (vgl. ebd.).

Dies änderte sich jedoch, als politische beziehungsweise wirtschaftliche Ursachen und Kriege die Anzahl der Geflohenen weltweit ansteigen ließen. Von nun an kamen die Asylsuchenden vorrangig aus Staaten der *Dritten Welt* (d. h. aus wirtschaftlich unterentwickelten Ländern) nach Deutschland (vgl. ebd.). Insbesondere 1980 war noch einmal eine rasche Zunahme der Flüchtlingszahlen (107.818 Asylgesuche) in Westdeutschland zu verzeichnen, da in diesem Jahr zusätzlich viele Menschen vor einer politischen Unterdrückung in Polen flohen (vgl. Blahusch 1999: 153). Nach einem vorübergehenden Rückgang erfuhr die Zahl der Asylanträge Mitte der 1980er-Jahre abermals einen steilen Zuwachs, der mit einer neuen Asylpolitik wenig später eingeschränkt werden sollte (vgl. Schneider 1992: 10). Besonders die asiatischen und afrikanischen Zuwanderer waren hiervon betroffen (vgl. ebd.; Bade / Oltmer 2005). Nach dem Zerfall der Sowjetunion, dem Zusammen-

bruch des Warschauer Pakts und anderen tiefgreifenden politischen Veränderungen war Ende der 1980er- und Anfang der 1990er-Jahre ein weiterer Anstieg der Flüchtlingszahlen zu beobachten (vgl. BAMF 2005: 21; Blahusch 1999: 153 f.). Vor allem der Zerfall des jugoslawischen Staates sowie der Krieg in Bosnien und Herzegowina hatten eine der größten europäischen Flüchtlingswellen zur Folge und führten 1992 zur bis dahin höchsten Asylbewerberzahl (438.191 Anträge⁵), die anschließend aber langsam wieder zu sinken begann (vgl. BAMF 2005: 21; Blahusch 1999: 154 f.).

Dieser Trend setzte sich bis zum Jahr 2008, in dem 28.018 Asylanträge gestellt wurden, fort. Nach diesem Rückgang suchten dann jedoch erneut immer mehr Menschen Schutz in Deutschland. Der erste große Anstieg fand dabei zwischen den Jahren 2012 (77.651 Asylanträge) und 2013 (127.023 Anträge) statt. Anschließend wurde dieser rasche Zuwachs stetig weiter übertroffen (2014: 202.834 Anträge, 2015: 476.649 Anträge), bis 2016 das bisherige Rekordhoch (745.545 Anträge) erreicht wurde. Im darauffolgenden Jahr nahm dieser Wert allerdings deutlich ab (2017: 222.683 Anträge) (vgl. BAMF 2017a: 4). Die meisten Asylanträge wurden zuletzt in Nordrhein-Westfalen gestellt (2016 und 2017 etwa 27 Prozent). Schlusslicht war das Saarland. Die Bundesländer Sachsen und Thüringen, in denen die zu dieser Dissertation gehörenden Interviews durchgeführt wurden, lagen mit rund drei bzw. zwei Prozent in beiden Jahren im Mittelfeld (vgl. BAMF 2017a: 7, 2016e: 7).

Ein Großteil der Personen, die (wie viele Befragte der vorliegenden Arbeit) im Zuge der zurückliegenden großen Flüchtlingswelle in den Jahren 2015 und 2016 nach Deutschland gekommen sind, stammen aus Syrien (seit 2015 mind. 25 Prozent) (vgl. Abb. 1). Doch während 2015 Albanien sowie der Kosovo ebenfalls zu den zugangsstärksten Staatsangehörigkeiten zählten⁶, wechselten sich 2016 und 2017 Afghanistan und der Irak mit dem zweiten bzw. dritten Platz ab. Selbiges gilt für Eritrea und den Iran mit dem vierten bzw. fünften Platz (vgl. BAMF 2017a: 8; BAMF 2017b: 20). Darüber hinaus zeigen die Statistiken des

⁵ Die Angaben beziehen sich jeweils auf die Summe der Erst- und Folgeanträge.

⁶ Die Zahlen beruhen auf den im entsprechenden Jahr bearbeiteten Asylanträgen. Die Geflüchteten können bereits eher in Deutschland angekommen sein.

BAMF, dass etwa 65 Prozent der Asylsuchenden des Jahres 2016 männlichen Geschlechts und überwiegend zwischen 18 und 30 Jahre alt waren (vgl. BAMF 2017b: 21).

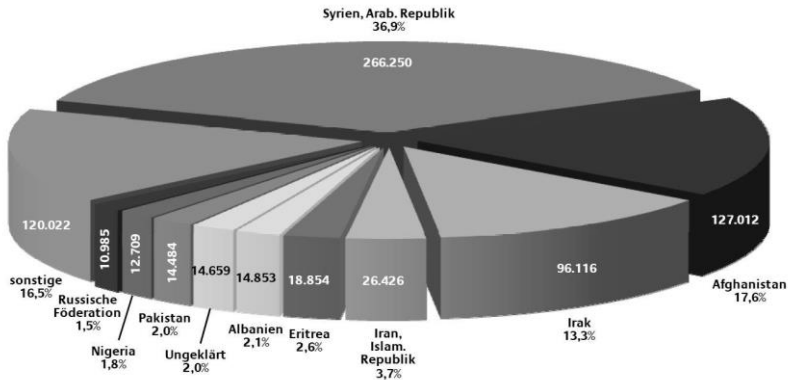


Abbildung 1: Hauptherkunftsländer der Asylsuchenden 2016, bezogen auf die Gesamtzahl der Erstanträge (722.370 Erstanträge). (Quelle: BAMF 2016e: 8.)

3. Integration

In der wissenschaftlichen Literatur lassen sich die verschiedensten Integrationsansätze und -theorien finden. Ergo existiert bis heute keine allgemeingültige Definition für den Begriff *Integration*. Ein Blick in das Fremdwörterbuch verrät, dass die Wortherkunft dem Lateinischen entspringt und „Wiederherstellung eines Ganzen“ bedeutet (DUDEN 2009: 464). Für Vlašić und Brosius (2002: 95) besitzt Integration unter diesem Aspekt einen Doppelcharakter: Zum einen kann sie dynamisch als „Prozess des Zusammenfügens“ betrachtet werden, zum anderen einen statischen „Zustand der gegliückten Verbindung“ darstellen.

In modernen Gesellschaften besitzt die Integrationsthematik vor allem deshalb eine große Relevanz, weil durch die Pluralisierung der Lebensstile und der damit einhergehenden Auflösung traditioneller Bindungen, der Veränderung von Norm- und Wertvorstellungen sowie der fortschreitenden Globalisierung leichter ideelle bzw. soziale Konflikte auftreten können (vgl. ebd.: 97; Jarren 2000: 24; Peters 1993). Daneben führt der Zustrom von Migranten im Allgemeinen und von Flüchtlingen im Speziellen zu einer Herausbildung multiethnischer Gesellschaften, sodass sich ebenfalls mit der Einbindung ethnischer Minderheiten in die Gesellschaft auseinandergesetzt werden muss (vgl. Münch 1995: 211). Gewiss ist dies keine neue Entwicklung, da Deutschland insbesondere seit den 1960er Jahren als Zuwanderungsland angesehen werden kann, doch rückte die Integrationsdebatte angesichts des letzten Flüchtlingsstroms stärker in den Fokus von Politik und Öffentlichkeit (vgl. Geißler 2014: 1).

Bereits im Jahr 1964 postulierte Ronneberger, dass den Massenmedien im Hinblick auf eine sich stets weiter differenzierende Gesellschaft eine zunehmende Bedeutung als Integrationsfaktor zugesprochen werden kann (vgl. Ronneberger 1964: 296). Gleichzeitig bringt die fortschreitende Individualisierung Gefahren mit sich, die eine Desintegration begünstigen können. Krotz beschäftigt sich daher seit Längerem mit der Frage, inwiefern der soziale Wandel von den Medien beeinflusst wird (vgl. Krotz 2002: 190). Zugrunde legt er seinem Konzept den Prozess der *Mediatisierung*, in dessen Verlauf immer wieder neue Medien in den Alltag der Menschen eingebettet werden und sowohl bei der

interpersonalen Kommunikation als auch in der Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen an Bedeutung gewinnen (vgl. ebd.; ders. 2007: 35, 2001: 21). Zudem erlauben die neuen Medientypen eine zunehmende Freiheit der Selektion (zum Beispiel eine spezifische Nutzung nach persönlichen Interessen und zeitlichen Möglichkeiten) sowie globale mediale Vernetzungen. Diese „Heterogenisierung medienbezogenen Handelns“ begünstigt eine Segmentierung der Gesellschaft, da nicht mehr – so wie es noch in den 1960er Jahren aufgrund eines geringen Medienangebotes der Fall war – viele Menschen zur gleichen Zeit identische Inhalte rezipieren (Krotz 2002: 191 f.). Allerdings bedeutet dies nicht zwangsläufig, dass sich die medialen Entwicklungen destabilisierend auf die Gesellschaft auswirken. Krotz postuliert, dass Integration in modernen Gesellschaften zwar womöglich weniger über Inhalte gelingt, stattdessen jedoch über die mediale Vernetzung ein strukturelles Integrationspotenzial entsteht (vgl. ebd.: 196). Gesellschaftlich integriert sind demnach die Personen, die in der Lage bzw. bereit dazu sind, mit anderen Menschen zu kommunizieren (vgl. ebd.: 197).

Diese Betrachtungsweise macht deutlich, dass „der Integrationsbegriff nicht auf den Gedanken der Homogenität beschränkt sein darf“, sondern dass eine erfolgreiche Integration dadurch gekennzeichnet ist, dass individuelle Interessen und Meinungen frei artikuliert werden können – gleichwohl wissend, dass für das gesellschaftliche Zusammenleben zugleich ein konsensorientiertes Handeln vonnöten ist (Pöttker 2005a: 33; vgl. auch Vlašić 2004: 57). Es geht folglich nicht darum, die Assimilation (vollständige Anpassung) einer Randgruppe (z. B. einer ethnischen Minderheit) zu erzwingen, sondern die Menschen auf eine Art und Weise in die Mehrheitsgesellschaft einzubinden, bei der sie ihre kulturellen Werte nicht aufgeben müssen (vgl. bpb 2008). In einigen wissenschaftlichen Arbeiten ist zudem von der Akkulturation die Rede. Dieser Terminus meint den Erwerb von Fähigkeiten, die für das Leben in der Aufnahmegesellschaft benötigt werden (vgl. Trebbe 2009: 34). Ferner soll erwähnt werden, dass der Begriff der Integration zuweilen durch *Inklusion* ersetzt wird, um die Möglichkeit zur Chancengleichheit und gesellschaftlichen Partizipation stärker zu betonen (vgl. Düsener 2010: 162). Im Rahmen dieser Arbeit soll diese Unterscheidung jedoch keine Rolle spielen, da Integrationstheorien in der

Regel ebenso eine Teilnahme der Minderheiten an der Gesellschaft zum Ziel haben.

Jarren geht davon aus, dass sich Integration nur im sozialen Prozess erzielen lässt und sich im Kontext des sozialen Wandels, dem jede Gesellschaft zwangsläufig ausgesetzt ist, Integrationsvorstellungen und -ziele verändern (vgl. Jarren 2000: 23). Außerdem fordert er, dass die medialen Inhalte, die bekanntlich auch in den gesellschaftlichen Diskurs einfließen, von den jeweiligen Produzenten selbst immer wieder neu unter dem Aspekt der Integration reflektiert werden (vgl. ebd.).

Neben dem Weg über die Medien kann sich Integration beispielsweise politisch, sprachlich, ökonomisch, kulturell oder über den Arbeitsmarkt vollziehen (vgl. Grote 2011: 6; Münch 1997: 66 ff.). Sämtliche Blickwinkel zu betrachten würde aber den Rahmen dieser Dissertation sprengen, zumal die mediale Integration im Fokus des Forschungsprojektes steht. Aus diesem Grund soll lediglich die Sprache, die eine große Rolle bei der Mediennutzung spielt, als Faktor an späterer Stelle herausgegriffen und näher erläutert werden (Kap. 3.3 und 5.1).

Es folgen nun zunächst die Vorstellung einiger zeitgenössischer Integrationstheorien (Kap. 3.1), die Skizzierung von zwei relevanten Konzepten zur Integration durch Medien sowie ein Blick auf die internationale Forschung (Kap. 3.2). Der nächstfolgende Abschnitt setzt sich mit dem Prozess des Fremdspracherwerbs auseinander; im Anschluss daran werden das deutsche Integrationsgesetz sowie die von den Asylberechtigten zu besuchenden Integrationskurse betrachtet (Kap. 3.3). Eine eigene Definition des Begriffs *Integration* erfolgt unter Berücksichtigung der folgenden Ausführungen im Zusammenhang mit der Entwicklung eines Analysemodells (Kap. 5.4).

3.1 Integrationstheorien

Dieses Unterkapitel soll einen Eindruck davon vermitteln, wie unterschiedlich Integrationstheorien ausgestaltet sein können. Dabei wird unter anderem deutlich, dass es sich bei dem Begriff der Integration nicht um einen rein analytisch-wissenschaftlichen Terminus handelt, sondern dass mit dieser Thematik ebenso eine politisch-normative Auffassung verbunden ist. Zu begründen ist dies damit, dass Integrations-

konzepte stets mit bestimmten erwünschten Zielen (z. B. integrierte Ausländer sprechen die deutsche Sprache) verknüpft sind (vgl. Geißler / Weber-Menges 2013: 273; Jarren 2000: 25 f.).

Gerade in den zeitgenössischen Theorieansätzen wird der Fokus verstärkt auf dem fortschreitenden Individualisierungsprozess der Menschen gelegt, durch den moderne Gesellschaften gekennzeichnet sind. Zudem muss der Bezugsrahmen der Theorien durch verstärkt auftretende Globalisierungsprozesse (z. B. die kulturelle Heterogenisierung durch internationale Zuwanderung) in sozialräumlicher Hinsicht erweitert werden. Ergo steht nicht mehr prinzipiell die nationale Bevölkerung im Mittelpunkt der Integrationsbemühungen, sondern zunehmend eine sich entwickelnde bzw. bereits herausgebildete Weltgesellschaft (vgl. Imbusch / Rucht 2005: 35 f.).

Einen Schwerpunkt dieses Kapitels stellen die Überlegungen von Hartmut Esser (2000a; Kap. 3.1.2.4) dar, da sich dieser bereits ausführlich mit der Integration ethnischer Minderheiten auseinandergesetzt hat.

3.1.1 Jürgen Habermas

Habermas (1981a, 1981b) unterscheidet in seinen Überlegungen zur Integration moderner Gesellschaften zunächst zwischen dem System und der Lebenswelt,⁷ denen unterschiedliche Handlungstypen zugeordnet werden können: Im System findet erfolgsorientiertes und strategisches Handeln statt, in der Lebenswelt dagegen verständigungsorientiertes bzw. kommunikatives Handeln. Das erfolgsorientierte Handeln ist dabei laut Habermas in diverse zweckrationale Subsysteme eingebunden. Eines hiervon ist die Wirtschaft, in der jeder Einzelne durch die Wahl des Mediums Geld ein bestimmtes Ziel erreichen kann. Treten in der Systemwelt Konflikte auf, so können diese zwar durch Kompromisse entschärft, aber nie vollständig beseitigt werden. Der Grund hierfür liegt in der Konkurrenzsituation der Individuen, durch die keine gegenseitige Verständigung stattfindet (vgl. Vester 2010: 120; Imbusch / Rucht

⁷ Er knüpft damit an die Ausarbeitung von Lockwood (1964) an, laut der zwischen Systemintegration und sozialer Integration unterschieden werden kann.

2005: 36; Habermas 1981a, 1981b). Andere Bedingungen herrschen in der Lebenswelt vor. Auf der Basis von Wissensvorräten (mit gemeinsamen Hintergrundüberzeugungen) interpretieren die Gesellschaftsmitglieder die soziale Welt und strukturieren auf diese Weise ihre Handlungsoptionen. Das Medium Sprache dient hierbei als Mittel einer verständigungsorientierten Kommunikation und sollte im Idealfall die von Habermas aufgestellten Geltungsansprüche – Verständlichkeit, Wahrheit, Richtigkeit und Wahrhaftigkeit – erfüllen. Offene Konflikte werden als kommunizierte Widersprüche angesehen und können durch sprachliche Diskurse gelöst werden (vgl. Imbusch / Rucht 2005: 36; Reinhardt / Jäckel 2002: 79; Habermas 1981a: 25 ff.).

Um fortzubestehen, müssen sich die einzelnen Systeme materiell bzw. die Strukturen der Lebenswelt symbolisch reproduzieren. Letzteres geschieht mithilfe des kommunikativen Handelns, durch das beispielsweise die Stabilisierung von Gruppensolidaritäten positiv beeinflusst wird und gültiges Wissen an andere Personen weitergegeben werden kann. Soziale Integration wird dann möglich, wenn Normen und Werte dauerhaft in die Gesellschaft integriert werden und Muster sozialer Zugehörigkeit reproduziert werden (vgl. Imbusch / Rucht 2005: 37). Auf der systemischen Ebene hingegen vollzieht sich die Integration durch individuelle Handlungen. Die Interaktionen zwischen den einzelnen Gesellschaftsmitgliedern sind insbesondere durch die Medien Macht (im politischen System) und Geld (im Wirtschaftssystem) „systemspezifisch rationalisiert“ (ebd.). Dies führt zu einem zweckrationalen bzw. strategischen Handeln der Akteure (vgl. ebd.: 38; Habermas 1981b).

Habermas geht davon aus, dass im Laufe der Zeit die systemische Seite immer mehr an Bedeutung gewinnt, sodass eine allmähliche Entkopplung von System und Lebenswelt stattfindet. Zugleich bringt diese Entwicklung eine nachlassende Sozialintegration mit sich. Bleibt infolgedessen für verständigungsorientierte resp. kommunikative Handlungsprozesse nur noch wenig Raum, kann sich dies desintegrierend auf die Gesellschaft auswirken (vgl. Imbusch / Rucht 2005: 38 f.; Habermas 1981b). Gleichzeitig sieht Habermas aber im Recht ein gesellschaftliches Medium, das als Vermittler zwischen Lebenswelt und System fungieren kann (vgl. Habermas 1992: 60 ff.). Dies geschieht

unter anderem dadurch, dass „normativ gehaltvolle Botschaften“ (d. h. beispielsweise die in den Verfassungen verankerten Grundwerte und Normen) „über das Recht [...] gesellschaftsweit zirkuliert werden“ (Imbusch / Rucht 2005: 40). Das Recht dient demnach ebenso wie kommunikatives bzw. verständigungsorientiertes Handeln dazu, bestehende Konflikte abzuschwächen oder aufzulösen und somit zur Integration beizutragen (vgl. ebd.).

3.1.2 Niklas Luhmann

Luhmann (1997) sieht die Kommunikation als Grundelement sozialer Systeme an und verortet den Integrationsbegriff in der autopoietischen Systemtheorie. Ergo geht er davon aus, dass sich Systeme und Teilsysteme in einem permanenten Prozess selbst produzieren bzw. reproduzieren (vgl. Imbusch / Rucht 2005: 40). Die Gesellschaft betrachtet er in diesem Zusammenhang als funktional differenziertes System, dem die Kommunikation als Basis zugrunde liegt:

„Das Gesellschaftssystem wird [...] nicht durch ein bestimmtes »Wesen«, geschweige denn durch eine bestimmte Moral (Verbreitung von Glück, Solidarität, Angleichung von Lebensverhältnissen, vernünftig-konsensuelle Integration usw.) charakterisiert, sondern allein durch die Operation, die Gesellschaft produziert und reproduziert. Das ist Kommunikation. Mit Kommunikation ist folglich [...] ein jeweils historisch-konkret ablaufendes, also kontextabhängiges Geschehen gemeint - und nicht eine bloße Anwendung von Regeln richtigen Sprechens“ (Luhmann 1997: 70).

Da laut Luhmanns Auffassung jedes System Grenzen besitzt, ist auch die Gesellschaft ein in sich geschlossenes System, das zudem zu komplexen und emergenten Ordnungen neigt (vgl. ebd.; Imbusch / Rucht 2005: 41). Weiterhin geht er davon aus, dass die Existenz von Gesellschaften nicht an territorialen Grenzen festgemacht wird, sondern es für die anschlussfähige Kommunikation „nur ein einziges Gesellschaftssystem geben kann“ – die Weltgesellschaft (Luhmann 1997: 145). Kommunikation selbst steht für Luhmann nicht nur für Sprache, sondern umfasst verschiedene generalisierte Kommunikationsmedien (z. B.

Geld, Macht und Recht). Diese sollen sicherstellen, dass die Kommunikation in keinem der existierenden Teilsysteme (beispielsweise Wirtschaft, Wissenschaft, Religion oder Politik) beendet wird (vgl. Imbusch / Rucht 2005: 41 f.; Luhmann 1997). Weiterhin ist anzumerken, dass Gesellschaften laut Luhmann eine Evolution durchlaufen, die zu immer vielschichtiger werdenden Strukturen und Prozessen führen. Ging in früheren Gesellschaften die Integration über feste Gruppenzugehörigkeiten (z. B. Stämme und Dorfgemeinschaften) oder durch die hierarchische Leitdifferenz (Ständeordnungen, Klassen- bzw. Schichtzugehörigkeit) vonstatten, verlieren die Momente der „Zwangsintegration“ in modernen Gesellschaften ihre Bedeutung (Imbusch / Rucht 2005: 41). Folglich können traditionelle Einbindungen und normative Bezüge ebenfalls zunehmend als dysfunktional angesehen werden.

In seinem Werk „Die Gesellschaft der Gesellschaft“ (1997: 604) definiert Luhmann Integration als einen „Aspekt des Umgangs mit [...] internen Unbestimmtheiten auf der Ebene des Gesamtsystems wie auf der Ebene seiner Teilsysteme“. Diese internen Unbestimmtheiten entstehen durch die Ausdifferenzierung der autopoietischen Systeme und können durch Strukturentwicklungen ausgeweitet oder eingeschränkt werden. Darüber hinaus rückt Luhmann die Multiinklusion – also die gleichzeitige Einbindung in verschiedene Teilbereiche der Gesellschaft – in den Mittelpunkt seiner Überlegungen und beschäftigt sich in diesem Zusammenhang mit der Inklusion und Exklusion von Personen bzw. Gruppen (vgl. ebd.: 618 ff.; Imbusch / Rucht 2005: 43). Hierbei geht er davon aus, dass das Gesellschaftssystem den in ihm lebenden Personen durch Inklusion „Plätze zuweist, in deren Rahmen sie erwartungskomplementär handeln können; etwas romantisch könnte man auch sagen: sich als Individuen heimisch fühlen können“ (Luhmann 1997: 621). Weil jedoch erst die Existenz von nicht integrierbaren Individuen die soziale Kohäsion sichtbar macht und infolgedessen die Bedingungen für eine Herstellung dieser spezifiziert werden können, kann es Inklusion nie ohne Exklusion geben. Gleichzeitig wendet er sich gegen das Postulat einer Vollinklusion, da Inklusion bzw. Exklusion in den einzelnen Funktionssystemen geregelt werden. So wird etwa im Wirtschaftssystem entschieden, wie viel Geld einer Person zur Verfügung steht und im Rechtssystem, welche Rechtsansprüche der Einzelne geltend machen

kann. Durch die partielle Inklusion in funktionsspezifische Teilsysteme findet dann eine hinlängliche Integration moderner Gesellschaften statt (vgl. Imbusch / Rucht 2005: 44).

3.1.3 Richard Münch

Münch begreift die Integration nicht als alleinige Angelegenheit nationaler Gesellschaften, sondern macht sie im Zuge der Globalisierung zur Sache der Weltgesellschaft. Zudem erklärt er sie zum „Dauerproblem“, da in der Moderne nicht mehr auf die integrative Kraft der Tradition gebaut werden kann, sondern Integration täglich unter den Bedingungen des sozialen Wandels neu geschaffen werden muss (Münch 1998: 37). Anstelle der früher vorherrschenden festen Ordnung einer Ständegesellschaft, in der jeder Stand einen feststehenden Platz einnahm, besteht die Gesellschaft nun aus dynamischen Gruppen bzw. ungebundenen Individuen, die untereinander in einem Konkurrenzkampf (z. B. um knappe Ressourcen oder die politische Machtausübung) stehen (vgl. ebd.).

Sozial integriert ist eine Gesellschaft laut Münch dann, wenn

„alle ihre Teile fest miteinander verbunden sind und eine [...] Ganzheit bilden. Zu diesen Teilen gehören die einzelnen Individuen als Mitglieder der Gesellschaft, die Familien, Stände, Gruppen, Klassen, Schichten, Verbände, Vereinigungen und Parteien sowie [...] die Systeme der Wirtschaft, der Politik, des Rechts, der Wissenschaft, der Medizin, der Massenmedien oder der Religion“ (ebd.: 27).

In Anlehnung an David Lockwood (1964) gibt es für Münch nicht nur eine soziale, sondern auch eine systemische Integration. Die verschiedenen (Teil-)Systeme sind dabei darauf ausgerichtet, spezifische Funktionen zu erfüllen. Ihre Integration wird durch grenzüberschreitende Kommunikation möglich. Dies bedeutet, dass Wirtschaft, Politik, Religion und Wissenschaft über ihre Rollenträger in einer fortwährenden Kommunikation (z. B. in Form von Gesprächskreisen und Vereinigungen) miteinander verflochten werden müssen (vgl. Münch 1998: 51). Je häufiger diese Kommunikation vonstattengeht, desto mehr besteht laut

Münch ein Solidaritäts- bzw. Zusammengehörigkeitsgefühl über die Systemgrenzen hinweg, das zugleich die Zusammenarbeit der verschiedenen Systeme erleichtert. Auf diese Weise bildet sich dann eine Sozialintegration heraus, die „alle Teilsysteme durchdringt und zusammenhält“ (ebd.; vgl. auch ders. 1991: 303 ff.).

Nun befinden wir uns Münchs Konzeption zufolge in einer globalisierten Moderne, die durch eine wachsende innere Differenzierung, eine Verflechtung der Staaten untereinander sowie immer schwächer werdende nationale Solidaritäten gekennzeichnet ist. Da darüber hinaus die Heterogenität einer Weltgesellschaft zwar größer als die innerhalb einzelner Nationen ist, zugleich jedoch eine geringere kollektive Einbindung vorliegt, verstärken sich soziale Ungleichheiten (vgl. Imbusch / Rucht 2005: 51; Münch 1998: 65). Aus diesem Grund plädiert Münch für die Herausbildung einer offenen und differenzierten Mehrebenengesellschaft, die das Lokale und Regionale, das Nationale, das Transnationale bzw. Supranationale sowie das Globale zugleich ausdifferenziert, in ein ausbalanciertes Verhältnis zueinander setzt und hierdurch integriert (vgl. Imbusch / Rucht 2005: 52; Münch 2001: 199). Möglich wird dies dadurch, dass in einer solchen Mehrebenendemokratie von der lokalen bis zur globalen Ebene bestimmte Leistungen erbracht werden:

„In einem solchen Modell [...] käme der lokalen Politik die Aufgabe der Gestaltung des guten Lebens zu, der nationalen Politik die Aufgabe der Repräsentation von Rechten und Interessen, ihres Ausgleichs untereinander und ihrer Bündelung für die nächst höhere Ebene der supranationalen Politik. Auf der supranationalen Ebene ginge es um die Koordination nationaler Lebensweisen und Interessen, auf der globalen Ebene um die Kooperation von Nationen und supranationalen Einheiten im Interesse der Erhaltung eines gemeinsamen Lebensraums“ (Münch 1998, 408 f.).

Vor diesem Hintergrund kann die Integration als dynamischer Prozess angesehen werden, bei dem das Verhältnis „zwischen individueller Freiheit und sozialer Bindung“ immer wieder neu ausbalanciert werden muss (ebd.: 23, 66). Allerdings verläuft eine Integration nicht immer krisenfrei. So kann sich eine nationale Desintegration etwa in Form von

sozialer Ungleichheit, Anomie (Regellosigkeit) oder sinkendem Vertrauen in die staatlichen Institutionen äußern. Daher ist laut Münch das Vorhandensein gemeinsam geteilter Werte für eine erfolgreiche (individualistische) Integration unerlässlich (vgl. Imbusch / Rucht 2005: 52; Münch 2001: 285). Zudem sieht er eine vorherrschende Solidarität als Basis dafür an, dass eine Integration multiethnischer bzw. multinationaler Gesellschaften gelingen kann.

Ein Ausbau der Solidarität in dem Maße, wie er für die Eingliederung von Migranten stattfinden sollte, vollzieht sich Münch zufolge jedoch nur langsam. Insbesondere die kleinbürgerlichen (und bäuerlichen Schichten) reagieren meist zunächst mit Ängsten auf die vermehrte Begegnung mit Fremden, sodass vorrangig die Eliten und mobilen Mittelschichten einen globalen Verflechtungsprozess vorantreiben (vgl. Münch 1995: 211 ff.). Damit die Furcht vor dem Unbekannten bzw. vor einer Überfremdung nicht zum Ausbruch von Ausländerfeindlichkeit führt, darf eine Zuwanderung nicht in unkontrolliertem Ausmaß erfolgen. Haben die Einheimischen keine Zeit, „das Fremde kennenzulernen und zum Vertrauten zu machen“, werden sie verstärkt mit einer Abgrenzung gegenüber den Ausländern statt dem Versuch der Aufnahme interethnischer Kontakte reagieren (ebd.: 226, 216 ff.). Dies führt früher oder später dazu, dass sich auch bei den „Fremdgebliebenen“, denen die Integration in ihre *neue Heimat* versagt blieb, Identitätskonflikte entwickeln. Begleitet werden diese von einem erheblichen Konfliktpotenzial, das sich etwa in Form der Ausübung von Gewalttaten entladen kann (ebd.: 229 f.). Wie viel Zuwanderung eine Gesellschaft verträgt, wird Münchs Überlegungen zufolge mehr von Einstellungen und Wahrnehmungen der Gesellschaftsmitglieder bestimmt als von den räumlichen Kapazitäten (vgl. ebd.: 230).

3.1.4 Hartmut Esser

Esser versteht unter Integration den

„*Zusammenhalt* von Teilen in einem ‚systemischen‘ Ganzen und die dadurch erzeugte *Abgrenzung* von einer unstrukturierten Umgebung. [...] Die Integration eines Systems ist [...] über Existenz von bestimmten *Relationen* zwischen den

Einheiten und zur jeweiligen Umwelt definiert“ (Esser 2000a: 261, Hervorh. im Orig.).

Dabei kann ein System je nach der Struktur dieser Relationen mehr oder weniger integriert sein (vgl. ebd.: 262). Weiter fügt er hinzu, dass es eine Abhängigkeit bzw. Unabhängigkeit der Teile voneinander für diverse Arten von Systemen bzw. auf unterschiedliche Weise geben kann. Eine Nachbarschaft wäre zum Beispiel als soziales System integriert, wenn die Familien untereinander regelmäßigen Kontakt pflegen. Nicht integriert wäre sie dagegen, wenn die Familien trotz der räumlichen Nähe nichts miteinander zu tun haben, ergo isoliert nebeneinander her leben.

Wie Münch (1998) unterscheidet auch Esser unter Bezugnahme auf David Lockwood (1964) zwischen der sozialen Integration und der Systemintegration. Die Systemintegration ist „jene Form der Relationierung der Teile“ eines (sozialen) Systems, die sich unabhängig von den Motiven und Interessen der Individuen ergibt bzw. durchsetzt (Esser 2000a: 268 ff.). Ein System integriert sich demnach etwa durch den Staat oder den (Welt-)Markt. Einzelne Akteure können meist keinen Einfluss auf die politischen Entscheidungen oder die Marktkräfte nehmen. An diesem Punkt rückt die soziale Integration in den Fokus. Sie bezeichnet die Beziehungen der Akteure zueinander (aus deren Ausmaß sich eine unterschiedlich hohe soziale Einbettung der Individuen ergibt) sowie zum Gesamtsystem und konzentriert sich dementsprechend auf die Einstellungen und Absichten des Einzelnen (vgl. ebd.: 269 ff.).

Soziale Integration und Systemintegration können in gewissen Grenzen unabhängig voneinander variieren. Esser verdeutlicht dies anhand von Netzwerken: „Es gibt Akteure mit einer hohen und einer niedrigen Sozialintegration sowohl in stärker wie schwächer systemintegrierten Netzwerken bzw. sozialen Systemen“ (ebd.: 270). Dennoch muss beachtet werden, dass stets eine logische Verbindung zwischen sozialer und systemischer Integration in sozialen Netzwerken besteht. So kann bei einer äußerst geringen Systemintegration auch nur eine geringe Sozialintegration bei den Akteuren bestehen; umgekehrt muss beim Vorhandensein einer hohen Systemintegration und einer gewissen Mindestzahl von Akteuren gleichzeitig eine hohe Sozialintegration vor-

liegen (vgl. ebd.). In anderen sozialen Systemen (als Netzwerken) muss dagegen ein solcher Konnex zwischen der sozialen und der systemischen Integration nicht unbedingt existieren, da deren Integration nicht zwangsläufig von der Anzahl der (persönlichen) Beziehungen abhängig ist. Ein Beispiel hierfür sind Märkte, die lediglich auf bilateralen Beziehungen beruhen (vgl. ebd.). Dennoch können die Abläufe auf Märkten als „kollektive Vorgänge“ bezeichnet werden, da „jede Form der systemischen Integration sozialer Systeme [...] ein aggregiertes Ergebnis des – wie auch immer motivierten – Handelns von Akteuren“ ist (ebd.: 279). Die ablaufenden Mechanismen sind ergo unentwegt in sozialintegrative Prozesse eingebettet und steuern sich somit gegenseitig.

Wie bereits kurz erwähnt wurde, geht es bei der sozialen Integration nicht einzig um das äußerliche Funktionieren der Gesellschaft als System, sondern ebenfalls um die Beziehungen der einzelnen Akteure zueinander sowie deren Einbettung in die Gesellschaft. In diesem Zusammenhang klassifiziert Esser vier Grundprozesse der sozialen Integration: Kulturation, Platzierung, Interaktion und Identifikation (vgl. ebd.: 271 ff.; Abbildung 2).

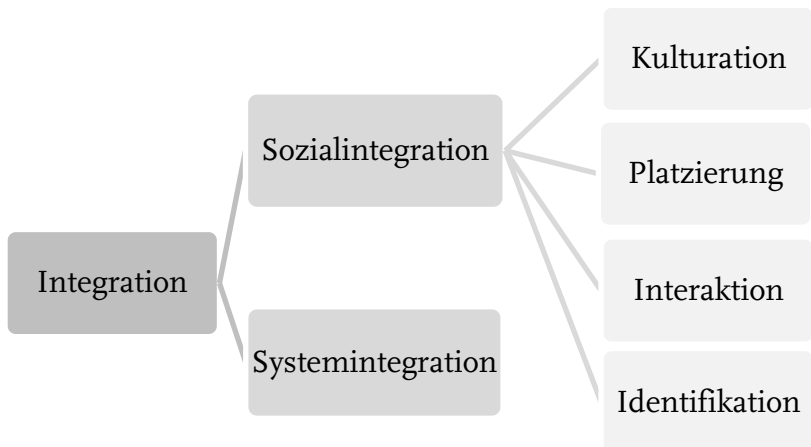


Abbildung 2: Sozial- und Systemintegration. (Eigene Darstellung, in Anlehnung an Esser 2000a: 279.)

Die *Kulturation* rekurriert auf das Wissen der Akteure, das für ein sinnhaftes und erfolgreiches Agieren bzw. Interagieren benötigt wird. Es bezieht sich ergo „auf die Kenntnis der wichtigsten Codierungen von typischen Situationen und die Beherrschung [...] des sozialen Handelns“ und stellt eine Art Humankapital⁸ dar, in das der Einzelne investieren kann oder sogar muss, wenn er z. B. für andere Personen interessant sein möchte oder an der Besetzung einer gesellschaftlich angesehenen Position interessiert ist (Esser 2000a: 272). Die Sozialintegration ist aus dem Blickwinkel der Kulturation heraus demnach ein Prozess des Erwerbs von Wissen und Kompetenzen. Darüber hinaus betrachtet Esser die Kulturation als einen Teil der Sozialisation des Menschen (vgl. ebd.).

Unter *Platzierung* wird die Einnahme einer bestimmten gesellschaftlichen Position durch einen Akteur in einem sozialen System verstanden. Zu den essenziellen Formen der Sozialintegration über die Platzierung zählen die Verleihung bestimmter Rechte (z. B. der Erhalt der Staatsbürgerschaft) sowie die Übernahme beruflicher Positionen. Das Vorhandensein von sozialer Akzeptanz ist für Esser eine grundlegende Bedingung dafür, dass die Platzierung gelingen kann. Zudem sieht er in ihr eine bedeutsame Voraussetzung für die Erlangung gesellschaftlich generell verwendbarer Mittel, vor allem in Form des ökonomischen Kapitals und des Humankapitals (vgl. ebd.: 272 f.).

Über *Interaktionen* findet zwischen den Akteuren wechselseitige Orientierung und aufeinander bezogenes Handeln statt. Soziale Beziehungen und Transaktionen betrachtet Esser als wichtige Formen des sozialen Handelns. Bei sozialen Beziehungen vollzieht sich die Abstimmung der Akteure auf der Grundlage von mehr oder weniger verbindlichen Regeln; Transaktionen sind Vorgänge des Tausches von Gütern jeder Art (vgl. ebd.: 273). Finden Interaktionen statt, so führen diese meist zu ganzen Netzen von Relationen – den sozialen Netzwerken. Je nachdem, wie dicht die Beziehungen eines bestimmten Individuums zu anderen Personen (Freunden, Lebenspartner etc.) sind, lassen sich Akteure mit verschiedenen Graden der (sozialen) Integration

⁸ Zum Humankapital zählen prinzipiell alle produktiv nutzbaren Fähigkeiten und Kenntnisse eines Menschen, z. B. sein durch Bildung erworbenes Wissen (vgl. Esser 2000b: 215).

unterscheiden. Damit die Sozialintegration über Interaktionen gelingen kann, muss der Akteur über allgemein interessierende Ressourcen, bestimmte Kompetenzen und soziale Akzeptanz verfügen sowie Gelegenheiten zur Anknüpfung und Verfestigung von Kontakten bekommen. Demzufolge sind die Kulturation und Platzierung wesentliche Bedingungen für die Sozialintegration über die Interaktion (vgl. ebd.: 273 f.).

Identifikation liegt dann vor, wenn sich ein Akteur als Teil des sozialen Gebildes betrachtet und Nationalstolz oder ein „Wir-Gefühl zu den anderen Mitgliedern der Gesellschaft oder Gruppe“ entwickelt (ebd.: 275). Esser geht davon aus, dass die Sozialintegration über Identifikation in unterschiedlichen Formen stattfinden kann und erläutert diesbezüglich die emphatische Wertintegration sowie die Hinnahme des Systems über die beiden Mechanismen der Verkettungsintegration und der Deferenzintegration (vgl. ebd.). Zur *Wertintegration* kommt es dann, wenn sich die Akteure über generell gültige Werte mit der gesellschaftlichen Ordnung identifizieren. Dies bedeutet, dass bewusste Loyalität zur Gesellschaft und ihren herrschenden Institutionen vorliegt. Äußern kann sich dies etwa in Form der Zustimmung zu den Entscheidungen der politischen Instanzen (vgl. ebd.). Typisch für moderne, funktional differenzierte Gesellschaften ist laut Esser zudem die *Verkettungsintegration*. Bei dieser wird das bestehende gesellschaftliche System durch die Individuen trotz Konfliktfronten, die aus der Kreuzung von diversen sozialen Kreisen resultieren, hingenommen. Folglich kommt es auch nicht zu einer Umwälzung der gesellschaftlichen Verhältnisse. Identitätsprobleme werden lediglich im Inneren der Akteure selbst ausgetragen, da sie trotz vorliegender Unzufriedenheit ein geregeltes Leben führen können (vgl. ebd.). Die Verkettungsintegration hängt demnach mit der Zuweisung attraktiver Positionen (Platzierung) und den damit verbundenen Belohnungen (z. B. sozialen Beziehungen oder Geld) zusammen. Gleichzeitig existiert jedoch eine untere Schicht der Gesellschaft, deren Dasein von Elend und Perspektivlosigkeit bestimmt wird. Nehmen auch diese Personen das gesellschaftliche System aufgrund der wahrgenommenen Aussichts- bzw. Machtlosigkeit kampflos hin, spricht Esser von einer *Deferenzintegration* (vgl. ebd.: 276 f.).

Ferner bestimmt Esser (2006a: 26 f.) zusätzlich vier inhaltliche Dimensionen, die auf die Grundprozesse der sozialen Integration rekurrieren: die kulturelle Dimension (bezogen auf die Kulturation), die strukturelle Dimension (bezogen auf die Platzierung), die soziale Dimension (bezogen auf die Interaktion) sowie die emotionale Dimension (bezogen auf die Identifikation). Unter der *kulturellen* bzw. *kognitiven* Dimension wird im Sinne der Assimilation die Angleichung an die Aufnahmegesellschaft hinsichtlich des Wissens und der Kompetenzen verstanden. Dies geschieht, indem Migranten beispielsweise die Landessprache des Aufnahmestaates erlernen. Die *strukturelle* Dimension umfasst die Besetzung von Positionen in den diversen Funktionssystemen (z. B. auf dem Arbeits- und Wohnungsmarkt) sowie die Inanspruchnahme bzw. Gewährung grundlegender Rechte und Pflichten. Mit der *sozialen* Dimension ist die Aufnahme von interethnischen Kontakten und sozialen Beziehungen mit den Einheimischen sowie einer Angleichung in den Beziehungsmustern (z. B. im Heiratsverhalten) gemeint und die *emotionale* Dimension nimmt schließlich Bezug auf die gefühlsmäßige Identifikation mit der Aufnahmegesellschaft sowie der Entwicklung von Loyalität gegenüber dieser (vgl. ebd.: 26; Esser 2000c: 27).

Gelingt die Integration nicht, kann dies laut Esser ebenso wie bei Münchs (2001) Konzeptionierung desintegrierende Prozesse zur Folge haben. Er unterscheidet dabei zwei Formen der Desintegration: die Segmentation und den Zerfall eines sozialen Systems. *Segmentation* bezeichnet die Aufspaltung eines einheitlichen sozialen Systems in getrennte, eigenständig operierende Teile. Dies ist beispielsweise dann der Fall, wenn sich innerhalb einer weiter bestehenden Gesellschaft zusätzlich neue *Sub-Gesellschaften* entwickeln. Man denke in diesem Zusammenhang etwa an die Entstehung ethnischer Gemeinden durch die Immigration größerer, kulturell unterschiedlicher Gruppen. Hierzu- lande trifft dies unter anderem auf die türkische Bevölkerung zu (vgl. Esser 2000a: 280 f.). Daneben kann ebenso eine *Abspaltung* zur Segmentation führen. Auf diese Weise entstehen – so wie bei der Trennung von Tschechien und der Slowakei im Jahr 1993 – neue, eigenständige Gesellschaften. Zum *Zerfall* eines Systems kommt es dagegen immer dann, wenn sich die charakteristischen Relationen (z. B. Tauschbezie-

hungen oder Herrschaften) auflösen (vgl. ebd.: 281). Am Anfang dieses Prozesses steht meist eine Unzufriedenheit der Bürger, infolge derer die Regierung repressive Maßnahmen ergreift, damit das System zunächst weiterhin bestehen bleibt. Esser nennt diesbezüglich als Beispiel den Niedergang der DDR (vgl. ebd.: 282).

Neben den eben dargestellten Leitgedanken zur Integration beschäftigte sich Esser im Speziellen mit der Integration von Migranten und ethnischen Minderheiten. Hierbei geht er erneut von zwei verschiedenen Bedeutungen des Integrationsbegriffs aus: Zum einen kann der Zusammenhalt bzw. das Funktionieren einer Gesellschaft im Mittelpunkt stehen (Systemintegration), zum anderen kann die Eingliederung der verschiedenen Mitglieder von ethnischen Gruppen in die Aufnahmegesellschaft gemeint sein (Sozialintegration) (vgl. ebd.: 286).

Die *Sozialintegration* kann sich laut Esser auf das Herkunftsland, das Aufnahmeland sowie die ethnische Gemeinde im Aufnahmeland beziehen. Auf Grundlage dieser Annahme legt er vier Typen der Sozialintegration von Migranten fest (vgl. ebd.: 287; siehe auch Berry 1997: 10):

- Mehrfachintegration (Integration in die Aufnahme- und Herkunftsgesellschaft bzw. die ethnische Gemeinde)
- Assimilation (Integration in die Aufnahmegesellschaft unter Aufgabe der Integration in die ethnische Herkunftsgesellschaft bzw. die ethnische Gemeinde)
- Segmentation (Integration in die Herkunftsgesellschaft bzw. ethnische Gemeinde, jedoch nicht in die Aufnahmegesellschaft)
- Marginalität (Ausschluss aus der Aufnahme- und Herkunftsgesellschaft bzw. der ethnischen Gemeinde).

Eine Integration von Migranten in das Aufnahmeland ist demnach nur durch eine Mehrfachintegration oder eine Assimilation möglich (vgl. Tabelle 1).

		Sozialintegration in die Aufnahmegesellschaft	
		Ja	Nein
Sozialintegration in die Herkunftsgesellschaft bzw. in die ethnische Gemeinde	Ja	Mehrfachintegration	Segmentation
	Nein	Assimilation	Marginalität

Tabelle 1: Typen der Sozialintegration von Migranten. (Eigene Darstellung, in Anlehnung an Esser 2000a: 287.)

Esser geht davon aus, dass eine *Mehrfachintegration* zwar wünschenswert ist, aber nur selten gelingt, da sie eine soziale Integration in mehrere, kulturell und sozial unterschiedliche Bereiche gleichzeitig erfordert. Die meisten Migranten hätten aber beispielsweise keinen Zugang zu den Lern- und Interaktionsgelegenheiten, die hierfür vonnöten sind (vgl. Esser 2001: 20 f.). Lediglich Kindern von Akademikern, die zweisprachig aufwachsen, eröffnet sich Essers Meinung zufolge die Möglichkeit einer „multikulturellen Sozialintegration“ (Esser 2000a: 288). In den meisten Fällen allerdings sind die Akteure in eine Gesellschaft resp. in eine ethnische Gemeinde stärker integriert als in die andere, sodass eine Sozialintegration in das Aufnahmeland in der Regel durch die Assimilation erfolgt (vgl. ebd.).

Unter dem Begriff der *Assimilation* versteht Esser die „Angleichung der verschiedenen Gruppen in bestimmten Eigenschaften“ (z. B. des Sprachverhaltens) (ebd.: 288). Eine Assimilation auf dem Arbeitsmarkt liegt demnach etwa dann vor, wenn die unterschiedlichen Gruppierungen das gleiche Muster der Inklusion aufweisen, indem sie gleichgroße Anteile an der Verteilung auf die Branchen der Wirtschaft besitzen. Soziale Ungleichheiten sind hierbei nicht ausgeschlossen, müssen jedoch jede ethnischen Gruppen gleichermaßen betreffen (vgl. ebd.).

Eine *Segmentation* tritt häufig dadurch in Erscheinung, dass sich ethnische Gemeinden oder Ghettos in (vorzugsweise infrastrukturschwachen) innerstädtischen Gebieten etablieren und dabei insbesondere für die erste Generation der Immigranten als „Auffangstation“ dienen (Esser 2001: 20). Indem sie die Belastungen, die durch die Migrationssituation entstehen, reduzieren können, besitzen sie somit einerseits eine sozialintegrative Funktion, beeinträchtigen aber andererseits eine Sozialintegration in die Aufnahmegesellschaft. Zudem stellen ethnische Gemeinden, sofern sie eine gewisse Größe und Vielfalt aufweisen, auch für die Folgegenerationen eine Alternative der Lebensgestaltung dar und können folglich zum Ausgangspunkt einer dauerhaften Abspaltung der ethnischen Gruppen werden (vgl. ebd.).

Darüber hinaus kann es vorkommen, dass ein Akteur weder im Aufnahme- noch im Herkunftsland bzw. einer ethnischen Gemeinde integriert ist. Dieser Ausschluss aus allen sozialintegrativen Bereichen wird auch als *Marginalität* bezeichnet (vgl. ebd.). Laut Esser kann es diese in allen vier Dimensionen der Sozialintegration geben, indem z. B. die Sprache des Aufnahmelandes nicht beherrscht wird (Kulturation), keine akzeptable Position auf dem Arbeitsmarkt eingenommen werden kann (Platzierung), keine sozialen Beziehungen unterhalten werden (Interaktion) und man sich mit keiner Gesellschaft identifiziert (Identifikation) (vgl. Esser 2000a: 277 f., 287).

Nicht besprochen wurde bisher, an welche Bedingungen eine *Systemintegration* der gesamten Gesellschaft (inkl. ihren Untergruppen) geknüpft ist. Laut Essers Konzept liegt diese dann vor, „wenn sich die verschiedenen Gruppen, Einheimische untereinander und Ausländer der unterschiedlichen Herkunftsländer und Kulturen, in gleichgewichtigen, relativ spannungsfreien [...] Relationen zueinander befinden“ (ebd.: 290). Diese Beziehungen entstehen über das systemintegrierte Wirken der Märkte, vor allem durch die Waren- und Arbeitsmärkte. Hierfür wird allerdings, so Esser, weder eine Loyalität zum Aufnahmeland noch die Knüpfung von interethnischen Kontakten vorausgesetzt, da beispielsweise auch die Migranten einer Arbeit nachgehen können, die innerhalb einer ethnischen Gemeinde leben und emotional noch stark mit ihrem Herkunftsland verbunden sind. Es genügt daher eine

Hinnahme des gesellschaftlichen Systems durch die Akteure (vgl. ebd.: 290 f.).

Ist eine Gesellschaft systemintegriert, können im Alltag zwar immer wieder Spannungen auftauchen, doch führen diese nicht zu gehaltvollen Auseinandersetzungen zwischen den verschiedenen Gruppen. Liegt jedoch keine Systemintegration vor, kann es zu größeren Konflikten zwischen den verschiedenen Gruppierungen kommen. Esser zählt hierzu auch diverse Regionalkonflikte, wie sie etwa zwischen Ost- und Westdeutschland nach der Wiedervereinigung auftraten (vgl. ebd.: 291 f.).

3.1.5 Resümee

Die vorangegangene Vorstellung ausgewählter zeitgenössischer Integrationstheorien hatte zum Ziel, einen kurzen Einblick in die unterschiedlichen Betrachtungsweisen zu geben, aus denen heraus sich bislang mit der Integration von Gesellschaften beschäftigt wurde. Begonnen wurde dabei mit Habermas (1981a, 1981b), der einen reinen Systemcharakter der Gesellschaft anzweifelt und daher zwischen dem System und der Lebenswelt differenziert. Als systemische Komponenten werden dabei insbesondere die Politik sowie die Wirtschaft aufgefasst, die durch erfolgsorientiertes bzw. strategisches Handeln gekennzeichnet sind. Soziale Integration kann jedoch nur über verständigungsorientiertes Handeln sowie einen gesellschaftlich verankerten Wertekonsens hergestellt werden (vgl. Imbusch / Rucht 2005: 79).

Luhmann (2005) widerspricht dieser Ansicht, indem er den Integrationsbegriff in der autopoietischen Systemtheorie verortet und zugleich davon ausgeht, dass Normen und Werte in modernen Gesellschaften keinen übergreifenden Integrationsmechanismus mehr besitzen (vgl. ebd.: 12, 73 ff.; Vlašić / Brosius 2002: 96). Für ihn besteht die Gesellschaft aus verschiedenen ausdifferenzierten Teilsystemen (z. B. Politik, Wissenschaft und Recht), die sich selbst reproduzieren. Integration bedeutet aus diesem Blickwinkel heraus, dass eine strukturelle Kopplung zwischen verschiedenen Teilsystemen vorliegt. Zudem beschreibt Luhmann mit dem Begriff der Multiinklusion, dass jeder Akteur an mehreren Subsystemen partizipieren sollte, um seine Bedürf-

nisse befriedigen zu können (vgl. Sutter 2002: 126). Da Kommunikation die Basis für ein funktional differenziertes System darstellt, tragen auch die Massenmedien zur Integration bei, indem sie sowohl in den diversen Teilsystemen als auch in einfachen Interaktionssystemen (etwa bei Gesprächen unter Freunden) für Anschluss sorgen (insofern über die in den Medien veröffentlichten Themen kommuniziert wird). Folglich wird den Massenmedien von Luhmann eine gesellschaftliche Funktion zugesprochen (vgl. Reinhardt / Jäckel 2002: 85; Luhmann 1997: 1103).

Münch (1998), der zwischen einer sozialen und systemischen Integration unterscheidet, geht von verschiedenen gesellschaftlichen Teilsystemen aus, die miteinander verflochten sind und durch grenzüberschreitende Kommunikation zusammengehalten werden. Zugleich betrachtet er die Integrationsthematik nicht mehr vorrangig aus nationaler Perspektive, sondern erhebt sie zu einer globalen Angelegenheit und plädiert aus diesem Grund für die Herausbildung einer offenen und differenzierten Mehrebenengesellschaft. Außerdem macht er den dynamischen Prozesscharakter der Integration deutlich, infolgedessen das Verhältnis zwischen der Freiheit der Einzelnen und der sozialen Bindung fortwährend neu ausbalanciert werden muss. Weiterhin plädiert er bezüglich der Integration von Migranten für den Ausbau von Solidarität und betont, dass vorrangig die Eliten und mobilen Mittelschichten dazu beitragen, den globalen Verflechtungsprozess voranzutreiben.

Zuletzt wurde der Integrationsansatz von Esser (2000a) dargestellt. Laut diesem können neben der Systemintegration vier Grundprozesse der sozialen Integration klassifiziert werden: die Kulturation, die Platzierung, die Interaktion sowie die Identifikation. Aufbauend auf dieser Kategorisierung legt Esser ein umfassendes Konzept zur Integration ethnischer Minderheiten vor und unterscheidet dabei zwischen der Mehrfachintegration, der Assimilation, der Segmentation sowie der Marginalität. Da die Integration von Zuwanderern in der vorliegenden Arbeit ebenfalls primär auf der sozialen Ebene betrachtet wird und sich der von Esser aufgestellte Ansatz gut auf die festgesetzten Forschungsfragen übertragen lässt, wird auf diesen bei der Operationalisierung noch einmal zurückgegriffen werden (vgl. Kap. 5).

3.2 Integration durch Medien

Während zur Integration von Gesellschaften bereits viele Theorien vorliegen, rückte die mediale Integration, insbesondere in Bezug auf ethnische Minderheiten, erst in den letzten dreißig Jahren verstärkt in den Mittelpunkt der Forschung.

Auf den ersten Blick gehören Medien nicht unbedingt zum Kernbereich der Integration, die oftmals vor allem über das Bildungssystem verwirklicht werden soll. Dennoch ist nicht abzustreiten, dass ihnen durchaus eine bedeutsame Rolle im Integrationsprozess zukommen kann (vgl. Geißler / Pöttker 2006: 16). Ebendiese erfuhr insbesondere durch die stetige Weiterentwicklung der Medienlandschaft in den letzten Jahrzehnten einige Veränderungen. Waren Medien früher in der Regel eng mit gesellschaftlichen Gruppen verbunden (man denke z. B. an die Partei- oder Kirchenpresse) und somit auch ökonomisch von diesen abhängig, finanzieren sie sich heute meist selbstständig. Sie sind somit nicht gezwungen, die Interessen von bestimmten Organisationen bzw. Institutionen zu vertreten (vgl. Jarren 2000: 36). Vielmehr versuchen sie, auf die Präferenzen des Publikums einzugehen, um einen möglichst hohen finanziellen Gewinn zu erzielen. Dies wiederum führt zu einer Expansion der medialen Angebote und fördert eine individualisierte Mediennutzung. Jarren (ebd.) nimmt bezüglich dieser Entwicklungen an, dass sie das Integrationspotenzial von Medien gefährden bzw. vermindern können. Zugleich können die Massenmedien allerdings insofern einen relevanten Faktor bei der Integration von Ausländern darstellen, als sie diesen etwa die Möglichkeit zur Partizipation an sozialen Kontexten und gesellschaftlichen Ereignissen bieten (vgl. Göttlich 2000: 38). Darüber hinaus darf die Darstellung der Migranten in den Medien nicht vernachlässigt werden, weil diese möglicherweise ebenso mit der Integrationsleistung einhergehen kann (vgl. Geißler 2000: 131). Hierauf wird in Kapitel 4 dieser Arbeit noch einmal zurückzukommen sein.

Bei der vorangegangenen Vorstellung verschiedener Integrationstheorien wurde bereits auf die Unterscheidung zwischen der Sozial- und Systemintegration eingegangen. Dabei wurde deutlich, dass bei der Systemintegration das Zusammenspiel sozialer Teilsysteme aus

einem funktionalistischen Blickwinkel heraus betrachtet wird, während bei der sozialen Integration die Handlungen der Individuen in den Fokus gerückt werden (vgl. Gerhards / Lengfeld 2013: 21; Trebbe 2009: 27). Hierzu muss ergänzt werden, dass die beiden Integrationswege nicht immer trennscharf voneinander unterscheidbar sind, da beispielsweise soziale Systeme erst durch individuelle Handlungen entstehen und jeder Einzelne wiederum in strukturierten Situationen, das heißt innerhalb eines Systems, diverse Handlungen vollzieht (vgl. Vlašić 2004: 89; Vlašić / Brosius 2002: 101). Liegt, so wie bei dieser Arbeit, das Forschungsinteresse auf den Massenmedien, ist nicht abzustreiten, dass beide Perspektiven eine gewisse Relevanz aufweisen. Hinsichtlich der Integration von gesellschaftlichen Gruppen rücken allerdings insbesondere die Handlungen, Meinungen und Interaktionen von Individuen in das Zentrum des Interesses (vgl. Trebbe 2009: 27). Folglich soll im empirischen Teil dieser Dissertation die soziale Integration im Fokus stehen.

Wissenschaftler, die sich in ihren Arbeiten detailliert mit der Integration durch Medien auseinandergesetzt haben, taten dies bislang meist im Zusammenhang mit einer Untersuchung der Darstellung von ethnischen Minderheiten in den Medien oder einer Erhebung der Medienutzung von Migranten (vgl. Kap 4). Zunächst sollen an dieser Stelle jedoch zwei Konzepte betrachtet werden, die sich grundlegend der medialen Integration (Geißler 2010, 2005a, 2000; Geißler / Pöttker 2006, 2005a) bzw. der Integrationsfunktion der Massenmedien (Vlašić 2004) zuwenden. Anschließend wird zudem ein Blick auf die internationale Forschung geworfen (Kap. 3.2.3).

3.2.1 Das Konzept der medialen Integration (Geißler)

Rainer Geißler zählte zu den Ersten, die sich intensiv mit der Frage auseinandersetzten, welche Rolle die Medien bei der Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland spielen. Sein Konzept der medialen Integration umfasst dabei drei miteinander verschränkte Aspekte (vgl. Geißler 2010: 8 f.; Geißler / Pöttker 2005a: 7 ff.):

- den Beitrag der Massenmedien zur Integration der Menschen mit Migrationshintergrund in die deutsche Gesellschaft
- die Integration der Menschen mit Migrationshintergrund in das Mediensystem sowie
- die Integration der ethnischen Minderheiten in die medial hergestellte Öffentlichkeit.

Geißler berücksichtigte in seinen Überlegungen stets, dass in der Bundesrepublik Deutschland ein „ethnisch plurales Mediensystem“ existiert (Geißler 2005a: 71). Dies bedeutet, dass neben den Mehrheitsmedien diverse Ethnomedien für die bzw. von den ethnischen Minderheiten produziert werden, die speziell an deren Interessen ausgerichtet sind (s. hierzu auch Kap. 4.5.1). Gleichzeitig bringt eine solche pluralistische Medienstruktur eine ethnische Pluralisierung der Öffentlichkeit mit sich; außer der dominanten Mehrheitsöffentlichkeit gibt es dementsprechend ebenso kleinere ethnische Teilöffentlichkeiten (vgl. ebd.: 71 f.). Dass ein Großteil der Menschen mit Migrationshintergrund vermutlich sowohl deutsche Medien als auch Ethnomedien nutzt, führt somit in einigen Bereichen zu einer Überlappung der deutschen und ethnischen Teilöffentlichkeiten. Anders herum dagegen bleiben die Inhalte der überwiegend fremdsprachlichen Ethnomedien den deutschen Bürgern aufgrund von Sprachbarrieren meist verschlossen (vgl. ebd.: 72).

Wie Esser (2000a) bestimmt auch Geißler verschiedene Formen der Integration bzw. „Nicht-Integration“ und projiziert diese auf die Medien, sodass drei Typen der medialen Integration identifiziert werden können (Geißler 2005a: 72):

- die mediale Segregation
- die assimilative mediale Integration
- und die interkulturelle mediale Integration.

Eine *mediale Segregation* liegt vor, wenn die ethnischen Minderheiten hauptsächlich Ethnomedien rezipieren. Zur Folge hat eine derartige Mediennutzung, dass sich ethnische Teilöffentlichkeiten herausbilden, die von der Aufnahmegesellschaft resp. ihrer dominanten Öffentlichkeit isoliert sind (vgl. ebd.). Da die Ethnomedien entweder im Herkunftsland

der Ausländer hergestellt werden oder üblicherweise zumindest stark an der Herkunftskultur der Ausländer orientiert sind, kann es vorkommen, dass sie weder Informationen über Deutschland enthalten noch Hilfe bei der Bewältigung von Integrationsproblemen bieten. Als Beispiel nennt Geißler in Deutschland lebende Türken, die ausschließlich Medien konsumieren, die in der Türkei für die dortigen Einheimischen produziert werden. Zudem zeichnet sich eine mediale Segregation dadurch aus, dass die ethnischen Minderheiten nicht an der Herstellung der deutschen Mehrheitsmedien beteiligt sind und die Berichterstattung über sie meist negativ ausfällt (vgl. ebd.: 72 f.).

Die *assimilative mediale Integration* stellt das Gegenteil zur medialen Segregation dar. In diesem Fall existieren keine Ethnomedien und somit auch keine ethnischen Teilöffentlichkeiten, da die Ausländer hauptsächlich deutsche Medien nutzen. Darüber hinaus sind die ethnischen Minderheiten im sozialstrukturellen Bereich institutionell integriert, indem sie etwa als Journalisten oder Eigentümer angemessen in der „Institution Medien“ repräsentiert sind (ebd.: 73). Weiterhin wird bei einer assimilativen Konzeptionierung davon ausgegangen, dass Menschen mit Migrationshintergrund sozialkulturell angeglichen sind. Demzufolge vertreten sie weder innerhalb des deutschen Mediensystems ethnospezifische Interessen noch besitzen Medieninhalte ethnospezifische Bezüge (vgl. ebd.).

Sollen die integrativen Anforderungen an die Aufnahmegesellschaft mit den sozialkulturellen Bedürfnissen der ethnischen Minderheiten zusammengebracht werden, erscheinen beide soeben beschriebenen Modelle ungeeignet zu sein: Die mediale Segregation blockiert eine erfolgreiche Integration der Ausländer, während die assimilative mediale Integration den Interessen der Migranten widerspricht, die weiterhin mit ihrer Herkunftskultur verbunden bleiben möchten. Aus diesem Grund plädiert Geißler für das Konzept einer interkulturellen medialen Integration, bei dem die Mehrheit und die existierenden Minderheiten miteinander verknüpft sind und interkulturelle Kommunikation vorherrscht (vgl. ebd.: 73 f.).

Die Idee der *interkulturellen (medialen) Integration* rekurriert auf das Konzept des kanadischen Multikulturalismus und basiert auf dem

Grundsatz „unity-within-diversity“ (Fleras / Elliott 2002: 40), zu Deutsch „Einheit-in-Verschiedenheit“ (Geißler 2010: 9). Dieser Leitgedanke drückt aus, dass ethnische Minderheiten einerseits das Recht haben sollen, ihre kulturellen Traditionen zu erhalten, sich aber andererseits an die Grundwerte und Gesetze des Aufnahmelandes anpassen müssen. Daneben wird das Erlernen der Sprache des Aufnahmelandes als relevante Basis der gegenseitigen Verständigung angesehen (vgl. ebd.; Geißler / Weber-Menges 2013: 274). Des Weiteren zeichnet sich die interkulturelle Integration dadurch aus, dass alle ethnischen Gruppen die gleichen Chancen auf eine Teilhabe in den wichtigen Bereichen der Aufnahmegesellschaft (hierzu zählen auch die Medien) besitzen; gleichzeitig herrscht eine aktive Akzeptanz von Migranten vor (vgl. Geißler 2010: 9; Geißler 2000: 130). Diese *aktive Akzeptanz* bedeutet für Geißler, dass die Gesellschaft des Aufnahmelandes die Notwendigkeit einer gesteuerten Einwanderung aus demografischen und ökonomischen Gründen sowie humanitären Verpflichtungen heraus erkennt und die Einsicht vorliegt, dass die Integration von Migranten nicht von allein gelingt, sondern gesellschaftlicher und politischer Anstrengungen bedarf (vgl. ebd.; Geißler / Weber-Menges 2013: 275 f.; Geißler 2005b: 65 f.). Überdies sollte toleriert werden, dass die sozialstrukturelle Gleichstellung der Zugewanderten für eine erfolgreiche Integration notwendig ist (vgl. ebd.).

Aus diesen Überlegungen geht hervor, dass die kulturelle Integration als ein wechselseitiger Prozess aufgefasst wird, bei dem sowohl an die Migranten als auch die Aufnahmegesellschaft bestimmte Anforderungen gestellt werden. Nur so kann ein dauerhaftes Gleichgewicht zwischen den Bedürfnissen der ethnischen Minderheiten auf die Anerkennung ihrer soziokulturellen Besonderheiten und der Forderung der Mehrheit „nach Kenntnis [...] des gemeinsamen rechtlichen, kulturellen und sozialen Rahmens“ seitens der Zugewanderten entstehen (Geißler / Weber-Menges 2013: 274). Gleichzeitig schließt eine interkulturelle Integration jedoch nicht aus, dass sich langfristig bzw. über die Generationen hinweg Assimilationsprozesse vollziehen und sich positiv auf das gesellschaftliche Leben auswirken (vgl. Geißler 2010: 10; Geißler / Weber-Menges 2009: 27).

Um eine mediale interkulturelle Integration zu konzipieren, überträgt Geißler die eben skizzierten Prinzipien auf den Bereich der Medien und unterscheidet dabei zwischen der Medienproduktion, den Medieninhalten sowie der Mediennutzung.

Ethnische Minderheiten sind dann in die *Medienproduktion* integriert, wenn sie möglichst proportional – das heißt entsprechend ihrem Anteil an der Gesamtbevölkerung – als Redakteure, Moderatoren, Programmdirektoren o. Ä. in den Herstellungsprozess der Medien eingebunden sind. Dabei bringen sie ihre Sichtweisen, Probleme und Interessen in die Produktion ein und vermitteln der Öffentlichkeit Informationen über ihre ethnische Gruppe. Auf diese Weise verkörpern die Migranten einen wichtigen Faktor des Pluralismus im deutschen Mediensystem: die Ethnodimension. Diese nimmt neben anderen bestehenden Dimensionen (z. B. denen der Geschlechter oder Altersgruppen) eine gleichberechtigte Position ein (vgl. Geißler 2010: 11; Geißler 2005a: 74). Zusätzlich existieren laut diesem Modell außer den „ethnopluralen deutschen Medien“ diverse Ethnomedien (Geißler 2005a: 74, vgl. auch Kap. 4.5.1). Um deren Inhalte interkulturell integrativ zu formen, werden sie von Migranten, die Kenntnissen über die Aufnahmegesellschaft besitzen, (mit-)produziert (vgl. ebd.).

Die *Medieninhalte* der deutschen Mainstreammedien sind dann interkulturell integrativ, wenn sie sich bei der Darstellung von ethnischen Minderheiten am Prinzip der oben erläuterten aktiven Akzeptanz orientieren. Folglich verdeutlichen sie zum einen den Sinn und Nutzen der Aufnahme von Ausländern und gehen zum anderen auf die Notwendigkeit der Asylgewährung bei Flüchtlingen ein. Weiterhin wird ethnische Diversität als gesellschaftliche Normalität betrachtet, wodurch auch die Toleranz gegenüber ethnischen Besonderheiten zu den Leitlinien der Berichterstattung gehört (vgl. ebd.: 74 f.; Geißler 2010: 10). Darüber hinaus wird den Medien die Aufgabe zuteil, im Sinne des Medienpluralismus den unterschiedlichen miteinander lebenden Gruppen Wissen übereinander zu vermitteln. So erhält beispielsweise die deutsche Bevölkerung Kenntnisse über die ethnischen Minderheiten, während diese wiederum die aktuellen Vorgänge in der Bundesrepublik wahrnehmen und verstehen können (vgl. Geißler 2005a: 75).

Um den Migranten einen Anreiz zur Nutzung national produzierter Mehrheitsmedien zu bieten, sollten sich die ethnischen Minderheiten Geißler zufolge in diesen wiederfinden können. Das ist etwa dann der Fall, wenn Migranten als Schauspieler oder Gesprächspartner in Talkshows auftauchen (vgl. Geißler 2010: 10). Schwierigkeiten und Probleme der multiethnischen Einwanderungsgesellschaft dürfen dabei durchaus thematisiert und Teil des öffentlichen Diskurses werden, sollen als Medieninhalte jedoch nicht dominieren, sondern in einer ausgewogenen Balance mit einer positiven Berichterstattung über ethnische Minderheiten stehen (vgl. ebd.; Geißler 2005a: 75). Ethnomedien stellen in diesem Zusammenhang eine wichtige Ergänzung der Massenmedien dar, die als Brücke zur Heimat dienen. Sie decken das Bedürfnis nach emotionalen und informativen Kontakten zum Heimatland der Migranten und können Integrationshilfen bei spezifischen Problemen in der Aufnahmegesellschaft bieten. Somit spielen sie eine ähnliche Rolle wie Frauen-, Jugend- oder Männerzeitschriften. Zu beachten ist, dass die Ethnomedien thematisch nicht ausschließlich auf die Herkunftskultur konzentriert sein oder das Aufnahmeland unentwegt in ein schlechtes Licht rücken sollten (vgl. Geißler / Pöttker 2006: 24).

Doch auch, wenn die Ethnomedien wertneutral über das Aufnahmeland berichten, schaffen sie es meist nicht, umfassend und vielseitig genug über die dortigen Entwicklungen zu informieren. Ergo ist eine *Nutzung* deutscher Medien für Migranten unabdingbar. Nur so erlangen die ethnischen Minderheiten die Kenntnisse über die Vorgänge im Aufnahmeland, die sie benötigen, um ihre Teilnahmekancen auf dem Arbeitsmarkt, im Bildungssystem, in der Politik und anderen Institutionen richtig wahrzunehmen und sich schließlich sozialstrukturell zu integrieren. Angesichts der Vor- und Nachteile von Mehrheits- und Ethnomedien kann die komplementäre Nutzung beider Medientypen als interkulturell integrativ angesehen werden (vgl. Geißler 2010: 11; Geißler 2005a: 76). Positiv auf die Integration auswirken würde sich zudem eine Nutzung der Ethnomedien durch die Aufnahmegesellschaft. Geißler sieht eine solche Erwartung jedoch als unrealistisch an. Umso bedeutsamer ist daher eine angemessene Präsentation der Migranten in den deutschen Medien (vgl. Geißler 2005a: 76).

Abschließend verdeutlicht Tabelle 2 zusammenfassend die Merkmale des Konzepts der interkulturellen medialen Integration durch einen Vergleich mit der assimilativen medialen Integration sowie der medialen Segregation.

		Assimilative mediale Integration	Interkulturelle mediale Integration	Mediale Segregation
Medienproduktion	Mehrheitsmedien	Angemessene Vertretung ethn. Minderheiten; sozialkulturell assimiliert (d. h. ohne Vertreter ethnospezifischer Besonderheiten)	Proportionale Vertretung von Angehörigen ethn. Minderheiten, die ethnospezifische Besonderheiten repräsentieren	Angehörige ethnischer Minderheiten nicht vertreten
	Ethnomedien	-----	Erfolgt durch Angehörige ethn. Minderheiten, die zumindest auch teilweise mit der Aufnahmegesellschaft vertraut sind	Erfolgt durch Angehörige ethn. Minderheiten im Herkunfts- oder Aufnahmeland
Medieninhalte	Mehrheitsmedien	Kein ethnospezifischer Bezug	Beiträge, die die Akzeptanz ethn. Minderheiten fördern; Ethnodimension des Medienpluralismus; ausgewogene Berichterstattung über ethnische Minderheiten	Ethnische Minderheiten werden negativ verzerrt dargestellt
	Ethnomedien	-----	Fremd- oder zweisprachig, herkunfts- und aufnahmelandorientiert	Fremdsprachig, ausschließlich herkunftsorientiert
Mediennutzung ethn. Minderheiten	Mehrheitsmedien	Ausschließlich Mehrheitsmedien	Mehrheits- und Ethnomedien	-----
	Ethnomedien	-----		Ausschließlich Ethnomedien

Tabelle 2: Vergleich der assimilativen medialen Integration, der interkulturellen medialen Integration und der medialen Segregation. (Eigene Darstellung, in Anlehnung an Geißler 2005a: 78.)

3.2.2 Das Konzept der Integration durch Massenmedien (Vlašić)

Auch Vlašić beschäftigte sich mit der Integrationsleistung von Medien. Für sein Konzept führte er eine Synopse verschiedener, bereits bestehender Integrationsansätze durch und bestimmte auf dieser Grundlage fünf zentrale Dimensionen der Integrationsfunktion von Massenmedien (vgl. Vlašić 2004: 67):

- die Bereitstellung gemeinsamer Themen bzw. einer Wissensbasis
- das Ermöglichen von Repräsentation
- das Konstituieren von (politischer) Öffentlichkeit
- die Vermittlung gemeinsamer Werte und Normen sowie
- die Konstruktion von Realität.

Die *Bereitstellung gemeinsamer Themen* ist dabei für Vlašić die essenzielle Aufgabe der Massenmedien. Dahinter steht die Annahme, dass mediale Inhalte informativer oder unterhaltsamer Natur als kommunikative Grundlage für die interpersonale Kommunikation dienen (vgl. ebd.: 70). Sie stellen somit Anknüpfungspunkte für zwischenmenschliche Gespräche bereit – sei es der Small Talk beim Frisörbesuch oder eine Unterhaltung zwischen Freunden resp. Familienmitgliedern – und tragen somit sowohl zur Reduktion von Konversationslücken als auch zur Erleichterung der Kontaktaufnahme mit (bisher) fremden Personen bei. Darüber hinaus bieten Medien den Individuen Anhaltspunkte dafür, was die Mitmenschen wissen (können) und welche Mehrheitsmeinungen aktuell (vermutlich) in der Gesellschaft vorherrschen (vgl. ebd.: 70 f.). Auf diese Weise können Medien das Verhalten des Einzelnen beeinflussen, da sich etwa laut der Theorie der Schweigespirale von Noelle-Neumann (1980) Menschen aus Angst vor einer sozialen Isolation überwiegend zu einer öffentlich dominierenden Meinung bekennen, auch wenn sie eigentlich einen anderen Standpunkt besitzen. Weiterhin vermerkt Vlašić, dass sich die Medien auch negativ auf die interpersonale Kommunikation auswirken können, wenn diese beispielsweise infolge der Rezeption (z. B. durch das ausgedehnte Schauen von TV-Sendungen) ausbleibt.

Im Hinblick auf die Integration von Ausländern räumt Vlašić, ähnlich wie Geißler (2005a, Kap. 3.2.1), der *Repräsentation* der ethnischen Minderheiten in den Medien eine besondere Bedeutung ein und präzisiert dies anhand von zwei Argumentationslinien. Zunächst einmal hängt die rationale und emotionale Verbundenheit eines Individuums mit der Gesellschaft davon ab, inwiefern es „sich als Teil des Ganzen erleben kann“ (Vlašić 2004: 74; vgl. auch Smend 1956). Massenmedien können in diesem Zusammenhang als bedeutsame Instanz angesehen werden, die dazu dient, Erfahrungen zu machen, die über die bestehenden Primärkontakte hinausgehen. Der Einzelne findet seine Lebenseinstellung, seine Meinung oder Ähnliches in den Medien wieder und kann sich so als Glied der Gesellschaft wahrnehmen (vgl. Vlašić 2004: 74). Die zweite Argumentationslinie rückt die Toleranz des Einzelnen gegenüber seiner (sozialen) Umwelt in den Fokus. Werden die unterschiedlichen Gruppen einer Gesellschaft angemessen in den Medien repräsentiert, so erhalten die Individuen auch beim Ausbleiben persönlicher Begegnungen Wissen übereinander, welches die Akzeptanz gegensätzlicher Haltungen fördern kann. Die stärkste Form der Repräsentation sieht Vlašić – neben einem nicht realisierbaren Auftreten aller Individuen in den Massenmedien – in der medialen Präsenz von Elite-Personen (z. B. Politikern, Schauspielern oder anderen Prominenten). Indem jene die Interessen der einzelnen Bürger vertreten, können sich diese wiederum mit den Medienakteuren identifizieren und sehen sich in den Medien vertreten (vgl. ebd.).

Die Herausbildung einer politischen *Öffentlichkeit* erfüllt Vlašić zufolge die „Funktion der Legitimation politischer Herrschaft“ und dient den repräsentativen Akteuren dazu, ihre Ansichten nach außen hin bekannt zu machen (ebd.: 76). Medien stellen diesbezüglich das Informationssystem der Gesellschaft dar, weil sie den Informationsfluss sichern und die Vorgänge in der Politik transparenter machen. Die Integrationsfunktion bemisst sich unter diesem Aspekt insbesondere daran, in welchem Maß die Medien eine problemlose Vermittlung von Informationen ermöglichen. Eine Auflösung der politischen Öffentlichkeit würde eine Gefährdung für die Legitimation der Herrschaft bedeuten, da die Festsetzung von allgemein verbindlichen Regeln auf der

Annahme basiert, dass eine prinzipielle Unterstützung des politischen Systems durch seine Bürger vorherrscht (vgl. ebd.: 76 ff.).

Mit der Vorstellung, dass Massenmedien *gemeinsame Normen und Werte* vermitteln, geht die Annahme einer Homogenisierung entsprechender Wissensbestände bzw. Überzeugungen des Einzelnen einher, die sich gleichzeitig auf dessen Verhalten auswirken (vgl. ebd.: 79). In der Soziologie wird in diesem Zusammenhang von einer Sozialisationsfunktion der Medien gesprochen. Zugrunde liegen dieser Auffassung Erkenntnisse aus der entwicklungspsychologischen Forschung, laut denen sich soziale Lernprozesse unter anderem durch die Beobachtung von Verhaltensweisen anderer Personen vollziehen können. Häufig geschieht dies über die Wahrnehmung der realen Umwelt, in der beispielsweise eine Orientierung am Verhalten der Freunde oder Familienmitglieder stattfindet. Darüber hinaus können jedoch auch Medien Verhaltensmodelle aufzeigen und auf diese Weise die Etablierung beziehungsweise Stabilisierung von einem gemeinschaftlichen Wertesystem fördern (vgl. ebd.).

Die letzte von Vlašić identifizierte Dimension ist die *Konstruktion einer gesellschaftlichen Realität* resp. Lebenswelt. Bei dieser wird davon ausgegangen, dass den Medien ein allumfassender, das heißt nicht auf Einzelaspekte reduzierbarer, Einfluss auf die Entwicklung der Gesellschaft zugeschrieben wird. Ergo integrieren Massenmedien unter dieser Betrachtungsweise, indem sie „grundsätzlich und umfassend zur Konstruktion von Realität beitragen“ (ebd.: 82 f.). Geschehen kann dies etwa durch die Rezeption von großen Medienereignissen, durch die (trotz der rasant fortschreitenden Entwicklung neuer bzw. unterschiedlicher Medientechnologien) eine gemeinsame Lebenswelt generiert wird. Hierbei spielt allerdings weniger eine Rolle, ob das medial vermittelte Weltbild wirklichkeitsgetreu abgebildet wird; vielmehr ist die Anerkennung des Bildes durch die Rezipienten von großer Relevanz, da die subjektiven Wahrnehmungen der Individuen zu objektiven Folgen für die Gesamtgesellschaft führen. Hieraus schlussfolgernd kann den Medien ein Einfluss auf das Gesellschaftssystem nachgesagt werden (vgl. ebd.: 84 f.).

Markant an diesem Konzept ist, dass die fünf eben beschriebenen, herausgearbeiteten Dimensionen durch eine hierarchische Anord-

nung von der Mikro- (gemeinsame Themen, Wissensbasis) zur Makroperspektive (Konstruktion von Realität) gekennzeichnet sind. Gleichzeitig zeigt Vlašić jedoch auf, dass die verschiedenen Ebenen miteinander verschränkt sind und Wechselwirkungen aufweisen können. So stellt zum Beispiel die Repräsentation der Individuen in den Massenmedien einen wesentlichen Bestandteil der politischen Öffentlichkeit dar. Demzufolge wird die soziale, gesellschaftliche Realität laut Vlašić sowohl durch die handelnden Individuen als auch durch die sie umgebenden Strukturen geformt (vgl. Vlašić 2004: 67, 72 f.). Darüber hinaus weist er darauf hin, dass Integration stets mit einem gewissen Maß an Homogenität verbunden ist. Das soll nicht bedeuten, dass eine völlige Gleichheit aller Individuen vorliegen muss, damit Integration gelingen kann. Angesichts der vielzähligen Möglichkeiten einer individuellen Lebensführung wäre dies in modernen Gesellschaften auch gar nicht möglich (vgl. ebd.: 68 f.). Allerdings müssen verbindende Merkmale zwischen den verschiedenen Akteuren vorliegen, damit „auftretende Konflikte im Rahmen eines gemeinsamen Bezugssystems“ gelöst werden können (ebd.: 70). Hierfür ist beispielsweise eine Homogenisierung der Verhaltensweisen oder Überzeugungen vonnöten.

3.2.3 Internationale Forschung

Auch über die Grenzen der Bundesrepublik hinaus wird den Medien in diversen Forschungsaufsätzen und Literaturbeiträgen ein großes Wirkungspotenzial bezüglich der Integration ethnischer Minderheiten zugeschrieben. Die ersten wissenschaftlichen Arbeiten, die ebendiese Annahme bestätigten, stammen von Park (1922a, 1922b) und Zubrzycki (1958). Doch während Ersterer die Rezeption heimatssprachlicher Medien von Migranten nicht unbedingt als Problem einstufte, kritisierte Zubrzycki die Nutzung von Ethnomedien unter anderem aus der Angst heraus, dass sie zu Propagandazwecken missbraucht werden könnten (vgl. Zubrzycki 1958: 80; Park 1922a: 807 ff., 1922b).

Genähert wird sich der Thematik *Integration durch Medien* aus unterschiedlichen Forschungsperspektiven. Zu nennen ist hierbei etwa die Kultivierungshypothese, laut der TV-Inhalte eine nachhaltige Einflussnahme auf die Denkweise der Zuschauer ausüben können, sowie

die Agenda-Setting-Hypothese (die der Annahme folgt, dass die Themensetzung und -strukturierung der Medien die öffentliche Meinung bzw. das Verhalten der Menschen beeinflussen kann) (vgl. Gerbner et al. 2002: 43 ff.; McCombs / Reynolds 2002: 1 ff.; McCombs / Shaw 1972: 176 ff.). Kim entwickelte zudem den Ansatz der *communication theory of cross-cultural adaptation* (interkulturelle Adaption durch Kommunikation) (Kim 1978, 1977; Kim). Bei diesem wird davon ausgegangen, dass die Kommunikationskompetenzen, die die Migranten durch die interpersonale Kommunikation und den Konsum der Massenmedien in ihrer neuen Umgebung entwickeln, entweder die Ursache für oder die Folge von Integrationsprozessen darstellen können (vgl. Kim / Lujan / Dixon 1998: 258). Darüber hinaus fand die Forscherin im Zuge einer Studie mit in Chicago lebenden koreanischen Immigranten heraus, dass vier Faktoren deren Wahrnehmung von der Mehrheitsgesellschaft bestimmen können. Diese sind das „interaction potential“ (individuelles Interaktionspotenzial), die „english competence“ (englische Sprachkompetenz), die „acculturation motivation“ (Motivation zur Akkulturation) der Migranten sowie die „mass media availability“ (Verfügbarkeit der Massenmedien) (Kim 1977: 70).

Ferner vermutete Kim, dass die zwischenmenschliche Kommunikation einen größeren Einfluss auf die Assimilation ausübt als die Medienrezeption. Wie bereits erwähnt, existiert heute jedoch ebenso die Hypothese, dass sowohl interethnische Kontakte als auch die Nutzung der nationalen Massenmedien vielmehr als Indikator für den Stand der Integration anzusehen sind (vgl. Jeffres 2000: 503; Lee / Chen 2000: 765). Auch Subervi-Velez (1986: 74 f.) vertrat schon früh die Überzeugung, dass die Nutzung von Mehrheitsmedien als Merkmal eines stattfindenden Akkulturationsprozesses betrachtet werden kann. Des Weiteren postulierte er, dass gute Sprachkenntnisse, ein hoher sozioökonomischer Status sowie die Aufenthaltsdauer die Wahrscheinlichkeit der Nutzung der Massenmedien erhöhen, die wiederum eine positive Identifikation mit der Mehrheitsgesellschaft fördert. Viswanath und Arora (2000: 54) bekräftigen ergänzend hierzu, dass die Nutzung von Ethnomedien zur Integration von Zuwanderern beitragen kann. Dies ist etwa dann der Fall, wenn sie die Rezipienten dazu ermutigen, sich über loka-

le Ereignisse zu informieren oder die Normen der Aufnahmegesellschaft zu übernehmen (vgl. auch Kap. 4.6).

Jeffres (2000: 496 ff.) versuchte mit einer Paneluntersuchung herauszufinden, ob die Mediennutzung die ethnische Identität der Zuwanderer mehr beeinflusst als ebendiese den Medienkonsum. Hierfür griff er auf den Ansatz der interkulturellen Adaption von Kim (1977) zurück. Die Ergebnisse zeigen, dass ein starker Zusammenhang zwischen der Medienrezeption und der ethnischen Identität (Gruppenzugehörigkeit), den ethnischen Bindungen (etwa zu Verwandten oder Bekannten) sowie dem ethnischen Verhalten (d. h. dem Rückgriff auf die Muttersprache etc.) besteht. Der Effekt geht dabei stärker von der Mediennutzung als von den ethnischen Variablen aus (vgl. ebd.: 516 ff.). Das soll aber nicht bedeuten, dass entgegengesetzte Wirkungen ausgeschlossen werden (vgl. ebd.: 503). Bezüglich der Ethnomedien hebt Jeffres hervor, dass diese dazu beitragen können, die ethnische Identifikation in einem multikulturellen Kontext zu fördern (vgl. ebd.: 496).

Hwang und He (1999: 5 ff.) versuchten auf den Grundannahmen des Uses-and-Gratifications-Ansatzes den Entwicklungsverlauf von der Medienauswahl über die Rezeption bis hin zu den daraus folgenden Auswirkungen von zehn in den USA lebenden chinesischen Familien nachzuvollziehen. Die Resultate der Studie machen deutlich, dass die Migranten sowohl englische als auch chinesische Medien nutzen, um ihre „acculturation needs“ (Akkulturationsbedürfnisse) zu befriedigen (ebd.). Zu diesen zählen beispielsweise die Suche nach Informationen über die Aufnahmegesellschaft sowie der Wunsch nach einer Verbesserung der Englischkenntnisse. Bezüglich der Nutzungseffekte zeigten sich allerdings Unterschiede zwischen den Mainstream- und den Ethnomedien: Während sich die Rezeption von Ersteren unterstützend auf den Assimilationsprozess auswirkt, kann die Rolle der Minderheitsmedien nicht eindeutig festgesetzt werden. Indem sie Wissen über die Mehrheitsgesellschaft vermitteln, tragen Ethnomedien zwar ebenfalls zur Assimilation der Zuwanderer bei, andererseits rufen sie jedoch zuweilen ebenso einen Widerstand gegen ebendiese hervor (vgl. ebd.: 19). Beruhend auf diesen Erkenntnissen ziehen die Autoren das Fazit, dass der positive Effekt auf die Akkulturation, der für die Nutzung englischsprachiger Medien nachgewiesen werden konnte, durch die Verfügbar-

keit von chinesischsprachigen Medien in den Vereinigten Staaten von Amerika vermindert wird (vgl. ebd.: 5).

Eine letzte Arbeit, die an diese Stelle erwähnt werden soll, ist eine Studie von Adoni, Cohen und Caspi (2002: 411 ff.), die russische und arabische Personen in Israel telefonisch zu ihrer medialen Rezeption befragten. Dahinter verbarg sich die Absicht, herauszufinden, welchen Beitrag die Medien zur Integration von Migranten leisten können. Nach der Auswertung der gesammelten Daten kamen die Autoren zu dem Schluss, dass sich die Zuwanderer entsprechend ihres Medienkonsums einem von den vier Typen folgenden Nutzungstypen⁹ zuordnen lassen: den „dualists“, den „seperatists“, den „adapters“ oder den „detached“ (ebd.: 419 f.). Als „dualists“ (Dualisten) werden alle Zuwanderer bezeichnet, die sowohl von den Mehrheits- als auch den Minderheitsmedien regelmäßig Gebrauch machen. „Separatists“ (Separatisten) nutzen überwiegend heimatssprachliche Medien und „adapters“ (Angepasste) greifen im Gegensatz hierzu vorrangig auf die Massenmedien des Aufnahmelandes zurück. Die „detached“ (die Abgelösten, Distanzierten) rezipieren Medien beider Sprachen in einem geringen Maß. Am häufigsten eruiert werden konnten unter den russischen Studienteilnehmern die Separatisten, gefolgt von den Dualisten; bei den arabischen Befragten war es andersherum (vgl. ebd.: 411). Zudem zeigten sich fast doppelt so viele Russen als Araber medial angepasst. Für Adoni et al. (2002) ist aber nicht die Anpassung an die Mehrheitsgesellschaft der Schlüssel für eine erfolgreiche Integration, sondern die Nutzung verschiedensprachiger Medien: „The findings suggest that dualist-hybrid media consumers, who are relatively high users of the media in the two languages, seem to be the best equipped and most compatible for integration into Israel's [...] society“ (ebd.: 411). Auf diese Weise kann die eigene (kulturelle) Identität aufrechterhalten und zugleich in Beziehung zur Identität der Aufnahmegesellschaft gesetzt werden (ebd.: 432).

⁹ An dieses Klassifizierungsmuster der Mediennutzungstypen, das auf die von Berry (1997) definierten Akkulturationsformen zurückzuführen ist, wurde von anderen Forschern in späteren Studien immer wieder angeknüpft (vgl. z. B. Bucher / Bonfadelli 2007: 184 ff.; D'Haenens 2003: 412; Esser 2000a: 287).

Wie die Betrachtung der internationalen Forschung zeigt, stehen die meisten Konzepte und Studien mit ihren unterschiedlichen Perspektiven bzw. Ansätzen und der Verwendung unterschiedlicher Begriffe (Assimilation, Akkulturation, Integration) unverbunden nebeneinander. Zudem liegt der Schwerpunkt eher auf empirischen Untersuchungen als auf umfangreichen theoretischen Ausarbeitungen. Gemeinsam haben die wissenschaftlichen Beiträge, dass sie sowohl den Medien des Aufnahmelandes als auch den Ethnomedien eine relevante Funktion im Integrationsprozess attestieren. Im Hinblick auf die vorangestellten deutschen Konzepte können insbesondere zwischen dem Aufsatz von Adoni, Cohen und Caspi (2002) und der von Geißler (2005a) geforderten interkulturellen medialen Integration Parallelen gezogen werden. In beiden Arbeiten heißt es, dass diese nur dann gelingen kann, wenn Ethnomedien und die Medien des Aufnahmelandes von den Zuwanderern in Kombination genutzt werden. Darüber hinaus wird deutlich, dass die Massenmedien ihrer Integrationsfunktion, die beispielsweise die Vermittlung gemeinsamer Werte und Normen einschließt, nur dann gerecht werden können, wenn die medialen Inhalte von den Migranten auch rezipiert werden. Ungeklärt ist allerdings nach wie vor die Frage, ob die Nutzung der Medien des Aufnahmelandes zu einer besseren Integration führt oder der Medienkonsum bereits das Ergebnis des Integrationsprozesses darstellt.

Da bei deutschen Forschungsarbeiten, mit denen das Integrationspotenzial von Medien untersucht wird, stets eine umfangreiche Abfrage des Mediennutzungsverhaltens erfolgt, werden diese in Kap. 4.4 aufgegriffen.

3.3 Integration durch Integrationskurse

Als Reaktion auf die stark angestiegenen Flüchtlingszahlen im Jahr 2015 hat die Bundesregierung am 25. Mai 2016 das deutsche Integrationsgesetz verabschiedet (vgl. Die Bundesregierung 2016a). In diesem wird den Integrationskursen eine relevante Bedeutung beigemessen, da durch das Lernen der deutschen Sprache die Grundlage für den Eintritt in den Arbeitsmarkt gelegt wird. Im Folgenden soll nun zunächst auf den Prozess des Spracherwerbs eingegangen werden (Kap. 3.3.1), bevor

das deutsche Integrationsgesetz (Kap. 3.3.2) sowie schließlich die Integrationskurse selbst (Kap. 3.3.3) in den Blick genommen werden.

3.3.1 Der Prozess des Spracherwerbs

Das Beherrschen der Sprache des Aufnahmelandes stellt für Migranten bzw. Flüchtlinge eine wichtige Voraussetzung für die gesellschaftliche Partizipation dar (vgl. Lagebericht der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration 2014: 34). Dies wurde beispielsweise mit dem *Programme for the International Assessment of Adult Competencies* (PIAAC), das von der *Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung* (OECD) durchgeführt wurde, bestätigt (vgl. PIAAC 2012). Auch in dem bereits vorgestellten Integrationskonzept von Esser (2006b) wird der Sprache als Aspekt der Kulturation eine große Bedeutung beigemessen (vgl. Kap. 3.1.2.4 und Kap. 5.1). Weiterhin betrachtet Esser sie:

- als Ressource, über die wiederum andere Ressourcen erreicht werden können
- als Symbol, mit dem innere Zustände ausgedrückt und Aufforderungen transportiert werden können
- als Mittel der Kommunikation sowie der darüber stattfindenden Transaktionen (vgl. Esser 2006a: 52).

Mit dem letzten Punkt geht zudem die kommunikative Sicherstellung von Abstimmungen bzw. Verständigungen einher. Aufgrund ihrer vielfältigen Funktionalität sieht Esser in der Sprache außerdem die Voraussetzung und die Folge verschiedener Integrationsprozesse (vgl. ebd.: 23). So kann sie etwa als Basis zur Sozialintegration der Zuwanderer außerhalb ihres ethnischen Kontextes angesehen werden, da Bildungserfolg, Platzierung und die Aufnahme interethnischer Kontakte von den sprachlichen Kompetenzen abhängig sind (vgl. ebd.: 52). Überdies sorgt sie hinsichtlich der Systemintegration als Komponente der Ressourcenausstattung bzw. des Humankapitals der Individuen für „integrierende Interdependenzen auf den verschiedenen Märkten und als [...] kulturelle

Vorstellungen oder gar Werte aktivierendes Symbol auch für kollektive Identifikationen“ (ebd.: 53).

Lernen Ausländer die deutsche Sprache, so kann dabei zwischen DaF (Deutsch als Fremdsprache) und DaZ (Deutsch als Zweitsprache) unterschieden werden. Während bei Ersterem ein gesteuerter Spracherwerb durch formale Lernverfahren vorliegt, findet die Aneignung des Deutschen als Zweitsprache in der Regel ungesteuert bzw. natürlich statt (vgl. Bachmayer 1993: 32; Wode 1993: 29 f.). Der Zweitspracherwerb bezeichnet demnach das Erlernen einer zweiten Sprache, die nicht zeitgleich mit der Muttersprache erworben wird (vgl. Dietrich 2007: 124). Er kann sowohl in der Kinder- oder Jugendzeit als auch im Erwachsenenalter beginnen. Findet der Erwerb der Zweitsprache vor dem dritten Lebensjahr statt, so wird dies als Bilingualismus bezeichnet (vgl. Ahrenholz 2014a: 64). Typische Lerner des Deutschen als Zweitsprache sind zum Beispiel Migranten, die in die Bundesrepublik eingewandert sind und in ihrem Alltag „nebenbei“ die deutsche Sprache lernen oder deren Kinder, die eine deutschsprachige Schule besuchen (Ahrenholz 2014a: 64). Der Prozess der Sprachaneignung vollzieht sich dabei im Wesentlichen durch soziale Interaktion und ohne expliziten Sprachunterricht, kann jedoch zusätzlich durch Sprachkurse unterstützt werden (vgl. Peterson 2015: 19f.). Beim Fremdspracherwerb dagegen wird die erlernte Sprache meist nicht zur alltäglichen Kommunikation gebraucht (vgl. ebd.: 64; Ahrenholz 2010: 19; Klein 1992: 31). Bei den in Deutschland aufgenommenen Flüchtlingen findet ein Zweitspracherwerb statt, der zwar durch Sprach- bzw. Integrationskurse gefördert wird, sich im Alltag aber ungesteuert durch soziale Interaktionen vollzieht.

Die deutsche Bundesregierung hat die Wichtigkeit des Spracherwerbs bei Zugewanderten bereits vor langer Zeit erkannt und verschiedene Förderungsmaßnahmen beschlossen. So ist etwa im *Nationalen Integrationsplan* zu lesen, dass das Erlernen der deutschen Sprache bei Migrantenkindern durch den Besuch von Kindertageseinrichtungen gezielt unterstützt werden soll (vgl. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2007: 48, 52 ff.). Des Weiteren existiert für Migranten und Asylbewerber ein breites Angebot an Deutsch- und Integrationskursen sowie die Möglichkeit, an Programmen zur berufsbezoge-

nen Sprachförderung teilzunehmen (vgl. BAMF 2016d, 2016f, 2016g, 2015c; vgl. auch Kap. 3.3).

Politische Bemühungen allein sind jedoch nicht ausreichend, um Migranten (sprachlich) in die Gesellschaft zu integrieren. Vielmehr existieren diverse Faktoren, die die Aneignung einer Zweitsprache positiv bzw. negativ beeinflussen können. So unterscheidet beispielsweise Klein (1992) sechs Grundgrößen des Spracherwerbs: den Antrieb, das Sprachvermögen, den Zugang zur Sprache, die Struktur und das Tempo des Lernprozesses sowie den Endzustand.

Unter dem ersten Aspekt, dem *Antrieb*, versteht Klein „die Gesamtheit aller Faktoren, die den Lerner dazu führen, seine Sprachlernfähigkeit auf eine bestimmte Sprache anzuwenden“ (ebd.: 45). Derartige Faktoren können bei Geflüchteten etwa kommunikative Bedürfnisse (z. B. sich in einer Sprache verständlich zu machen, Arzt- und Behördenbesuche sprachlich zu meistern) oder der Wille zur sozialen Integration sein. Unter dem *Sprachvermögen* werden biologische Determinanten (z. B. kognitive Funktionen) und das verfügbare Wissen resp. die vorhandenen Kompetenzen zusammengefasst. Wie erfolgreich eine Zweitsprache erlernt werden kann, ist demnach auch von genetischen Komponenten abhängig (vgl. ebd.: 49 ff.). Der *Zugang* zur Sprache wird primär durch die Kommunikationsmöglichkeiten der Lernenden bestimmt. Klein vermutet, dass häufige Veranlassungen und Gelegenheiten zur Kommunikation mit Muttersprachlern den Erwerbsprozess wesentlich vorantreiben. Als Problem erachtet er in dieser Hinsicht die sprachliche Anpassung der Muttersprachler (z. B. Veränderung der Wortstellung, das Weglassen von Artikeln), die vorgenommen wird, um die Verständigung zu erleichtern (vgl. ebd.: 53 ff.). Die *Struktur* und das *Tempo* sind als Grundgrößen des Verlaufs zu betrachten und können von den bereits genannten Grundgrößen beeinflusst werden. So ist etwa davon auszugehen, dass eine Sprache schneller erlernt wird, wenn die kommunikativen Bedürfnisse (Antrieb) hoch sind; hat eine Person dagegen Probleme, sich neue Vokabeln zu merken (Sprachvermögen), so wird dies den Erwerbsprozess eher verlangsamen. Zudem steht es außer Frage, dass die Struktur des Lernprozesses nicht für jede Person gleich ist, da sie keinen Gesetzmäßigkeiten folgt (vgl. ebd.: 57 ff.). Ist der An-

trieb irgendwann nicht mehr stark genug, um die sprachliche Entwicklung weiter voranzutreiben, so ist für Klein der *Endzustand* erreicht. Dies bedeutet, dass der Erwerbsprozess von nun an stagniert und die Sprachkompetenz im Wesentlichen nicht weiter verbessert wird. Im Idealfall tritt der Endzustand dann ein, wenn eine Person die Zweitsprache nahezu perfekt beherrscht, sich im Kommunikationsprozess also nicht auffallend von den Muttersprachlern unterscheidet (vgl. ebd.: 61).

Ahrenholz (2014b: 65) greift in seinen Arbeiten auf einige der von Klein eruierten Grundgrößen des Spracherwerbs zurück, wählt hierfür jedoch eine andere Klassifizierung. Für ihn existieren zum einen Faktoren, die den *Sprachgebrauch* bzw. den *Spracherwerb* betreffen. Hierzu zählen beispielsweise ein angemessener (das heißt ein verständlicher und umfassender) Input sowie die Häufigkeit der Verwendung der zu lernenden Sprache bei Interaktionen mit Muttersprachlern oder Familienmitgliedern (vgl. ebd.: 65, 74; ders. 2010: 25). Zum anderen unterscheidet er zwischen *sprachbezogenen Aspekten* (hierunter sind die vorhandenen Wissensbestände der Lernenden in ihrer Muttersprache und anderen Fremdsprachen zu verstehen) sowie *nichtsprachlichen Aspekten*, wobei Letztere wiederum in interne und externe Faktoren unterteilt werden können. Zu den *internen nichtsprachlichen Faktoren* gehören die Motivation und Einstellung, das Alter sowie die kognitive Entwicklung der Lerner. Als *externe nichtsprachliche Faktoren* sind insbesondere die „Handlungsabsichten und -optionen in der Gesellschaft der Zielsprache“ (z. B. Aufenthaltsdauer, Prestige) zu nennen (Ahrenholz 2014b: 65). Planen Einwanderer, sich für einen langen Zeitraum in der Bundesrepublik aufzuhalten, so werden sie eher bemüht sein, Deutsch zu lernen, als Flüchtlinge, die nur vorübergehend Schutz suchen. Doch auch die Wohnsituation kann Einfluss auf den Sprachlernprozess nehmen. So sieht sich ein türkischsprachiger Migrant, der hierzulande in einem türkischen *Ghetto* wohnt, möglicherweise nicht gezwungen, die deutsche Sprache zu erlernen, da in seinem sozialen Umfeld vorrangig in seiner Muttersprache kommuniziert wird. Dies sollte auch bei der Unterbringung von Geflüchteten beachtet werden.

Zuletzt sei schließlich noch ein Blick auf die von Esser (2006b: 22 ff.) eruierten Einflussgrößen auf den Spracherwerb geworfen, der diese in die vier Ebenen Migrationsbiographie, Herkunfts- sowie Auf-

nahmekontext und ethnischer Kontext unterteilt. Die *Familien- bzw. Migrationsbiographie* beschreibt dabei die Besonderheiten der sozialen Situation der Migranten (und ihrer Familien) sowohl im Heimat- als auch im Aufnahmeland. Als förderlich für den Zweitspracherwerb erweisen sich laut Esser dabei die Freiwilligkeit der Emigration, ein junges Alter sowie ein hoher Bildungsstand. Zudem übt eine längere Aufenthaltsdauer im Aufnahmeland einen positiven Einfluss auf den Lernerfolg aus. Darüber hinaus betrachtet Esser die vorhandenen Lese- und Schreibfähigkeiten eines Zuwanderers als wichtige Komponenten für den Spracherwerb (vgl. ebd.: 24). Wird beispielsweise die Heimatsprache von einer Person nicht kompetent beherrscht, so wirkt sich dies negativ auf den Erwerb einer Zweitsprache aus. Den *Herkunftskontext* bezeichnet Esser als bedeutsamen strukturellen Hintergrund bezüglich der individuellen Familien- bzw. Migrationsbiographien und den damit verbundenen Folgen (vgl. ebd.: 25). So ist für den erfolgreichen Zugang zur Zweitsprache allen voran der Kontakt zu dieser im Aufnahmeland (z. B. durch Sprachunterricht oder Medienkonsum) ein relevanter Faktor. Der *Aufnahmekontext* besitzt vor allem für den Zugang zu Lerngelegenheiten eine große Relevanz. Hier fallen beispielsweise die direkten und indirekten Kosten für den Besuch von Sprachkursen ins Gewicht (vgl. Esser 2006b: 27 ff.). Weiterhin gilt, wie ebenfalls bereits in den vorherigen Ausführungen festgehalten wurde, dass sich interethnische Kontakte (und insbesondere binationale Ehen) sowie geringe soziale Distanzen zwischen Zuwanderern und Muttersprachlern positiv auf den Zweitspracherwerb auswirken, „während ethnische Konzentrationen und [...] binnenethnische Netzwerke“ den Lernerfolg behindern können (ebd.: 27; 35). Auf der Ebene des *ethnischen Kontextes* wirken sich laut Esser ethnische Konzentrationen, ein eigenethnischer (Ehe-)Partner, transnationale Beziehungen sowie die Verfügbarkeit von heimatssprachlichen Medien negativ auf die Motivation des L2-Erwerbs aus, da diese Faktoren die Verwertbarkeit der Herkunftssprache sowie den Zugang zu ihr begünstigen (vgl. ebd.: 31 ff.). Verstärkt werden diese Aspekte bei einer zwischenzeitlichen Rückkehr in das Heimatland, mit der für gewöhnlich eine Verminderung des Zugangs zur Zweitsprache einhergeht.

In den eben erläuterten Konzepten wurde immer wieder das Alter als Einflussfaktor herangezogen. Hierbei wird häufig davon ausgegangen, dass Kinder eine Zweitsprache leichter und schneller lernen als Erwachsene, da „der Mechanismus für grammatische Induktion [ab der Adoleszenz] nicht mehr optimal funktioniert“; vielmehr sind erwachsene Sprachlernende auf „explizit formulierte Sprachregeln angewiesen“ (Dijkstra / Kempen 1993: 101). In diesem Zusammenhang wird allerdings übersehen, dass ältere Personen ein differenziertes semantisches Wissen und größere analytische Fähigkeiten als Kinder besitzen (vgl. Grotjahn 2005: 194). Daher ist es auch für Erwachsene möglich, eine Zweitsprache bis zur Perfektion zu erlernen (vgl. Esser 2006a: 262). Hierfür ist allerdings eine hohe Motivation vonnöten. Kinder und Jugendliche haben dagegen den Vorteil, dass sie mit dem Besuch des Kindergartens oder der Schule alltäglich in soziale Umgebungen eingebunden sind, die bezüglich des L2-Erwerbs ein förderliches Lernumfeld darstellen, da in ihnen lediglich in deutscher Sprache kommuniziert wird (vgl. Ahrenholz 2014b: 75 f.). Ein solches Lernumfeld kann allerdings auch durch einen Integrationskurs geschaffen werden, indem auch in den Pausen ausschließlich auf die deutsche Sprache zurückgegriffen wird.

Mit diesem Abschnitt sollte aufgezeigt werden, dass eine Reihe an Faktoren existiert, die das Lernen einer Zweitsprache beeinflussen können. Zwar beherrschen die meisten Zuwanderer die deutsche Sprache gut genug, um ihren Alltag zu bewältigen, die Nutzung von deutschen Medien bereitet ihnen diversen Studien zufolge aber immer wieder Probleme. Dies trifft insbesondere auf die arbeitslosen Migranten zu (vgl. Haug 2008: 42, 45). Fehlende Sprachkenntnisse verringern zudem vermutlich die Wahrscheinlichkeit der Zuwendung zu deutschen Medien und somit auch ein Stück weit den Zugang zur Öffentlichkeit beziehungsweise zur gesellschaftlichen Partizipation (vgl. Trebbe 2009: 38; Cormack 1998: 43 f.). Aus diesem Grund ist es auch für die Geflohenen wichtig, möglichst schnell gute Deutschkenntnisse durch den Besuch eines Integrations- oder Sprachkurses zu erwerben. Im weiteren Verlauf dieser Arbeit wird der Faktor Sprache in Bezug auf die Integration bzw.

die Mediennutzung von Geflüchteten noch einmal aufgegriffen und weiter vertieft werden (vgl. Kap. 4, 5.1, 8.2).

3.3.2 Das deutsche Integrationsgesetz

Ob Integrationsprozesse erfolgreich verlaufen, wird nicht allein von den Einwanderern oder den Einheimischen des Aufnahmelandes bestimmt. Auch die Politik beeinflusst die gesellschaftlichen Entwicklungen wesentlich mit. So wird beispielsweise durch Gesetze festgelegt, welche Personen überhaupt dauerhaft in Deutschland bleiben dürfen und ob es diesen gestattet ist, einer Beschäftigung auf dem Arbeitsmarkt nachzugehen. In Deutschland wird insbesondere mithilfe des 2016 beschlossenen Integrationsgesetzes versucht, die gesellschaftliche Eingliederung von Flüchtlingen zu fördern.

In Kraft getreten ist das Integrationsgesetz am 6. August 2016 (vgl. Bundesgesetzblatt 2016b: 1947). Die darin enthaltenen Regelungen sollen dazu beitragen, dass Asylbewerber mit einer guten Bleibeperspektive bereits frühzeitig staatliche Angebote, zum Beispiel in Form der Zulassung zu einem Integrationskurs, erhalten. Zugleich müssen die Asylsuchenden im Rahmen der neuen Verordnung mit stärkeren Sanktionsmaßnahmen wie finanziellen Leistungskürzungen rechnen, wenn sie integrationsfördernde Maßnahmen ablehnen (vgl. Die Bundesregierung 2016a). Die zentralen Inhalte des Integrationsgesetzes sollen nachstehend kurz skizziert werden.

Im Mittelpunkt der Bestimmungen steht die Eingliederung der Geflüchteten in die deutsche Gesellschaft durch Arbeit. Aus diesem Grund erhalten die Schutzbedürftigen, die in der Bundesrepublik eine Berufsausbildung absolvieren, eine Duldung für die Gesamtdauer ihrer Lehre. Zusätzlich wird die finanzielle Ausbildungsförderung ausgeweitet (vgl. ebd.; BAMF 2016h). Darüber hinaus sind Auszubildende und Arbeitnehmer, die einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nachgehen, von der Wohnsitzregelung ausgenommen. Laut dieser kann den Schutzberechtigten in den ersten drei Jahren ihres Aufenthalts in Deutschland ein Wohnort zugewiesen werden. Ziel ist es, die Flüchtlinge auf diese Weise gleichmäßig auf das Bundesgebiet zu verteilen und die Entstehung sozialer Brennpunkte zu verhindern (vgl. ebd.).

Ferner im Integrationsgesetz verankert ist die Einführung des Programms *Flüchtlingsintegrationsmaßnahmen* (FIM). Dieses soll dazu beitragen, dass die Geflohenen noch während des laufenden Asylverfahrens einer sinnvollen Tätigkeit nachgehen können und dabei die deutsche Sprache sowie gesellschaftliche Grundregeln lernen. Darüber hinaus sollen niederschwellige, gemeinnützige Angebote dabei helfen, die Zuwanderer an den deutschen Arbeitsmarkt heranzuführen. Als Beschäftigungsmöglichkeiten sind zum Beispiel die Mitarbeit in den (Gemeinschafts-)Unterkünften (etwa bei der Essensausgabe oder Reinigung) sowie die Pflege von Grünanlagen vorgesehen. Pro Stunde sollen die Flüchtlinge eine Aufwandsentschädigung von 80 Cent erhalten (vgl. ebd.).

Ein weiterer relevanter Punkt ist die Modifizierung der Zugangsvoraussetzungen für die staatlich angebotenen Integrationskurse. Vor der Einführung der neuen Gesetzesverordnung durften Geflüchtete, über deren Asylantrag noch nicht entschieden wurde, keinen Integrationskurs besuchen. Dies hat sich, wie bereits angesprochen, mit den neuen Bestimmungen geändert. Zugleich ging mit dieser Neuerung eine Ausweitung der Kapazitäten – sowohl in Bezug auf die Anzahl der Teilnehmer als auch der Lehrkräfte – bei den Integrationskursen einher (vgl. ebd.). Um einen weiteren Anreiz für die Geflohenen zu schaffen, den Integrationskurs regelmäßig zu besuchen und andere Integrationsangebote wahrzunehmen, wurden außerdem die Bedingungen für den Erhalt einer Niederlassungserlaubnis novelliert: Statt wie zuvor nach drei Jahren wird das unbefristete Aufenthaltsrecht nun in der Regel erst nach fünf Jahren erteilt. Gut integrierten Zuwanderern bleibt allerdings auch weiterhin die Möglichkeit erhalten, bereits nach drei Jahren die Erlaubnis für einen dauerhaften Aufenthalt in Deutschland zu bekommen. Voraussetzung hierfür ist, dass sie die deutsche Sprache gut beherrschen und ihren Lebensunterhalt selbst finanzieren (vgl. ebd.; Kap. 2.3.3). Kommt ein Flüchtling seiner Pflicht, einen Integrationskurs zu absolvieren, nicht nach, droht ihm eine Kürzung der Asylbewerberleistungen. Hierdurch wird noch einmal deutlich, dass die Bundesregierung dem Erlernen der deutschen Sprache einen großen Stellenwert einräumt. Aus diesem Grund sollen die Integrationskurse im Folgenden noch einmal gesondert betrachtet werden.

3.3.3 Integrationskurse

Angeboten werden Integrationskurse in Deutschland seit dem Inkrafttreten des Zuwanderungsgesetzes im Jahr 2005 (vgl. Lagebericht der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration 2014: 40; AufenthG 2008: § 43).

Jeder Integrationskurs umfasst in der Regel 700 Unterrichtsstunden und gliedert sich in einen Sprach- und einen Orientierungskurs (vgl. Die Bundesregierung 2016b). Die im Sprachkurs (600 Stunden) behandelten Inhalte richten sich dabei stark am Alltag der Migranten aus. Im Mittelpunkt stehen etwa die Themen Einkaufen, Beruf, Freizeit, Wohnen und Gesundheit. Der Orientierungskurs schließt an den Sprachkurs an und soll innerhalb von 100 Stunden elementare Kenntnisse über die deutsche Rechtsordnung, Geschichte und Kultur sowie die hierzulande geltenden Werte (z. B. Religionsfreiheit und Gleichberechtigung) vermitteln (vgl. ebd.; BAMF 2013a). Im Laufe bzw. am Ende des Kurses müssen sich die Teilnehmer verschiedenen Prüfungen unterziehen. Ziel ist es, dass sie das Sprachniveau B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens (GER) erreichen. Ist dies nicht der Fall, so kann ein Antrag auf die Wiederholung von 300 Unterrichtsstunden gestellt werden, nach deren Absolvierung erneut ein Sprachtest stattfindet (vgl. ebd.). Alternativ werden zudem Alphabetisierungs- und Intensivkurse sowie spezielle Schulungen für Frauen, junge Erwachsene und Eltern angeboten (vgl. BAMF 2015d: 2).

Zur Teilnahme an einem Integrationskurs berechtigt ist prinzipiell jeder, der dauerhaft in der Bundesrepublik lebt und seine erste Aufenthaltserlaubnis nach dem 1. Januar 2005 erhalten oder eine Niederlassungserlaubnis zugesprochen bekommen hat (vgl. BAMF 2016i; zur Erläuterung der Aufenthaltstitel s. Kap. 2.3.3). Als dauerhaft gilt ein Aufenthalt dann, wenn eine Aufenthaltserlaubnis von mehr als einem Jahr vorliegt oder eine Person diese bereits seit über 18 Monaten besitzt. Seit der Einführung des Integrationsgesetzes sind zudem alle Asylbewerber mit guter Bleibeperspektive teilnahmeberechtigt (vgl. Die Bundesregierung 2016a). Darüber hinaus können Immigranten, auch unabhängig vom Integrationsgesetz, dazu verpflichtet werden, an einem Integrationskurs teilzunehmen. So muss dieser etwa von jedem Zuge-

wanderten besucht werden, der seine Aufenthaltserlaubnis nach dem 1. Januar 2005 bekommen hat und sich nicht auf ausreichende Art in der deutschen Sprache verständigen kann. Festgestellt wird dies in der Regel von der Ausländerbehörde. Ausnahmen können zum Beispiel vorliegen, wenn ein Zuwanderer aufgrund der Ausübung eines Berufs oder der dauerhaften Pflege eines Familienangehörigen nicht genügend Zeit für den Besuch des Unterrichts aufbringen kann (vgl. BAMF 2016i).

Die meisten Teilnehmer der Integrationskurse gehörten in der Vergangenheit zur Gruppe der *Altzuwanderer* und *EU-Bürger* (2014: 54,6 Prozent). Im Jahr 2015 hat sich dieses Blatt jedoch gewendet: Mit 124.161 Personen (43,8 Prozent) waren die meisten Kursteilnehmer Neuzuwanderer (vgl. BAMF 2016j: 2). Auch die Gesamtzahl der Kursanfänger ist mit 179.398 Personen im Vergleich zum Jahr 2014 um circa 26 Prozent angestiegen (vgl. BAMF 2016k). Zurückführen lässt sich diese Veränderung unter anderem auf den Zuwachs der Asylsuchenden, die üblicherweise zum Besuch eines Integrationskurses verpflichtet werden. Veränderungen ergaben sich ebenso hinsichtlich der Herkunftsländer der Teilnehmenden. Nachdem über mehrere Jahre hinweg die meisten Kursteilnehmer die polnische Staatsangehörigkeit besaßen, war 2015 Syrien das häufigste Herkunftsland der Teilnehmenden (19,2 Prozent) (vgl. ebd.: 6; BAMF 2015e: 6; BAMF 2014e: 6). Im Vergleich zum Vorjahr ist dies ein Anstieg von 168 Prozent (vgl. BAMF 2016k). Der Anteil der polnischen Staatsangehörigen lag 2015 bei knapp neun Prozent. Polen war somit das am zweithäufigsten in den Integrationskursen vertretene Heimatland. Rumänien und Bulgarien folgten, wie bereits seit 2013, auf Rang drei und vier. Dies zeigt, dass die Integrationskurse auch für EU-Bürger attraktiv sind. Neu vertreten unter den zehn häufigsten Herkunftsländern war im Jahr 2015 mit 4307 Personen (2,4 Prozent) der Irak (vgl. BAMF 2016k; BAMF 2016j: 6; BAMF 2015e: 6; BAMF 2014e: 6). 2016 schlug sich die Anzahl der neu aufgenommenen Flüchtlinge dann noch deutlicher in der Statistik nieder: Knapp 47 Prozent der Kursteilnehmer stammten aus Syrien, gefolgt von Irakern (8,2 Prozent) und Eritreern (5,2 Prozent). Zugewanderte aus Rumänien, Bulgarien und Polen nahmen jeweils zu rund drei bzw. vier Prozent an den Kursen teil (vgl. BAMF 2017c: 6).

Im Zusammenhang mit der Einführung des Integrationsgesetzes wurde öffentlich viel darüber debattiert, ob Flüchtlinge zur Teilnahme an Integrationsmaßnahmen und, damit einhergehend, zum Besuch eines Integrationskurses verpflichtet werden sollten. Betrachtet man das Bildungsangebot aus dem Blickwinkel von Essers Integrationskonzept und den darin enthaltenen vier Dimensionen der Sozialintegration (Kulturation, Platzierung, Interaktion und Identifikation; vgl. Kap. 3.1.2.4) heraus, scheint die Absolvierung eines Integrationskurses – unabhängig davon, ob er freiwillig oder verpflichtend durchlaufen wird – förderlich für die gesellschaftliche Eingliederung der Zuwanderer zu sein. So liegt es auf der Hand, dass die Kurse den Spracherwerb der Flüchtlinge begünstigen und somit zur Kulturation beitragen (vgl. Hentges 2013: 363). Dies wiederum kann sich vorteilhaft auf die Platzierung auswirken: Eine vom *Bundesamt für Migration und Flüchtlinge* initiierte Paneluntersuchung¹⁰ belegt, dass die Zunahme der Deutschkenntnisse positiv mit der späteren Aufnahme einer beruflichen Beschäftigung korreliert (vgl. Lochner / Büttner / Schuller 2013: 53 ff.; BAMF 2013b). Bezüglich der wahrgenommenen Interaktionen mit Deutschen zeigen sich zwischen den ehemaligen Teilnehmern eines Integrationskurses und den Migranten, die ebendiesen nicht besucht haben, dagegen nur geringe Unterschiede. Deutlich wird aber, dass der Arbeitsplatz die am häufigsten wahrgenommene Gelegenheit darstellt, mit Einheimischen in Kontakt zu treten (vgl. ebd.: 57 f.). Zur Identifikation, die vor allem durch den Orientierungskurs gefördert werden soll, trägt der Besuch des Integrationskurses den Ergebnissen zufolge nicht zwingend bei. Jedoch weisen die früheren Kursteilnehmenden geringere Rückkehrabsichten sowie eine leicht höhere Lebenszufriedenheit auf (vgl. ebd.: 71 ff.). Möglicherweise hängt dies wiederum mit der besseren

¹⁰ Im Rahmen eines Integrationspanels des BAMF wurden rund 4.000 zufällig ausgewählte Teilnehmer von Integrationskursen zu Kursbeginn (2007), am Kursende (2007 / 2008), etwa ein Jahr nach Kursende (2009) sowie drei Jahre nach Kursende (2011) zu ihren Deutschkenntnissen und ihrer gesellschaftlichen Partizipation schriftlich befragt. Parallel dazu erhielt eine Kontrollgruppe mit Migranten, die nicht an einem Integrationskurs teilnahmen, in den Jahren 2008, 2009 und 2011 einen Fragebogen (vgl. BAMF 2013b; Schuller / Lochner / Rother 2011: 34 ff.).

Eingliederung in das Erwerbsleben zusammen. Sauer und Halm (2009: 63 f.) betrachten die Absicht, im Aufnahmeland zu bleiben, zudem als Aspekt des Zugehörigkeitsgefühls der Zuwanderer. Folglich ist davon auszugehen, dass die Identifikation der Immigranten mit der Bundesrepublik vor allem aus einer langfristigen Perspektive heraus messbar wird (vgl. Lochner / Büttner / Schuller 2013: 71, 76 f.).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Besuch eines Integrationskurses keine Garantie für die erfolgreiche Integration der Teilnehmer in die Gesellschaft darstellt. Zudem können Migranten auch auf anderem Weg die nötigen Qualifizierungen erwerben, die sie für die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben benötigen. Allerdings ist nicht abzustreiten, dass Integrationskurse den Einwanderern wichtige Kenntnisse über die deutsche Sprache, Kultur und Geschichte vermitteln und somit den Grundstein für eine gelingende Eingliederung legen.

4. Medien

Eines der am häufigsten genannten Zitate, wenn es um die Frage geht, wie die Medien das Leben der Menschen beeinflussen, ist wohl Folgendes: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“ (Luhmann 1996: 9). Und obwohl die Auffassung, dass Massenmedien in der heutigen Gesellschaft der „alleinige Wissensüberbringer“ sind, gewiss etwas übertrieben erscheint, so macht dieser Satz doch deutlich, dass die Medien prinzipiell ein gewisses Wirkungspotenzial besitzen und unseren Alltag verändern können (Reichertz 2009: 17). Bevor näher auf diese Thematik eingegangen wird, soll jedoch zunächst der Begriff *Massenmedien* erläutert werden.

Wie das Wort *Masse* ausdrückt, richten sich die Aussagen, die von den Massenmedien verbreitet werden, an eine Vielzahl von Menschen (vgl. Burkart 1998: 168). Maletzke (1963: 28 f.) spricht in diesem Zusammenhang auch von einem dispersen Publikum. Dieses ist dadurch gekennzeichnet, dass sich „von Fall zu Fall [...] eine Anzahl von Menschen einer Aussage der Massenkommunikation zuwendet“ (ebd.: 28). Ergo existiert ein disperses Publikum nie dauerhaft, sondern entsteht immer wieder neu. Des Weiteren zeichnet sich der Prozess der Massenkommunikation laut Maletzke dadurch aus, dass die Medieninhalte öffentlich, indirekt und einseitig vermittelt werden. Hiermit ist gemeint, dass die medial verbreiteten Informationen nicht an personell definierte Empfänger gerichtet sind, eine zeitliche und / oder räumliche Distanz zwischen der Produktion und Rezeption der Massenmedien vorhanden sein kann und – im Gegensatz zur zweiseitigen Kommunikation – kein Rollenwechsel zwischen dem Sender und Empfänger stattfindet (vgl. ebd.: 32; Schweiger 2007: 16 f.; Burkart 1998: 168). Die Verbreitung von massenmedialen Aussagen muss zudem auf technischem Weg (das heißt durch die Medien selbst) stattfinden. Folglich wird Massenkommunikation erst durch die Existenz von Massenmedien überhaupt möglich (vgl. Burkart 1998: 168). Typische Beispiele für Massenmedien sind das Fernsehen, der Hörfunk und Zeitungen (vgl. ebd.: 168).

Daneben existiert die Gruppe der Individualmedien. Hierunter sind die technischen Mittel zu verstehen, die eine „zweiseitige Kommunikation zwischen Individuen und / oder kleinen Gruppen“ ohne eine räumliche bzw. zeitliche Anwesenheit der Kommunikationspartner ermöglichen (Schweiger 2007: 17). Als Beispiele können das Telefon oder Briefe angeführt werden. Mit den Möglichkeiten, die das Internet seinen Nutzern heute bietet, verschwimmen die Grenzen zwischen der Massen- und Individualkommunikation allerdings zunehmend (vgl. ebd.).

Durch das Zitat von Luhmann (1996) am Anfang dieses Kapitels ist angeklungen, dass die deutschen Massenmedien eine relevante Informationsquelle darstellen. Verdeutlichen lässt sich dies auch an der Migrationsthematik. Zum einen beziehen die Deutschen einen Großteil ihrer Kenntnisse, die sie über Flüchtlinge und andere Zuwanderer besitzen, aus den Medien. Das trifft vermutlich umso mehr zu, je weniger direkter Kontakt zwischen Einheimischen und Migranten zustande kommt (vgl. Sponholz 2013: 292). Zum anderen haben Medien das Potenzial, die hier lebenden ethnischen Minderheiten über aktuelle Entwicklungen in Deutschland zu informieren und ihnen soziale Normen zu vermitteln (vgl. Piga 2007: 209). Auf diese Weise schaffen sie die Basis dafür, dass die Einwanderer in ihrer *neuen Heimat* am gesellschaftlichen Leben partizipieren können. Darüber hinaus werden den Massenmedien eine Reihe weiterer ökonomischer, politischer und sozialer Leistungen zugeschrieben, die nachstehend kurz skizziert werden sollen.

Die *ökonomischen* Funktionen beziehen sich auf die Leistungen, die die Massenmedien in einem kapitalistischen (d. h. privatwirtschaftlichen) System für die Gewinnerzielung erbringen können (vgl. Burkart 1998: 386 f.). Die wichtigste Aufgabe ist dabei die Zirkulationsfunktion der Medien, die als eine Art „Motor des Wirtschaftskreislaufs“ bezeichnet werden kann (Wendekamm 2014: 52). Als Träger bzw. Vermittler von (Wirtschafts-)Werbung informieren sie beispielsweise über die Einführung oder Weiterentwicklung von diversen Produkten und unterstützen auf diese Weise die Ware-Geld-Beziehungen (vgl. ebd.; Burkart 1998: 387). Daneben nehmen die Massenmedien im ökonomischen

System eine regenerative Funktion wahr, indem sie die Informations- und Unterhaltungsansprüche der Rezipienten befriedigen und somit dazu beitragen, dass „die Masse der Werktätigen jene Gratifikationen erhält, die sie benötigt, um einigermaßen entspannt, physisch erholt und psychisch motiviert neuerlich an die Arbeit zu gehen“ (Burkart 1998: 391).

Hinsichtlich der *politischen* Funktionen der Medien ist vor allem das Herstellen von Öffentlichkeit bedeutsam (vgl. ebd.: 379). Dies gelingt, indem Informationen mithilfe der Medien kommuniziert und somit öffentlich zugänglich gemacht werden. Gleichzeitig sollen die Massenmedien dabei „als Sprachrohr für *alle* demokratisch akzeptablen Parteien, Verbände und Interessengruppen“ fungieren (ebd.: 382, Hervorh. im Orig.). Ergo kommt ihnen die Aufgabe zu, die gesellschaftliche Meinungsvielfalt angemessen zu repräsentieren (vgl. Wendekamm 2014: 51). Des Weiteren kann ihnen ein politischer Sozialisations- und Bildungsauftrag zugesprochen werden. Da der hohe Differenzierungsgrad moderner Gesellschaften eine zunehmende Unübersichtlichkeit und Komplexität des politischen Systems mit sich bringt, sollen die Massenmedien die politischen Rollen bzw. Teilhabemöglichkeiten (z. B. Parteimitglied, Wähler oder Demonstrant) transparent machen, um der Bevölkerung Optionen zur aktiven Teilnahme am politischen Geschehen aufzuzeigen. Damit sich der Einzelne tatsächlich am politischen Prozess beteiligen kann, muss er allerdings erst einmal über diesen informiert sein. Der politische Bildungsauftrag zielt somit darauf ab, den Bürgern das politische System verständlich zu machen und sie zu einer Meinungsbildung zu befähigen (vgl. Wendekamm 2014: 51; Burkart 1998: 383; Ronneberger 1974: 201 ff.). Außerdem wird den Massenmedien eine Kritik- und Kontrollfunktion zugeschrieben. Die Voraussetzung dafür, dass sie diese Aufgabe wahrnehmen können, ist ihre Unabhängigkeit von gesellschaftlichen Machteinflüssen; anderenfalls wäre beispielsweise das Kritisieren von (politischen) Machtträgern nahezu unmöglich (vgl. Burkart 1998: 384 f.). Zugleich besitzen die Medien bis zu einem gewissen Maß aber auch die Kontrolle über ebendiese Vorgänge. Denn obwohl sie selbst nicht über direkte Sanktionsmöglichkeiten verfügen, kann allein die Veröffentlichung von Kritik eine Verhal-

tensänderung herbeiführen oder zur Sanktionierung berechnigte Gremien aktivieren (vgl. ebd.; Dünser 1980: 41).

Zu den *sozialen* Funktionen der Massenmedien zählen die Sozialisationsfunktion, die soziale Orientierungsfunktion sowie die Rekreations- und die Integrationsfunktion. Mit Ersterer wird ausgedrückt, dass in der heutigen, stark ausdifferenzierten Gesellschaft nicht mehr alle gesellschaftlichen Rollen direkt erfahren bzw. innerhalb der Familie oder der Peergroup erlernt werden. Stattdessen werden Werte und Normen sowie Verhaltensweisen hauptsächlich durch die Massenmedien vermittelt. Daran anknüpfend helfen die Medien den Menschen, sich in einer „immer unüberschaubarer werdenden Umwelt“ zu orientieren, indem sie der Bevölkerung die Informationen zur Verfügung stellen, die sie benötigen, um sich raum- und zeitgerecht zu verhalten (Burkart 1998: 375; vgl. auch Wendekamm 2014: 50; Ronneberger 1971: 50). Ferner tragen die Massenmedien dazu bei, „den Mangel an primären sozialen Kontakten und Erfahrungen“, der durch die hochdifferenzierten Gesellschaftssysteme entstanden ist, zu kompensieren (Ronneberger 1971: 50). Die Rekreationsfunktion geriet hinsichtlich des ökonomischen Systems bereits als regenerative Funktion in den Blick. Mit ihr wird darauf verwiesen, dass das Medienangebot den Rezipienten Erholung, Entspannung und Unterhaltung bieten soll, damit sich diese „vor der eigenen Realität [...] verstecken“ können (Eskapismus) (Burkart 1998: 376).

Als letzte soziale Funktion der Massenmedien ist die *Integrationsfunktion* zu nennen. Diese wird laut Ronneberger dann erfüllt, wenn die Medien allgemeine Verhaltensweisen bzw. Verhaltensnormen vermitteln und eine Massenloyalität bezüglich der Geltung dieser (sozialer, politischer und rechtlicher) Normen bewirken (vgl. Ronneberger 1985: 16). An dieser Stelle wird eine Verbindung zu der schon beschriebenen Sozialisationsfunktion sichtbar: Indem die Massenmedien Werte, Normen und Verhaltensmuster aufzeigen, helfen sie den Menschen bei der gesellschaftlichen Orientierung (vgl. Bonfadelli 2007a: 96; Burkart 1998: 378). Zudem können Medien die soziale Integration positiv beeinflussen, indem sie Themen für zwischenmenschliche Gespräche bereitstellen und so den Austausch interpersoneller – und möglicherweise auch interkultureller – Kommunikation fördern (vgl. Rössler 2002: 148).

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass den Massenmedien als Vermittlungs- und Kommunikationsinstanz in modernen Gesellschaften eine relevante Bedeutung zukommt. Begründen lässt sich dies mit der Tatsache, dass die Medien dem Einzelnen Informationen darüber vermitteln, was sich außerhalb seiner subjektiven Erfahrungswelt ereignet und dieses Wissen wiederum als Voraussetzung für eine gelingende Integration angesehen werden kann (vgl. Burkart 1998: 396; Hummel 1996: 283; Maletzke 1984: 139). Empirisch nicht eindeutig belegt ist dagegen bis heute, inwieweit die Massenmedien normativ integrierende Leistungen erbringen (vgl. Bonfadelli 2007a: 96; Hummel 1996: 283 f.). So können etwa Sprachbarrieren seitens der Migranten dazu führen, dass diese die deutschen Mehrheitsmedien nicht verstehen und sie folglich auch nicht zur Integration beitragen können. Umgekehrt bleibt der deutschen Mehrheitsbevölkerung in der Regel aus gleichen Gründen der Zugang zu Ethnomedien verwehrt (vgl. Bader 2009: 317). Des Weiteren führen nicht zuletzt neue Medientechniken (wie z. B. die Digitalisierung oder die Online- und Mobilkommunikation) dazu, dass den Rezipienten zunehmend mehr und immer unterschiedlichere Medien(inhalte) zur Verfügung stehen, was eine individualisierte Mediennutzung und, damit einhergehend, ein fragmentiertes Publikum zur Folge hat (vgl. Schweiger 2007: 303; Holtz-Bacha / Peiser 1999: 41). Mediennutzer machen demnach immer seltener gemeinsame medial vermittelte Erfahrungen. Inwiefern dies einen Einfluss auf die Integration ausübt, ist bislang noch umstritten. Schweiger geht allerdings davon aus, dass alle Medien, solange sie „die Werte eines demokratisch-pluralistischen Rechtsstaates [...] transportieren“, den Integrationsprozess unterstützen (Schweiger 2007: 307).

Wie in Kapitel 3 angeklungen ist, kann die Weiterentwicklung der Medien mit dem Prozess der Mediatisierung beschrieben werden. Der technische Wandel der Medien, der sich etwa in der Entstehung neuer bzw. der Veränderung bestehender Medien zeigt und bis heute noch längst nicht zu seinem Ende gefunden hat, beeinflusst die Art und Weise, wie Menschen miteinander kommunizieren. Damit einhergehend spielen Medien für den Alltag, die interpersonale Kommunikation und die Identitätsfindung eine zunehmend relevantere Rolle (vgl. Krotz 2007: 30 ff.). So hat beispielsweise das World Wide Web die Möglichkeit

eröffnet, ungebunden von Ort und Zeit mit Personen auf der ganzen Welt in Kontakt zu treten und soziale Beziehungen über große Entfernungen hinweg aufrechtzuerhalten (vgl. Einspänner-Pflock / Reichmann 2014: 58; Hepp / Hitzler 2014: 45). Ergo ist es kaum verwunderlich, dass Migranten heutzutage mittels E-Mails, Internettelefonie und Chats verstärkt über das Internet miteinander kommunizieren und es darüber hinaus beispielsweise für den Informationsaustausch oder als Diskussionsplattform nutzen (vgl. Kissau / Hunger 2009a: 25; Kissau / Hunger 2009b: 7). Vor dem Hintergrund der sich so herausbildenden „Online-Gemeinschaften“ übernimmt das World Wide Web zugleich eine immer wichtiger werdende Funktion für die gesellschaftliche Partizipation von Zuwanderern und kann somit über deren Interesse bzw. Bereitschaft zur Kommunikation zu einer erfolgreichen Integration beitragen (Kissau / Hunger 2009b: 7; vgl. auch Krotz 2001: 203).

Massenmedien können sich vermutlich jedoch auch integrationshemmend auswirken, indem sie beispielsweise grundsätzlich selten oder verstärkt negativ über Ausländer berichten (vgl. Maurer / Reinemann 2006: 152; Kap. 4.2 und 4.3). Ein Grund für die unausgewogene Darstellung ethnischer Minderheiten wird im Zwang zur Reduktion der Informationskomplexität gesehen, da (z. B. aufgrund der begrenzten Sendezeit einer TV-Nachrichtensendung) nur ein Bruchteil der weltweiten Geschehnisse tatsächlich zu einer Nachricht werden kann (vgl. Ruhrmann / Göbbel 2007: 3). Die Journalisten unterliegen somit stets einem Selektionsdruck: Sie sind gezwungen, aus einer „Überfülle von Informationen über alle möglichen Ereignisse diejenigen auszusuchen, die eine Meldung wert sind, die zur Nachricht werden“ (Maier 2003: 27 f.). Dies hat zur Folge, dass eine massenmediale Berichterstattung niemals vollständig sein kann und somit immer nur einen Ausschnitt der Wirklichkeit präsentiert.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Medien nicht die komplette Wirklichkeit widerspiegeln, sondern sie auf spezifische Weise für ihre Rezipienten strukturieren und interpretieren (vgl. Hentges 2006: 87; Schulz 1990: 28). Aus diesem Grund kommt ihnen auch eine zentrale Bedeutung bezüglich der Strukturierung von gesamtgesellschaftlichen Diskursen zu. Dabei fungieren sie jedoch nicht nur als Bindeglied „zwischen Politik und Alltag“, sondern vermitteln ebenso

zwischen der deutschen Gesellschaft und der Migrationsgemeinschaft, indem sie beiden Seiten Informationen übereinander zur Verfügung stellen (Hentges 2006: 87; Bozdag 2013: 27 f.). Hierbei ergibt sich für die deutschen Medien laut Geißler und Pöttker (2005b: 396) angesichts der zunehmenden Zahl an Zuwanderern eine doppelte Herausforderung: Zum einen kommt ihnen die Aufgabe zu, einen Beitrag zur aktiven Akzeptanz der ethnischen Minderheiten zu leisten; zum anderen sollten sie einen möglichst großen Teil der Migranten als Rezipienten gewinnen, um deren (interkulturelle) Integration zu fördern.

Im Folgenden wird nun ausführlich auf den Komplex *Migranten und Medien* eingegangen. Zunächst soll dabei der Fokus auf den ethnischen Minderheiten in der Medienproduktion liegen (Kap. 4.1). Anschließend wird der Frage nachgegangen, wie deutsche Massenmedien über ethnische Minderheiten berichten (Kap. 4.2). Ein Großteil der vorhandenen und dargestellten Studien bezieht sich in diesem Zusammenhang auf die Presse, einige wenige auf das Fernsehen. Danach werden mögliche Auswirkungen der medialen Darstellung von Menschen mit Migrationshintergrund auf deren Mediennutzung erörtert (Kap. 4.3). Der nächste Abschnitt (Kap. 4.4) beschäftigt sich mit dem Mediennutzungsverhalten der in Deutschland lebenden Migranten. Weil zu dieser Thematik bereits Untersuchungen vorliegen, die speziell auf Flüchtlinge ausgerichtet sind, werden ebendiese einen weiteren Schwerpunkt des Kapitels darstellen. Bei der Auswahl der Studien wurde sich aus Platz- und Relevanzgründen auf die Arbeiten beschränkt, im Rahmen derer in Deutschland lebende Zuwanderer befragt wurden. Anschließend (Kap. 4.5) werden der Inhalt sowie die Bedeutung der Ethnomedien (Medien von bzw. für Migranten) skizziert. Hiernach folgen ein Exkurs in den Forschungsbereich der Diasporamedien und ein Überblick hinsichtlich der Medienangebote, die speziell für Flüchtlinge produziert werden. Zum Abschluss sollen Migranten und Medien als internationales Forschungsfeld thematisiert werden (Kap. 4.6).

4.1 Migranten in der Medienproduktion

Ein Aspekt der medialen Integration von ethnischen Minderheiten ist laut Geißler die Einbindung dieser in die Medienproduktion. Auf diese

Weise können die Migranten zugleich in die medial hergestellte Öffentlichkeit und in das deutsche Mediensystem integriert werden (vgl. Geißler / Enders / Reuter 2009: 79; Geißler 2005a: 74; Kap. 3.2.1). Zudem wird die Repräsentation der Zuwanderer im Bereich der Medienproduktion als Aspekt der institutionellen Integration, das heißt als Teil einer angemessenen Vertretung der ethnischen Minoritäten in den wichtigsten gesellschaftlichen Institutionen, begriffen (vgl. Geißler 2005b: 50 ff., 2000: 143). Auch im *Nationalen Aktionsplan Integration*, herausgegeben von der deutschen Bundesregierung, wird „eine angemessene Beteiligung von Migranten in den Medienberufen“ gefordert, da „das breite Spektrum an Sichtweisen, Zugängen, Erfahrungen und Kenntnissen in der Öffentlichkeit einer Einwanderungsgesellschaft“ erst durch die Präsenz der ethnischen Minderheiten in den Redaktionen, Programmen und Entscheidungsgremien abgebildet werden kann (Die Bundesregierung 2012: 19, 320).

Wird ein Blick in die Vergangenheit geworfen, so lässt sich konstatieren, dass das Mitwirken von ethnischen Minderheiten an der Medienproduktion zunächst mit dem Aufkommen von nicht-deutschsprachigen, aber dennoch in Deutschland hergestellten Presseerzeugnissen in den 70er-Jahren möglich wurde (vgl. Horz 2014: 115). Vor allem die Region um Frankfurt am Main entwickelte sich damals zu einem bedeutsamen Zentrum für die Erzeugung verschiedener fremdsprachiger Zeitungen und ist es bis heute geblieben. So sind dort etwa die Redaktion der italienischen Monatszeitschrift *Corriere d'Italia* und der serbischen Tageszeitung *Vesti* ansässig (vgl. ebd.). Die Printmedien, die die ethnischen Minderheiten anfertigen, werden entweder in der Heimatsprache der Migranten, auf Deutsch oder bilingual herausgegeben. Dabei verfolgen die Verleger beispielsweise das Ziel, eine Vernetzung mit der Diaspora herzustellen, Arbeitsstellen zu vermitteln und Hilfestellungen für das Leben im Aufnahmeland zu leisten (vgl. ebd.: 116 f., vgl. auch Kap. 4.5).

Darüber hinaus haben sich mit der Liberalisierung des Rundfunkmarktes sowie den sich neu etablierten technischen Möglichkeiten – man denke an Satellitenkanäle, digitale Medien oder das Internet – die Möglichkeiten der Migranten, an der Medienproduktion mitzuwirken, weiter verbessert. Dabei werden laut Horz (2014) etwa nicht-

kommerzielle Radiosender genutzt, um eigene Programme zu verbreiten. Damit diese dauerhaft bestehen bleiben, bedarf es allerdings einer marktkonformen Ausrichtung des Programms, sodass möglichst große Zielgruppen angesprochen und beispielsweise Werbepartner gewonnen werden können. Des Weiteren können über Satellit fremd- bzw. zweisprachige Kanäle diverser ethnischer Herkunftsgruppen (z. B. der Türken) empfangen werden (vgl. ebd.: 118 ff.). Nicht zuletzt trägt zudem der Zugang zum Internet dazu bei, dass Migranten selbst Medieninhalte produzieren können, die im Wesentlichen keinen Beschränkungen unterliegen. Allerdings führt diese Entwicklung vermutlich nicht dazu, dass ihre generelle Präsenz in den Massenmedien erhöht wird, da eben diese online publizierten Inhalte in der Regel eine mediale Nische darstellen und von einem Großteil der Bevölkerung nicht wahrgenommen werden (vgl. ebd.: 122).

Die Frage, wie viele Personen mit Migrationshintergrund tatsächlich an der Medienproduktion in Deutschland beteiligt sind, konnte empirisch bislang noch nicht beantwortet werden. Zwar wurden vereinzelte exemplarische Studien durchgeführt (Schneider / Arnold 2004a; Ouaj 1999; Hujanen 1976), doch konnte bei diesen nicht auf ausreichend repräsentative Daten zurückgegriffen werden, da die Sendeanstalten bzw. Redaktionen den Migrationshintergrund ihrer Angestellten nicht erfassen (vgl. Geißler / Enders / Reuter 2009: 85 ff.; Müller 2005a: 230). Schätzungen zufolge beläuft sich der Anteil der Migranten an den Medienschaffenden auf zwei bis vier Prozent (vgl. Geißler 2014: 1).

Eine Ausnahme auf diesem Forschungsgebiet stellt die im Jahr 2008 durchgeführte Studie von Rainer Geißler, Kristina Enders und Verena Reuter dar. Bei dieser bis heute umfassendsten Untersuchung, die sich mit der Beteiligung von Migranten an der Medienproduktion auseinandersetzt, wurde mithilfe einer Vollerhebung versucht, Kenntnisse darüber zu erlangen, wie stark Journalisten mit Migrationshintergrund in die Herstellung deutscher Tageszeitungen eingebunden sind und welche Aufgaben ihnen in ihren Positionen zuteilwerden (vgl. Geißler / Enders / Reuter 2009: 79). Die Ergebnisse zeigen, dass ledig-

lich in rund 16 Prozent der Zeitungsredaktionen¹¹ Medienschaffende mit Migrationshintergrund arbeiten. Am häufigsten sind dabei türkischstämmige Migranten vertreten, gefolgt von Personen mit spanischem und italienischem Migrationshintergrund. Personen aus Flüchtlingsländern sind, wie Immigranten aus nicht-europäischen Ländern generell, sehr selten bei deutschen Printmedien beschäftigt (vgl. ebd.: 91, 97). Zugang zu ihrem Beruf gefunden hat die Mehrheit der Zugewanderten über ein Volontariat, ein Praktikum oder / und ein Studium (vgl. ebd.: 104). Die Aufstiegschancen der Migranten werden von Geißler, Enders und Reuter als „recht gut“ bewertet (ebd.: 107). Zwar erklimmen sie nur selten den Chefsessel, Teilleitungsfunktionen (z. B. Chef vom Dienst oder Ressortleiter) werden von Migranten proportional gesehen aber fast genauso häufig übernommen wie von deutschen Medienschaffenden. Da 40 Prozent der Migranten aus der ausführenden Dienstleistungsschicht bzw. der Arbeiterschaft stammen, ist der Beruf des Journalisten für sie mit einem sozialen Aufstieg verbunden (vgl. ebd.: 100 ff.; Geißler 2014: 1). Ihre Aufgaben unterscheiden sich dabei nicht wesentlich von denen deutscher Redakteure – mit der Ausnahme, dass die Zuwanderer scheinbar häufiger für den Internetauftritt des Mediums zuständig sind. Zudem lies sich feststellen, dass knapp die Hälfte der Redakteure mit Migrationshintergrund lokale und regionale Themen bearbeitet, am seltensten verfassen sie Texte für den Sportteil. 15 Prozent der Befragten sind keinem festen Ressort zugeordnet. Diese Resultate machen deutlich, dass Zugewanderte nicht auf die Sachgebiete Migration und Integration reduziert werden, sondern für verschiedene Materien zuständig sind (vgl. Geißler / Enders / Reuter 2009: 108 ff.).

Da bei der Studie ausschließlich deutsche Zeitungen in die Analyse einbezogen wurden, können keine Aussagen über die Beteiligung der Migranten an der Produktion anderen Medienarten getroffen werden. Geißler geht jedoch davon aus, dass ethnische Minderheiten in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten besser repräsentiert sind als in den Zeitungsredaktionen (vgl. Geißler 2014: 1). Begründet wird

¹¹ Hingewiesen werden muss darauf, dass dieser Wert auf einer Schätzung basiert, da die Rücklaufquote der Befragung sehr gering ausfiel (vgl. Geißler / Enders / Reuter 2009: 88 ff.).

dies mit dem offiziellen Integrationsauftrag der öffentlich-rechtlichen Medien. Um diesem gerecht zu werden und die „interkulturelle Öffnung“ im Personalmanagement voranzutreiben, wirken beispielsweise beim Westdeutschen Rundfunk (WDR) sowie dem Südwestrundfunk (SWR) seit einigen Jahren Integrationsbeauftragte bei der Programmplanung mit (Die Bundesregierung 2012: 322). Der Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB) rief zudem die *Arbeitsgruppe Integration* ins Leben, um die ethnische Diversität im Programm und der Personalstruktur zu erhöhen. Doch auch in die privatwirtschaftlichen Medienunternehmen wie RTL oder der Axel Springer AG hält das Diversity-Management immer mehr Einzug (vgl. ebd.: 322 f.).

Oulios (2009, 2010) versuchte im Rahmen einer qualitativen Untersuchung, für die er mit Journalisten und Verantwortlichen (z. B. Chefredakteuren und Herausgebern) aus verschiedenen Mediensparten qualitative Interviews führte, ebenfalls Erkenntnisse darüber zu gewinnen, wie viele Personen mit Migrationshintergrund an der Produktion deutscher Medien beteiligt sind. Dabei bezog er sowohl TV-Sender als auch einige Zeitungsgruppen in seine Studie ein (vgl. ders. 2010: 24 f.; ders. 2009: 124 ff.). Es zeigte sich, dass bei dem Verlagshaus *Gruner + Jahr* etwas mehr als zwei Prozent der Journalisten, die für die hierzu-lande erscheinenden Zeitschriften (z. B. die *Gala* oder die *GEO*) arbeiten, keine deutsche Herkunft haben; bei RTL beträgt der Anteil ausländischer Mitarbeiter rund drei Prozent. Darüber hinaus kam er zu dem Ergebnis, dass sich im Ausbildungsbereich (Praktika, Volontariate) eine generelle Erhöhung des Anteils ethnischer Minderheiten abzeichnet. Dies gilt sowohl für private und öffentlich-rechtliche Fernsehsender als auch für die Axel-Springer-Akademie. Vermutlich wird es jedoch noch einige Zeit dauern, bis sich dieser Trend auf das Gesamtbild der Medienschaffenden auswirkt (vgl. ders. 2009: 124 f.).

In Anbetracht der erhobenen Zahlen stellt sich nun die Frage, warum Migranten im Bereich der deutschen Medienproduktion noch immer unterrepräsentiert zu sein scheinen. Mögliche Gründe hierfür sind sowohl bei den Zuwanderern selbst als auch seitens der Medien zu finden. Oulios schlussfolgert in seiner durchgeführten Untersuchung, dass den meisten „Entscheidern“ der geringe Anteil an immigrierten Medienschaffenden nicht bewusst ist (ebd. 2009: 127 f.). Überdies gebe

es generell zu wenig Bewerber mit Einwanderungshintergrund, von denen ferner nicht alle die notwendigen Voraussetzungen – wie die perfekte Beherrschung der deutschen Sprache – für eine Karriere als Journalist erfüllen. Auch durch das vergleichsweise geringe Einstiegsgehalt sei der Beruf für Migranten vermutlich wenig ansprechend. Abgesehen hiervon bemängelten die von Oulios interviewten Zugewanderten, dass in den Redaktionen noch immer teilweise Vorurteile gegenüber Personen mit Migrationshintergrund und deren Qualifikation bestehen (vgl. ebd.: 128 ff., 139).

Pöttker kommt nach einer Befragung von Personalverantwortlichen der privatwirtschaftlichen Medien in Nordrhein-Westfalen zu dem Resultat, dass die geringe Beteiligung von ethnischen Minderheiten an der Medienproduktion in erster Linie auf zu wenig Bewerbungen dieser Gruppe zurückgeführt wird. Daneben seien Berufe im Mediensektor für Immigranten „vergleichsweise unattraktiv“ (Pöttker 2016: 154). Politische Fördermaßnahmen oder gar verbindliche Quoten, mit denen ein höherer Anteil von Migranten im Journalistenberuf realisiert werden könnte, halten die Studienteilnehmer für überflüssig; sie stehen ihnen folglich ablehnend gegenüber. An diesem Punkt wird eine deutliche Diskrepanz zwischen der mehrheitlich in der Befragung bekundeten Sympathie für mehr ethnische Diversität im Journalismus und der geringen Bereitschaft, hierfür praktische Maßnahmen in Kauf zu nehmen, ersichtlich (vgl. ebd.).

Um zu eruieren, welche Gründe für und gegen die Ausübung des Journalistenberufs bei ethnischen Minoritäten sprechen, führte Mareike Hoffmann Interviews mit acht Migranten durch, die im Mediensektor tätig sind (vgl. Hoffmann 2014: 62 ff.). In der Auswertung zeigte sich, dass sich ein Migrationshintergrund sowohl vor- als auch nachteilig auf die Berufschancen auswirken kann. Als positiv betrachtet wird er insbesondere dann, wenn die Migranten bei multikulturell ausgerichteten Medien arbeiten möchten oder in der Redaktion Themen im Mittelpunkt stehen, die eine Verbindung zu ihrer Herkunft aufweisen. Sprach- sowie Sachkenntnisse erhöhen in diesem Fall die Glaubwürdigkeit eines Berichts und steigern seine Authentizität. Daneben stellen Erfahrungen durch einschlägige Praktika und Beziehungen zu bereits etablierten Journalisten einen relevanten Erfolgsfaktor dar (vgl. ebd.: 76

ff.). Allerdings kann sich der Migrationsintergrund auch als Nachteil herausstellen, da noch immer Vorurteile gegenüber Migranten bestehen und beispielsweise eine abweichende politische Haltung befürchtet wird, die nicht zur redaktionellen Linie passt; folglich werden die Bewerber abgelehnt. Vermutet wird zudem, dass die Vorurteile gegenüber den verschiedenen ethnischen Gruppen variieren, also etwa italienisch-stämmige Migranten eher eingestellt werden als Personen aus Afrika (vgl. ebd.: 84 ff.).

Resümiert werden kann, dass eine Unterrepräsentation von Journalisten mit Migrationshintergrund naheliegt, diese empirisch jedoch noch nicht eindeutig nachgewiesen werden konnte. Daher kann lediglich geschätzt werden, dass der Anteil der migrantischen Medienschaffenden im unteren einstelligen Bereich liegt. Gründe hierfür sind zum einen auf der Seite der Personalverantwortlichen zu finden, die anscheinend noch immer Zweifel gegenüber den Qualifikationen und Einstellungen von Migranten hegen. Zum anderen scheinen sich aber auch die Zuwanderer selbst oftmals gegen einen Beruf im Mediensektor zu entscheiden, weil andere Jobs attraktiver wirken oder vor einem entsprechenden Studium zurückgeschreckt wird (vgl. Bastian 2016: 136; Geißler 2014: 1; Geißler / Enders / Reuter 2009: 93). Um eine größere ethnische Diversität im Bereich der Medienproduktion zu erhalten, muss daher an einer Verringerung bzw. Aufhebung der Vorurteile seitens der Personalentscheider gegenüber den Migranten gearbeitet und bei den ethnischen Minderheiten das Interesse am Beruf des Journalisten vergrößert werden (vgl. Pöttker 2016: 162). Doch selbst, wenn diese Bemühungen fruchten sollten, stellt sich die Frage, welchen Einfluss die Medienschaffenden mit Migrationshintergrund auf die Medieninhalte letztendlich nehmen können. So wird in der nordamerikanischen Forschung angenommen, dass eine größere Beteiligung von ethnischen Minoritäten an der Medienproduktion zwar eine notwendige, aber noch keine hinreichende Bedingung für integrative Medieninhalte darstellt (vgl. Geißler 2014: 1; Fleras 2006: 179 ff.). Die Begründungen hierfür liegen auf der Hand: Einerseits erscheint es wichtig, dass Migranten bei der Auswahl von Medienbotschaften ihre spezifischen Kenntnisse und Perspektiven einbringen, andererseits arbeiten die Medienbetriebe nach dem Prinzip

der Gewinnorientierung. Das bedeutet, dass die Arbeit aller Journalisten bestimmten Restriktionen unterliegt und sie „nicht völlig frei sind bei der Auswahl und Aufmachung dessen, was sie der Öffentlichkeit mitteilen möchten“ (Geißler 2014: 1). Ergo kommen auch unter der Beteiligung von Migranten an der Medienproduktion weiterhin bestimmte Selektionskriterien, seien es Nachrichtenfaktoren oder spezifische redaktionelle Linien, zum Einsatz und vermitteln womöglich ein negativ verzerrtes Bild der ethnischen Minderheiten.

4.2 Die Darstellung ethnischer Minderheiten in deutschen Massenmedien

Nachfolgend werden zunächst einige Studien vorgestellt, mit deren Hilfe eruiert wurde, wie deutsche Massenmedien über Migranten im Allgemeinen berichten. Im Anschluss an eine Zusammenfassung der hieraus gewonnenen Erkenntnisse sollen dann erste veröffentlichte Untersuchungen angesprochen werden, in denen sich auf die Berichterstattung über Geflüchtete konzentriert wurde.

4.2.1 Die Darstellung von Migranten in deutschen Massenmedien

4.2.1.1 Vorstellung ausgewählter Studien

Wie die Medien hierzulande über Ausländer berichten, wird in der Regel anhand bestimmter Gruppen (z. B. Gastarbeiter, Asylbewerber oder Muslime) und / oder Medientypen untersucht. Eine der ersten inhaltsanalytischen Studien auf diesem Gebiet wurde 1972 von Jesús Manuel Delgado veröffentlicht und ging der Frage nach, welche Informationen die nordrhein-westfälische Tagespresse über Gastarbeiter vermittelt (vgl. Delgado 1972: 14). Um hierauf Antworten zu finden, führte Delgado für den Zeitraum von Mai 1966 bis einschließlich August 1969 eine Vollerhebung von 84 Tageszeitungen aus Nordrhein-Westfalen durch und erfasste dabei 3069 Artikel (vgl. ebd.: 28). Diese ordnete er in vier Kategorien ein und kam dabei zu dem Ergebnis, dass *Arbeitsmarktberichte* den größten Teil (32,3 Prozent) der Berichterstattung ausmachen, dicht gefolgt von Artikeln zu *Sensation / Kriminalität* (31,0 Prozent). An dritter

Stelle folgen *Sachberichte* (25,9 Prozent); der Kategorie *Goodwill* konnten die wenigsten Beiträge (10,8 Prozent) zugerechnet werden (vgl. ebd.: 28 f.). Zudem wurde eine Korrelation zwischen den Kategorien *Sensation / Kriminalität* und *Goodwill* sichtbar: Je häufiger in einem Printmedium über kriminelle Handlungen der Gastarbeiter berichtet wird, desto seltener lassen sich positive Darstellungen ebendieser identifizieren (vgl. ebd.: 37). Kritisieren lässt sich an Delgados Studie die mangelnde Vollständigkeit und fehlende Trennschärfe der Kategorien (vgl. Predelli 1995: 42 f.). Dennoch wurde der Arbeit über mehrere Jahrzehnte hinweg großes Interesse entgegengebracht, da sie bis heute zu den umfassendsten Analysen der deutschen Presse zählt und erstmals die tendenziell negative Berichterstattung über Gastarbeiter aufzeigte (vgl. ebd.; Müller 2005c: 88).

Eine weitere Presseanalyse wurde von Ruhrmann und Kolmer durchgeführt. Ihr Ziel war es, die ausländerbezogenen Inhalte in den zwei Bielefelder Tageszeitungen *Neue Westfälische* und *Westfalen-Blatt* zu untersuchen und dabei ausländerfeindliche Alltagstheorien zu eruieren (vgl. Ruhrmann / Kollmer 1987: 1). Zu diesem Zweck wurden zusätzlich Leserbriefe der Zeitschriften *Bunte*, *Stern*, *Der Spiegel* sowie *Quick* in das Untersuchungssample aufgenommen. Dieses umfasste 702 Texte, die zwischen dem 1. Januar 1981 und dem 30. Juni 1983 erschienen sind (vgl. ebd.: 46 ff.). Problematisch ist in diesem Zusammenhang, dass kein Bezug auf die Auswahl der Leserbriefe durch die Redakteure sowie auf die Möglichkeit der Kürzung durch ebendiese genommen wurde (vgl. Predelli 1995: 44). Die Resultate der Studie offenbaren, dass in rund einem Drittel der ausgewerteten Artikel und insbesondere im überregionalen Teil der Zeitungen die Kriminalität von Ausländern thematisiert wurde; im Lokalteil standen dagegen eher ihre Identität und ihr sozialer Status im Vordergrund (vgl. Ruhrmann / Kollmer 1987: 2). Darüber hinaus wurde in 54,8 Prozent der Berichte und 67,2 Prozent der Leserbriefe auf deutsche Ressourcen und Werte verwiesen, die durch Migranten bedroht seien. Ferner kommen die Autoren zu dem Fazit, dass Ausländer in einem Großteil der Artikel als Objekt auftreten und nur selten als Handelnder (Subjekt). Außerdem werden sie oftmals negativ bewertet, ohne dass ihnen die Gelegenheit zur Gegendarstellung

eingräumt wird, da sie selbst in der Regel nicht zu Wort kommen (vgl. Ruhrmann / Kollmer 1987: 4, 74 f.).

Auch Merten befasste sich in seiner 1986 veröffentlichten Studie mit der Darstellung von Ausländern in deutschen Printmedien. Seine Stichprobe schloss insgesamt 2216 Artikel aus 20 verschiedenen Tages- und Wochenzeitungen, die zwischen dem 10. Januar und 28. August 1986 veröffentlicht wurden, ein. Schlussfolgern lässt sich aus den erhobenen Daten, dass sich die meisten Pressebeiträge der Statusgruppe *Gäste, Künstler und Sportler* (40,4 Prozent) zuordnen lassen. *Arbeitnehmer* mit Migrationshintergrund (18,8 Prozent) platzieren sich auf Rang zwei, *Asylbewerber* auf Rang drei (11,9 Prozent) (vgl. Merten 1986: 2 ff.). Offen lässt Merten jedoch, was diese Größenordnungen zu bedeuten haben. Hinsichtlich der Bewertung von Ausländern wird deutlich, dass in Deutschland lebende Asylbewerber und Arbeitnehmer meist in ein schlechtes Licht gerückt und als kriminell eingestuft werden. Dies trifft vor allem auf Personen türkischer Herkunft zu (vgl. Müller 2005c: 91 f.; Merten 1986: 4 f.). Ein anderer Befund zeigte sich dagegen für Texte über ausländische Gäste, Prominente und ethnische Minderheiten, die in ihrem Herkunftsland wohnen: Über diese wird in vielen Fällen positiv berichtet. Merten zieht hieraus den Schluss: „Ausländer sind ‚gute‘ Ausländer, wenn sie in der Bundesrepublik als Gäste, Künstler und Sportler auftreten oder wenn sie in ihrer Heimat sind. Und umgekehrt: Ausländer sind ‚schlechte‘ Ausländer, wenn sie in der Bundesrepublik arbeiten oder hier Asyl suchen“ (Merten 1986: 4).

Eine weitere umfangreiche Arbeit legten Meißner und Ruhrmann im Jahr 2000 vor. Per systematischer Zufallsstichprobe untersuchten sie zusammengekommen 1150 Artikel der Thüringer Tageszeitungen *Freies Wort*, *Thüringer Allgemeine Zeitung*, *Thüringer Landeszeitung* und *Ostthüringer Zeitung* (vgl. Meißner / Ruhrmann 2000: 16). Als Analysezeitraum wurde der 1. Januar 1995 bis 31. Dezember 1999 festgelegt. Die Auswertung belegt, dass die Thüringer Tageszeitungen „mit ihrer Nachrichtenauswahl, Themensetzung und Präsentation ein eher negatives Bild der [...] Migranten verbreiten“ (ebd.: 64). Zudem kamen die Autoren, wie bereits Ruhrmann und Kollmer (1987), zu dem Ergebnis, dass Ausländer vor allem als „körperlose Masse“ und weniger als Subjekt in den Medien auftauchen (Meißner / Ruhrmann 2000: 16).

Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn es sich um Flüchtlinge bzw. Asylbewerber handelt. Einzelne Ausländer werden lediglich in Ausnahmefällen in den Mittelpunkt gerückt, wenn es sich beispielsweise um Straftäter oder Opfer von Rassismus handelt. Auch als Gesprächspartner, so Meißner und Ruhrmann, treten sie nur selten in den Thüringer Tageszeitungen auf (vgl. ebd.).

Ebenfalls im Jahr 2000 erschien eine Studie von Geißler, in der er Beiträge und Kommentare der regionalen *Siegener Zeitung* mit Artikeln der überregionalen *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* (FAZ) verglich. In die Auswertung aufgenommen wurden dabei alle Texte mit Ausländerbezug aus den Rubriken *Politik* und *Vermischtes*, die vom 27. Oktober bis zum 29. November 1997 abgedruckt wurden. Zusätzlich einer Inhaltsanalyse unterzogen wurden die Leserbriefe der FAZ sowie der Lokalteil der *Siegener Zeitung* (vgl. Geißler 2000: 133). Die Befunde belegen einmal mehr, dass in den deutschen Printmedien verstärkt negativ über Migranten berichtet wird. Des Weiteren eruierte Geißler, dass ein Großteil der Beiträge über ethnische Minderheiten kriminelle Handlungen zum Gegenstand hat. Dies tiff vor allem auf die *Siegener Zeitung* und die darin enthaltene Rubrik Zeitgeschichte (die von Geißler als *Vermischtes* gehandhabt wird) zu (vgl. ebd.). Die FAZ widmete der Berichterstattung über Ausländer in absoluten Zahlen betrachtet zwar mehr Raum, thematisierte dabei jedoch gleichermaßen auffallend oft in der Rubrik *Vermischtes* (die dort den Titel *Deutschland und die Welt* trägt) die Ausländerkriminalität. Werden zu den Texten über den „kriminellen“ und „bedrohlichen Ausländer“ ergänzend die Meldungen über die staatlichen und gesellschaftlichen Belastungen (des Arbeitsmarktes, der Staatskassen oder des Sozialsystems) durch ethnische Minderheiten hinzuaddiert, so signalisierten 49 Prozent der FAZ-Artikel und 71 Prozent der Beiträge der *Siegener Zeitung* eine Bedrohung durch Ausländer (vgl. ebd.: 136).

Wie Geißler (2000) zog auch Fick die *Siegener Zeitung* für seine Arbeit heran, verglich diese allerdings mit der *Westfälischen Rundschau*, um auf diese Weise den „Wandel der Darstellung von Migranten am Beispiel Siegener Lokalmedien in den Jahren 1996 und 2006“ zu erforschen (vgl. Fick 2009: 235). Die Untersuchungszeiträume erstreckten sich auf den 2. Januar bis 10. Februar 1996 sowie den 2. Januar bis

11. Februar 2006. Codiert wurden alle Artikel der „Informationsteile“ beider Zeitungen, die sich mit ethnischen Minderheiten in Deutschland beschäftigten (ebd.: 240). Die Ressorts *Wirtschaft*, *Kultur* und *Fewilleton* sowie Sportberichte und Anzeigen wurden demnach ausgeschlossen. Die Resultate der Analyse offenbaren, dass Personen mit Migrationshintergrund 1996 in „verhältnismäßig viele[n]“ Berichten (42 Prozent aller Artikel) als Kriminelle präsentiert wurden (ebd.: 264). Ein Jahrzehnt später waren noch rund ein Drittel der Beiträge negativ verzerrt. Herausgefunden wurde außerdem, dass 2006 sowohl in der *Siegener Zeitung* als auch in der *Westfälischen Rundschau* öfter neutraler bzw. positiver über Migranten geschrieben wurde (vgl. ebd.: 246 f.). Zurückzuführen ist dies laut Fick möglicherweise darauf, dass aufgrund der 2006 stärker öffentlich geführten Debatte über die Integration ethnischer Minderheiten migrationsspezifische Probleme häufiger thematisiert wurden. In diesem Zusammenhang nahmen zum Beispiel kulturelle Berichte oder Beiträge über Abschiebungen von Ausländern mehr inhaltlichen Raum in den beiden Printmedien ein (vgl. ebd.: 265). Zusätzlich waren 2006, insbesondere in der *Westfälischen Rundschau*, mehr Veröffentlichungen zu finden, die zur „aktiven Akzeptanz ethnischer Minderheiten“ beitragen können (ebd.: 266). Erwähnt wurde darin etwa der wirtschaftliche Beitrag von gut integrierten Migranten (vgl. ebd.).

Mit einer spezifischen Gruppe ethnischer Minderheiten, den Muslimen, setzten sich Kai Hafez und Carola Richter auseinander, indem sie die Islamberichterstattung von der ARD und dem ZDF untersuchten. Hierzu eruierten sie die Thematisierungsanlässe des Islams in einschlägigen Talkshows, Magazinsendungen, Reportagen und Dokumentationen (vgl. Hafez / Richter 2007: 40). Um Verzerrungen, die beispielsweise aufgrund von Großereignissen entstehen können, zu vermeiden, wurden verschiedene Sendungen über einen längeren Zeitraum hinweg (1. Juli 2005 bis 31. Dezember 2006) in die Analyse einbezogen. Die Ergebnisse der Studie lassen den Eindruck aufkommen, dass die öffentlich-rechtlichen Sender ihrem Programmauftrag nicht nachkommen: In den untersuchten Beiträgen waren 81 Prozent aller Thematisierungen des Islams negativ konnotiert, ergo lediglich 19 Prozent positiv oder neutral ausgerichtet. Besonders die Themenbereiche *Terrorismus* und *Extremismus* traten dabei hervor (vgl. ebd.: 40 f., 46). Auslöser

für Islamberichte sind meist aktuelle Geschehnisse wie Anschläge oder politische Debatten, wobei vor allem Talkshows und politische Magazin-sendungen einen schlechten Eindruck der Religion vermitteln (vgl. ebd.: 41 f.). Allerdings lässt sich bei Letzteren eine Differenzierung zwischen den beiden TV-Programmen ausmachen: Während sich bei der Sendung *Weltspiegel* (ARD) eine nahezu ausschließlich negative Berichterstattung verzeichnen ließ, bemühte sich die Redaktion des *Auslands-journals* (ZDF) zumindest um eine differenzierte Darstellung des Islams (vgl. ebd.: 43). Als positives Beispiel heben Hafez und Richter abschließend die Reportagen und Dokumentationen hervor. So hatten 44 Prozent der Sendungen, die diesen Kategorien zuzuordnen sind, kein negatives Thema als Aufhänger; vielmehr informieren sie relativ neutral über den Islam (vgl. ebd.: 44).

Ergänzend hierzu untersuchte Namin (2009) von Anfang Juli bis Ende Oktober 2007 die deutschen Printmedien *Spiegel* und *Bild* hinsichtlich ihrer Präsentation des Islams. Ebenso wie Hafez und Richter (2007) stellte sie fest, dass der Themenbereich *Terrorismus / Extremismus* am häufigsten mit dem Islam in Verbindung gebracht wird (vgl. Namin 2009: 283). Zudem zeigte sich, dass auch in den beiden Zeitungen der überwiegende Teil der Berichte negativ konnotiert ist (73 Prozent der Beiträge des *Spiegels* und 77 Prozent der *Bild*-Artikel) (vgl. ebd.: 287).

Als nächste Beispielstudie soll eine Arbeit von Ortner (2007) erwähnt werden, in der anhand der Kriminalreihe *Tatort* (ARD) der Frage nachgegangen wurde, wie Migranten in TV-Sendungen mit fiktionalen Inhalten präsentiert werden. Die methodische Vorgehensweise gliederte sich in zwei Schritte: Zunächst wurde anhand von Inhaltsangaben aus unterschiedlichen Quellen (Internetseiten der Sendeanstalten und Produktionsfirmen sowie eine private, von der ARD genehmigte Fanseite) untersucht, wie oft das Thema *Migration* in den 566 *Tatort*-Folgen, die bis zum Ende des Jahres 2003 produziert wurden, auftrat (vgl. ebd.: 10). Anschließend eruierte Ortner anhand von fünf ausgewählten Episoden die inhaltliche Umsetzung. Dabei wird deutlich, dass das Element *Einwanderung* für die Drehbuchautoren anscheinend eine recht große Relevanz besitzt: In 60 Folgen wurde es angeschnitten, in weiteren 32 Ausgaben stand es sogar im Mittelpunkt (vgl. ebd.: 11). Insbesondere in den 90er Jahren konfrontierte die TV-Reihe ihr Publi-

kum mit Geschichten, die durch einen migrantischen Bezug gekennzeichnet waren. Dargestellte Themen waren in diesem Zusammenhang zum Beispiel Menschenhandel, rechtsradikale Übergriffe auf Migranten, die illegale Beschäftigung ausländischer Arbeiter sowie Schwierigkeiten illegaler Zuwanderer (vgl. ebd.: 14). Dies offenbart, dass die Immigranten auch in auf Fiktion beruhenden TV-Formaten nicht selten in einem problembehafteten Kontext dargestellt werden. Zugleich muss allerdings hervorgehoben werden, dass der *Tatort*, so Ortners Fazit, „positive Modelle des gegenseitigen Umgangs von Menschen unterschiedlicher Herkunft“ aufzeigt und zumindest ein Teil der dargestellten Migranten positive Verhaltenseigenschaften aufweist (ebd.: 20). Zudem gehöre es zu den Merkmalen einer Kriminalserie, dass sich die Figuren mit Schwierigkeiten auseinandersetzen müssen. Ferner ergab die Untersuchung, dass die Hauptrollen hauptsächlich von deutschen Charakteren eingenommen werden. Ortners Quintessenz ist daher, dass der *Tatort* nur bedingt das Potenzial besitzt, „die Wahrnehmung von Migranten als Teil der Gesellschaft zu fördern“ (ebd.).

Lünenborg, Fritsche und Bach (2011: 43) legten den Fokus ihrer Inhaltsanalyse auf die Darstellungen von Migrantinnen in den Medien. Hierzu untersuchten sie in den Jahren 2005 bis 2008 für jeweils einen Monat diverse überregionale Qualitäts- und Boulevardzeitungen sowie zwei regionale Tageszeitungen aus Nordrhein-Westfalen. Anschließend wurden 39 Frauen mit und ohne Migrationshintergrund zu einem von sechs Fokusgruppengesprächen eingeladen (vgl. ebd.: 108 f.). Wie die Ergebnisse zeigen, ist das quantitativ dominierende Bild von Migrantinnen „das des hilfsbedürftigen, weiblichen Opfers“ (ebd.: 144). Überdies werde ihnen durch die Medien regelmäßig eine Andersartigkeit bzw. Rückständigkeit zugeschrieben und der hierdurch entstehende Kontrast zur westlichen, aufgeklärten Frau deutlich gemacht. Gleichzeitig lassen die Medien allerdings auch immer wieder andere Lebensentwürfe von Immigrantinnen sichtbar werden. Oftmals dienen hierbei prominente Frauen (z. B. Moderatorinnen wie Nazan Eckes oder Schauspielerinnen wie Sila Sahin) als Beispiele (vgl. ebd.: 104 f., 129 f., 134, 144). Auffällig ist zudem, dass Zuwanderinnen aus den westlichen Ländern eher als gebildete und emanzipierte Frauen dargestellt werden als jene aus arabischen Staaten oder Osteuropa. Ein weiteres Resultat der Studie ist,

dass in den Lokalzeitungen resp. in den Lokalteilen der überregionalen Presse am meisten und differenziertesten über Migrantinnen berichtet wird und sie dort als selbstverständlicher Bestandteil der deutschen Gesellschaft angesehen werden. Da der Journalismus laut den Autoren eine kulturübergreifende Integrationsleistung erbringen sollte, halten sie es für erstrebenswert, dass mehr Medien dem Beispiel der regionalen Printmedien folgen und Zuwanderinnen häufiger die Gelegenheit bekommen, sich in den öffentlichen Diskurs einzubringen (vgl. ebd.: 104 f., 144 ff.).

Im Folgenden könnten diverse weitere Studien aufgeführt werden, mit deren Hilfe die Darstellung von ethnischen Minderheiten in den deutschen Massenmedien untersucht wurde (z. B. Trebbe 2009; Hentges 2006; Ruhrmann / Sommer / Uhlemann 2006; Predelli 1995). Da der Fokus der vorliegenden Arbeit aber auf die Medienrezeption ausgerichtet ist, soll an dieser Stelle darauf verzichtet werden. Die signifikantesten Befunde der Literatursichtung werden im nächsten Abschnitt noch einmal zusammenfassend dargelegt.

4.2.1.2 Resümee

Wie die Vielzahl an Untersuchungen deutlich macht, ist die Darstellung der Migranten in den deutschen Massenmedien recht gut erforscht. Übereinstimmung finden die Analysen dabei besonders in einem Punkt: Ausländer beziehungsweise Immigranten werden häufig in einem negativen Kontext präsentiert (vgl. Wendekamm 2014: 207; Maurer / Reinemann 2006: 156; Ruhrmann 1999: 101). Deutlich wird dies beispielsweise daran, dass die ethnischen Minderheiten oftmals in Verbindung mit Kriminalität oder Gewaltdelikten auftauchen (vgl. Trebbe 2009: 93; Müller 2005c: 100; Ruhrmann / Demren 2000: 71). Ursachen für diesen Negativismus sieht Geißler in den Nachrichtenwerten, der Zusammensetzung des Medienpersonals (vgl. Kap. 4.1) sowie in der Aufgabe der Massenmedien, „eine kritische Öffentlichkeit herzustellen“ (Geißler 2014:1). Es gehört in demokratischen Gesellschaften also durchaus zum Auftrag der Medien, die Probleme, die bezüglich der Integration von Migranten auftreten, abzubilden. Gleichzeitig fehlt jedoch – und das machen die veröffentlichten Inhaltsanalysen ebenfalls

deutlich – eine angemessene Berichterstattung über die positiven Aspekte der Migration (vgl. Geißler / Pöttker 2005b: 393). Diese Befunde führten zur Entwicklung der Repräsentationsthese: In den deutschen Medien wird zwar nur selten über Migranten berichtet (Unterrepräsentation), aber wenn doch, dann werden sie primär negativ dargestellt (negative Überrepräsentation) (vgl. Vogelgesang 2010: 19). Ob dies möglicherweise die Mediennutzung der Immigranten beeinflusst, wird im Laufe der nächsten Unterkapitel noch näher beleuchtet (vgl. Kap. 4.3, Kap. 4.4).

Hinsichtlich der negativen Präsentation von Migranten lassen sich einige Differenzen feststellen. So offenbaren insbesondere die Analysen der deutschen Printmedien, dass vor allem Asylbewerber vorrangig negativ dargestellt werden, während über ausländische Sportler oder Künstler verstärkt positiv berichtet wird (vgl. Müller 2005c: 101). Bezüglich ausländischer Arbeitnehmer ergibt sich ebenfalls ein gemischtes Bild. Einerseits zeigen auf sie bezogene Beiträge, dass die Integration von Migranten gelingen kann; andererseits werden sie aber auch als Beispiel dafür genutzt, dass Zuwanderer eine „Bedrohung“ für die Arbeitsplätze der Deutschen darstellen (Butterwegge 1999: 49; Ruhrmann 1995: 47). Überdies werden die Ausländer, deren Kultur, Tradition und Religion der deutschen Bevölkerung „bekannt“ vorkommt – man denke etwa an Spanier oder Italiener – in den Massenmedien positiver präsentiert als Menschen aus fernen und weniger vertrauten Regionen (Ruhrmann 1999: 98; s. auch ders. 1991: 42 ff.).

Des Weiteren haben mehrere Studien deutlich gemacht, dass Ausländer überwiegend als Objekte in den Zeitungen und TV-Sendungen auftauchen; eine Rolle als handelndes oder bewertendes Subjekt wird ihnen so gut wie nie zuteil (vgl. Müller 2005c: 101). Meier-Braun kritisiert zudem, dass die Medien zu wenig über die Ursachen des Weltflüchtlingsproblems aufklären und nicht deutlicher aufzeigen, dass lediglich ein Bruchteil der Menschen, die weltweit auf der Flucht sind, Asyl in Europa sucht (vgl. Meier-Braun 2001: 128).

Nicht eindeutig geklärt ist bis heute aufgrund einer zu geringen Anzahl an Studien, ob sich die Prävalenz der Negativbilder, wie sie vor allem für den Informations- und Politiksektor belegt wurde, auch auf den Unterhaltungssektor bzw. Rubriken wie Sport oder Werbung über-

tragen lässt. So offenbarte Ortner (2007) Analyse des *Tatorts*, dass den Migranten in der Fernsehserie sowohl negative Klischees als auch positive Merkmale zugeschrieben werden.¹² Bei der Forschung über die Darstellung ethnischer Minderheiten ausgeblendet werden in der Regel noch immer Werbeanzeigen, Radiosendungen und Castingshows (vgl. Geißler 2014: 1; Müller 2005c: 111). Vor allem Letztere könnten jedoch ein verstärktes Integrationspotenzial enthalten, da in Produktionen wie *The Voice of Germany*, *Deutschland sucht den Superstar* oder *Germany's next Topmodel* Migranten oft zu den Gewinnern zählen und die Shows deutschen sowie ausländischen Rezipienten positive Identifikationsmöglichkeiten mit Zuwanderern bieten (vgl. Geißler 2011: 3 f.; Ruhrmann / Demren 2000: 74).

Darüber hinaus weist Geißler darauf hin, dass sich in der öffentlichen Debatte über die Zuwanderung von Migranten in den letzten Jahren ein Paradigmenwechsel vollzogen hat: „Aus einem Diskurs über den unerwünschten Ausländer [...] ist ein Diskurs über die Notwendigkeit von Migration und Integration geworden. Und es wäre sehr verwunderlich, wenn sich dieser qualitative Schub nicht auch in der medialen Darstellung dieser Thematik wiederfinden lassen würde“ (Geißler 2011: 4). Bis sich diese Veränderung auch in empirischen Untersuchungen widerspiegelt, müsse jedoch aufgrund der Diskrepanz zwischen der „dynamischen Realität“ und der „langsamen Forschung“ noch etwas Zeit vergehen (ebd.). Einen ersten Hinweis darauf, dass bezüglich der medialen Präsentation von Menschen mit Migrationshintergrund ein Wandel stattfindet, könnte die weiter oben vorgestellte Inhaltsanalyse der Siegener Lokalzeitungen von Fick (2009) liefern. Wie diese ergab, erschienen im Jahr 2006 weniger negative Berichte über Migranten als 1996. Ob dieser Umschwung gleichermaßen für andere Medien gilt, ist durch weitere Analysen zu prüfen.

¹² Matthias Thiele kam überdies in einer Forschungsarbeit über fiktionale Fernsehinhalte zu dem Ergebnis, dass in TV-Komödien und Kriminalserien zumindest teilweise sozialkritisch auf Aspekte wie Alltagsrassismus oder das Flüchtlingselend aufmerksam gemacht wird (vgl. Thiele 2005: 187, 239 f., 251 ff.).

4.2.2 Die Darstellung von Geflüchteten in deutschen Massenmedien

Die Analysezeiträume der im Folgenden dargelegten Untersuchungen beziehen sich vorrangig auf das Jahr 2015, da zu dieser Zeit so viele Menschen wie nie zuvor in der Bundesrepublik Asyl suchten und die Zuwanderung somit zu einem bestimmenden Thema in den Medien wurde (vgl. Hemmelmann / Wegner 2016: 21). Dies trifft insbesondere auf den Spätsommer sowie den Frühherbst zu, auf die sich auch Almstadt (2017) in ihrer Studie „Flüchtlinge in den Printmedien“ konzentrierte. Analysiert wurden dabei die Artikel aus der FAZ (Frankfurter Allgemeine Zeitung), der SZ (Süddeutsche Zeitung) sowie der Bild-Zeitung, die unter dem Stichwort *Flüchtlinge* gefunden und vom 31. August bis 15. Oktober 2015 an prominenter Stelle veröffentlicht wurden (vgl. ebd.: 186). Es fand demnach keine Vollerhebung der publizierten Beiträge statt. Vielmehr zielte Almstadt darauf ab, „hegemoniale Prinzipien und Wertmaßstäbe in der Berichterstattung über geflüchtete Menschen offenzulegen“ (ebd.: 187). Festgestellt wurde, dass Flüchtlinge vor allem als Statisten der Willkommenskultur und als Symbol für das Versagen Europas in den Printmedien auftauchten. Zudem wurde mittels eines medialen Diskurses die Frage erörtert, ob Geflüchtete eine ökonomische Bereicherung für die Bundesrepublik darstellen (können). Auffallend war darüber hinaus, dass die *Bild*, die in der Vergangenheit generell eher negativ über die „Flüchtlingswelle“ berichtete, im Spätsommer 2015 eine Kehrtwende machte und die deutsche Willkommenskultur lobte (ebd.: 189). Die Bedürfnislage der Asylsuchenden (d. h. die Gründe für ihre Flucht, ihr gesundheitlicher Zustand etc.) wurde damals allerdings in allen drei Zeitungen ausgeblendet. Darüber hinaus konnte eruiert werden, dass Einzelschicksale eine symbolische Aufladung erfuhren. So wurde beispielsweise das Foto eines kurdischen Jungen, der auf der Flucht ertrunken und dessen Leichnam an einer türkischen Küste angeschwemmt wurde, „zum Sinnbild für die moralischen Verbrechen des Assad-Regimes in Syrien und der Schlepperbanden“ (ebd.: 193).

Später wurden die Geflohenen verstärkt als potenzielle Arbeitskräfte in den Fokus der Berichterstattung gerückt. Hierbei ging es etwa um die Frage, ob durch die Integration der Zuwanderer in den Arbeits-

markt der hierzulande vorherrschende Fachkräftemangel kompensiert werden kann. Die Bild-Zeitung konstruierte dabei ein Idealbild syrischer Geflüchteter, indem sie diesen gute berufliche Qualifikationen sowie einen längerfristigen Nutzen für die deutsche Gesellschaft zuschrieb. Auch in den Artikeln der SZ wurde die Arbeitskraft der Zugewanderten immer wieder betont. Die FAZ dagegen betrachtete die Thematik deutlich differenzierter und hob zum Beispiel hervor, dass sich unter den Flüchtlingen auch Analphabeten und Menschen mit geringer Bildung befinden (vgl. ebd.: 196 ff.). Resümierend hält Almstadt einerseits fest, dass Geflüchtete während des Untersuchungszeitraums ein zentraler Bestandteil der medialen Berichterstattung waren; andererseits wurde herausgefunden, dass sich die Zeitungsredakteure mit ihren Beiträgen zu politischen Ereignissen positionieren und somit „im Prozess der öffentlichen Meinungsbildung Perspektiven [erschaffen], aus denen geflüchtete Menschen betrachtet und beurteilt werden“ (ebd.: 199).

Hemmelmann und Wegner (2016) zielten mit ihrer Studie darauf ab, überblicksartig (d. h. nicht repräsentativ) die Muster der Flüchtlingsberichterstattung des gesamten Jahres 2015 nachzuzeichnen. Die Grundlage hierfür bildeten Berichte diverser deutscher Print- und Onlinemedien sowie Beiträge deutscher TV-Sender. Die Ergebnisse offenbarten, dass die medial gesetzten Themenschwerpunkte bzw. die Darstellung von Geflüchteten in Abhängigkeit von den politischen Ereignissen variieren. Insgesamt konnten fünf Wellen der Berichterstattung eruiert werden. Die erste bezieht sich auf den Beginn des Jahres 2015. Zu dieser Zeit ließen sich in den deutschen Medien überwiegend Artikel über Flüchtlinge finden, die in überfüllten Booten sitzen, im Mittelmeer verunglückt sind oder vor Asylunterkünften Schlange stehen. Die Geflohenen wurden „als Opfer von Kriegen, Krisen oder Schlepperbanden dargestellt“ (ebd.: 23). Einzelschicksale wurden nur selten thematisiert. Zudem fehlten Positivbeispiele, in denen beispielsweise die gesellschaftliche Bereicherung, die mit der Aufnahme von Hilfesuchenden einhergeht, hervorgehoben wird.

Die zweite Welle der Berichterstattung umfasst in etwa den Zeitraum von Mai bis Ende Juli 2015, in dem immer mehr Geflüchtete in Deutschland ankamen. Zum einen berichteten die Medien in dieser Phase routiniert über die Flüchtlingsströme sowie deren Hintergründe;

zum anderen rückten sie nun aber auch immer mehr die Arbeit von ehrenamtlichen Helfern, die zum Beispiel Spenden sammelten oder in Flüchtlingsheimen mitarbeiteten, in den Fokus, um ihre Empathie mit den Hilfesuchenden auszudrücken. Besonders deutlich zeigte sich dies bei den Print-Leitmedien sowie dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Eine differenzierte Betrachtung des Geschehens fand hingegen in der Lokalberichterstattung einiger Medien statt, bei der neben der Willkommenskultur auch vor Ort stattfindende Streitigkeiten mit bzw. um die Geflüchteten aufgegriffen wurden (vgl. ebd.: 24).

Als Bundeskanzlerin Angela Merkel dann Ende August das Dublin-Verfahren für Syrer aussetzte und sich folglich die „Ereignisse überschlagen“ haben, begann die dritte Welle der Flüchtlingsberichterstattung (ebd.: 25). Bilder von überfüllten Bahnhöfen, erschöpften Asylsuchenden und Deutschen, die ebendiese willkommen heißen, prägten nun die Medienlandschaft. Zudem schlichen sich immer wieder Reporter in Flüchtlingsunterkünfte ein, um dortige Missstände aufzudecken. Insgesamt betrachtet wurden die Geflüchteten in ein positives Licht gerückt, gegnerische Stimmen ausgeblendet oder als rechtspopulistisch abgestempelt. Es fehlte daher sowohl an einer kritischen Distanz der Medien als auch an einer Analyse, die die gesellschaftlichen Entwicklungen und die Asylpolitik der Europäischen Union hinterfragt. Mit dem Beginn des Herbstes 2015 schlug dieser Ton plötzlich ins Gegenteil um. Im Zuge dieser vierten Welle der Berichterstattung standen Krawalle in Flüchtlingsheimen, die Angst vor Kriminalität sowie einschlägige Dispute zwischen Politikern im Mittelpunkt (vgl. ebd.: 26 f.). Mit der fünften Welle zeigten sich die deutschen Medien vor allem „erzieherisch“, indem sie regelmäßig auf die hierzulande geltenden demokratischen Werte hinwiesen und „mit westlichen Augen“ auf die Neuankömmlinge schauten (ebd.: 28). Darüber hinaus wurden vielfältige Erwartungen an die Geflüchteten formuliert und verstärkt das Thema *Integration* aufgegriffen. Verpasst wurde hierbei jedoch, zu beleuchten, was unter diesem Begriff konkret zu verstehen ist.

Im Fazit halten Hemmelmann und Wegner fest, dass bei der Produktion von medialen Beiträgen über Flüchtlinge stets Hintergrundinformationen herangezogen und in Frage gestellt werden sollten, um die Bevölkerung so gut wie möglich über aktuelle Geschehnisse aufzu-

klären. Des Weiteren sollten die Journalisten deutlich machen, weshalb sie sich in ihrem Bericht für die von ihnen ausgewählte Perspektive entschieden haben und alternative Betrachtungsweisen aufzeigen (vgl. ebd.: 35). Auf diese Weise kann möglicherweise auch verhindert werden, dass bei den Rezipienten das Gefühl entsteht, dass die Flüchtlingsberichterstattung zu einseitig ist, zu wenige bzw. falsche Informationen liefert oder dass hierzulande nicht offen über das Flüchtlingsthema diskutiert werden kann (vgl. Köcher 2015: 4 ff., 8 f.).

Die letzte Forschungsarbeit, die in diesem Unterkapitel vorgestellt wird, sollte mithilfe einer Inhaltsanalyse von rund 1700 Texten Aufschluss darüber geben, wie diverse Print- und Onlinemedien zwischen Februar 2015 und Mitte Januar 2016 über Geflüchtete berichtet haben. Herangezogen wurden hierzu neben vier ausgewählten Print-Leitmedien (FAZ, SZ, *Welt* und *Bild*) 85 Lokal- und Regionalzeitungen sowie die Onlinemedien *focus.de*, *tagesschau.de* und *Spiegel Online* (vgl. Haller 2017: 2, 23 ff., 132). Die Befunde zeigen, dass vor allem die Onlinemedien im ersten Halbjahr 2015 ihre Leser mit zu vielen Meldungen zu den Themen *Flucht* und *Asyl* „überschwemmten“ (ebd.: 132). Im Fokus standen dabei auf der einen Seite Berichte, die das Leid von vielen Tausend verzweifelten Geflüchteten demonstrierten; auf der anderen Seite rückten politische Diskussionen und gewalttätige Asylgegner in den Mittelpunkt. Die Analyse der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* und der *Süddeutschen Zeitung* ergab zudem, dass deren Beiträge vorrangig einen nachrichtlichen oder meinungsbetonten Charakter besitzen. Interviews, Reportagen oder Ähnliches tauchten kaum in den Presseerzeugnissen auf. Ergo wurde auch den Geflüchteten selbst nur selten die Chance geboten, in den Medien zu Wort zu kommen (vgl. ebd.: 133). Akteure, die der institutionellen Politik zuzurechnen sind (z. B. Mitglieder der Bundesregierung oder des EU-Parlaments) traten dagegen häufig in den Berichten auf. Die Positionierungen der Politiker wurden allerdings lediglich selten neutral wiedergegeben, sondern oftmals einer Wertung unterzogen. Ferner versäumten die Medien, die (vor allem im August und September 2015 immer stärker gewordenen) Sorgen und Ängste eines wachsenden Teils der Bevölkerung ohne „eine Differenzierung zwischen Rechtsradikalen, politisch Verunsicherten und besorgten, sich ausgegrenzt fühlenden Bürgern“ sachlich zu erörtern (ebd.:

135). Stimmen von Skeptikern oder Bedenkenträgern wurden ausgeblendet, stattdessen die Willkommenskultur (d. h. die Hilfsbereitschaft der deutschen Politik sowie den Einheimischen) stark thematisiert.

Erst zu Beginn des Jahres 2016 folgte aufgrund der mit dem Schlagwort *Silvesternacht* etikettierten Ereignisse¹³ eine differenziertere Flüchtlingsberichterstattung. Die Tonalität der Beiträge in den Printmedien wurde zurückhaltender und skeptischer, die in der Bevölkerung bestehende Unsicherheit aufgegriffen. Zudem wurden immer häufiger Normverstöße von Flüchtlingen thematisiert. Auf Haller wirkt diese Veränderung fast so, als „wollten viele Journalisten [...] überflüssig nachholen, was sie zuvor versäumt hatten“ (ebd.: 139).

Wie die Vorstellung dieser Studien deutlich macht, haben die deutschen Medien im Jahr 2015, in dem mehr Personen als je zuvor Asyl in der Bundesrepublik beantragt haben, eher selten neutral über Geflüchtete berichtet. Standen zunächst meist das Leid dieser Menschen sowie die deutsche Willkommenskultur im Fokus, wurden im Laufe der Zeit auch immer mehr (zuvor nicht beachtete) kritische Stimmen laut. Diejenigen, um die es dabei eigentlich ging – das heißt die Flüchtlinge selbst – kamen jedoch sowohl in der einen als auch der anderen Phase kaum zu Wort.

4.3 Mögliche Auswirkungen der medialen Darstellung ethnischer Minderheiten auf deren Mediennutzung

Die im vorherigen Kapitel dargelegte Art und Weise, in der die deutschen Massenmedien über Menschen mit Migrationshintergrund berichten, kann auf der Mikroebene vor allem für zwei Gruppen von Bedeutung sein: zum einen für die Mehrheitsgesellschaft und zum anderen für die Zugehörigen der ethnischen Minderheiten selbst (vgl. Trebbe 2009: 91). Bisher lassen sich aber kaum empirisch fundierte Aussagen darüber treffen, inwiefern die marginalisierte und negativ behaftete mediale Präsentation der Ausländer die Einstellungen von Rezipienten beider Gruppen tatsächlich beeinflusst (vgl. Weber-Menges 2005b: 128).

¹³ Zum Jahreswechsel 2015 / 2016 wurden in Köln Hunderte Frauen von überwiegend ausländischen Männern sexuell belästigt (vgl. ZEIT ONLINE 2017).

Dies ist vor allem auf die Komplexität des Themas zurückzuführen, die zur Entwicklung verschiedener Medienwirkungsansätze (z. B. das Agenda-Setting-Modell oder die Kultivierungshypothese) und teils widersprüchlichen Forschungsergebnissen führte (vgl. ebd.; Trebbe 2009: 67 ff.; Schweer 2001: 7 ff.). Diese im Einzelnen darzulegen, würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Da allerdings nicht ausgeschlossen werden kann, dass die Darstellung von Zuwanderern in den deutschen Medien das Mediennutzungsverhalten von Flüchtlingen mitbestimmt (vgl. Geißler / Pöttker 2005b: 394), soll die Thematik auch nicht vollkommen ausgeklammert werden.

Wenn auch, wie eben angeklungen, die verschiedenen Studien zur Medienwirkungsforschung nicht selten unterschiedliche Resultate erzielen, so herrscht heute doch zum größten Teil Einigkeit darüber, dass Medieninhalte nicht zwangsläufig einen unmittelbaren Einfluss auf die Standpunkte der Rezipienten ausüben. Aus einer mittel- bis langfristigen Perspektive erscheint es dagegen denkbar, dass beispielsweise eine ununterbrochen negative Berichterstattung über Geflüchtete nicht nur die in Teilen der Bevölkerung vorherrschenden Vorurteile gegenüber Migranten verfestigen und eine latente Fremdenfeindlichkeit fördern, sondern zugleich die Integrationswilligkeit der Hilfesuchenden verringern kann (vgl. Bonfadelli 2007a: 95; Weber-Menges 2005b: 174; Ruhrmann / Nieland 2001: 121). Hierbei muss jedoch beachtet werden, dass persönliche Einstellungen nicht nur durch die Medien, sondern ebenso durch die interpersonale Kommunikation beeinflusst werden können (vgl. Früh 1992: 72). Des Weiteren ist die Empfänglichkeit für Medienbotschaften von der Persönlichkeit des Rezipienten abhängig (vgl. Jakob / Hueß 2016: 49 ff.; Baumann et al. 2001: 3).

Arbeiten, die die Wirkung der Medienberichterstattung auf ethnische Minderheiten als Untersuchungsgegenstand aufweisen, kommen häufig zu dem Ergebnis, dass die marginalisierte Repräsentation der Zuwanderer von ebendiesen auch entsprechend wahrgenommen wird und sie folglich nicht auf Ethnomedien verzichten möchten (vgl. Deuze 2006: 265; Sreberny 2005: 445 ff.; Christiansen 2004: 198 f.). Entsprechende Studien wurden allerdings fast ausschließlich mit einem auf der türkischen Minderheit liegenden Fokus durchgeführt. Eine hiervon ist die Untersuchung von Hafez, der mithilfe von Tiefeninterviews tür-

kische Einzelpersonen und Gruppen zu ihrer Mediennutzung und ihrer Einstellung gegenüber deutschen Massenmedien befragte (vgl. Hafez 2002: 3). Kritisiert wurde von den Interviewten dabei insbesondere die geringe aktive Präsenz von Türken in den deutschen Mainstreammedien sowie dass deutsche Journalisten nur mangelhaft über das Leben der Türken in der Bundesrepublik informiert seien, was zu einer verzerrten Darstellung dieser führe. Daneben werde der Islam zu sehr als repressive Religion präsentiert; seine Toleranzaspekte werden einfach ausgeblendet (vgl. ebd.: 58).

Weiterhin bemängelten die Befragten, dass Türken in den deutschen Massenmedien noch immer sehr klischeehaft präsentiert werden, beispielsweise als „Dönerverkäufer“ oder „Kopftuchträger“ (ebd.: 57). Hierbei werde übersehen, dass inzwischen viele Türken der zweiten oder dritten Generation als Arzt oder Rechtsanwalt arbeiten. Ferner sei die Darstellung der türkischen Bevölkerung in den deutschen Medien noch immer mit Gewalt und Kriminalität verknüpft. So werde deren Nationalität auch dann häufig hervorgehoben, wenn sie „mit dem Gang des Verbrechens in keinem ursächlichen Zusammenhang steht“ (ebd.: 58 f.). Dieses Vorgehen widerspricht nicht nur den Erwartungen der türkischen Zuwanderer an die deutschen Medien, sondern zugleich der Richtlinie 12.1 des Deutschen Presskodexes. In diesem heißt es:

„In der Berichterstattung über Straftaten wird die Zugehörigkeit der Verdächtigen oder Täter zu religiösen, ethnischen oder anderen Minderheiten nur dann erwähnt, wenn für das Verständnis des berichteten Vorgangs ein begründbarer Sachbezug besteht. Besonders ist zu beachten, dass die Erwähnung Vorurteile gegenüber Minderheiten schüren könnte“ (vgl. Deutscher Presserat 2015: 10).

In der Praxis zeigt sich jedoch nicht immer eindeutig, ob ein „begründbarer Sachbezug“ vorliegt oder nicht (Pöttker 2005b: 213). Folglich ergibt sich eine mehr oder weniger weite Auslegung der Richtlinie 12.1, was immer wieder zu widersprüchlichen Entscheidungen des Deutschen Presserates führt (vgl. ebd.: 213 ff.). Zugleich stößt die Regel des Öfteren auch deshalb auf Kritik, weil sie den Medien einen direkten Einfluss auf die Rezipienten unterstellt, der verschiedenen Forschungs-

befunden zufolge so aber nicht stattfindet (vgl. Mohr / Bader / Wicking 2009: 217 f.).

Die zweite Studie, die an dieser Stelle erwähnt werden soll, wurde im Jahr 2006 im Auftrag des WDR (Westdeutscher Rundfunk) durchgeführt. Befragt wurden ebenfalls türkischstämmige Personen, die an leitfadengestützten Diskussionen in den Städten Köln und Essen teilnahmen (vgl. Hammeran / Baspinar / Simon 2007: 126). Die Ergebnisse der Untersuchung stimmen in einigen Punkten mit den von Hafez (2002) eruierten Resultaten überein. So empfanden die Diskussions Teilnehmer „die Darstellung [des] türkischen Lebens im deutschen Fernsehen überwiegend als unbefriedigend“ (Hammeran / Baspinar / Simon 2007: 133). Weiterhin wurde bemängelt, dass nach wie vor zu wenige türkische Gesichter im TV-Programm zu sehen seien, die die türkische Bevölkerung in Deutschland angemessen repräsentieren. Stattdessen finde sowohl in Informationssendungen als auch bei fiktionalen Inhalten noch immer eine klischeebehaftete Darstellung der Türken statt (vgl. ebd.: 134 f.). Dennoch wurden die deutschen Nachrichtensendungen als „glaubwürdig und objektiv“ beurteilt und speziell von den 20- bis 49-Jährigen genutzt. Türkische Nachrichten werden dabei meist als Ergänzung der deutschen Informationen herangezogen (ebd.: 133).

Kurze Zeit später, im Jahr 2007, baten Geißler und Weber-Menges Migranten aus Italien, der Türkei und Russland um eine Einschätzung der deutschen Medienberichterstattung über Personen mit Migrationshintergrund (vgl. Geißler / Weber-Menges 2013: 279). Besonders häufig kritisiert wurde dabei eine verstärkt negative Darstellung ethnischer Minderheiten. Vor allem türkischstämmige Befragte finden Menschen ihres Herkunftslandes der Studie zufolge oftmals zu Unrecht in einem kriminellen Kontext wieder (vgl. ebd.: 282). Einig waren sich die Untersuchungsteilnehmer überdies darin, dass die deutschen Massenmedien kein „gutes Klima“ zwischen Deutschen und Zugewanderten fördern (ebd.: 282 f.). Um eine ausgewogenere Berichterstattung zu erreichen, sollten laut Meinung der Befragten mehr Personen mit Migrationshintergrund an der Medienproduktion beteiligt werden. Zudem sprachen sich die Einwanderer aus der Türkei und Italien dafür aus, dass in den deutschen Massenmedien häufiger über die Kultur und die Aktivitäten (beispielsweise Feste und Vereine oder Organisationen)

informiert werden sollte. Fremdsprachige Beilagen in den Tageszeitungen befürworteten vor allem türkische Zuwanderer (vgl. ebd.: 283 f.).

Resümiert werden kann, dass Migranten oftmals eine marginalisierte und negative bzw. klischeehafte Repräsentation ihrer ethnischen Gruppe in den deutschen Medien wahrnehmen. Inwiefern hierdurch allerdings die Integration der hierzulande lebenden Menschen mit Migrationshintergrund beeinflusst wird, konnte empirisch noch nicht hinreichend erforscht werden. Angenommen wird jedoch, dass eine negative Berichterstattung über Migranten zur Ausbildung segregativer ethnischer Öffentlichkeiten führen kann (vgl. Weber-Menges 2005b: 176). Vor dem Hintergrund einer existierenden Reihe an Faktoren, die vermutlich einen Einfluss auf die Medienwirkung ausüben (z. B. das Rezeptionsumfeld sowie die Persönlichkeit des Mediennutzers und seine Voreinstellung gegenüber den medial präsentierten Themen), ist das Fehlen von Forschungsarbeiten zu diesem komplexen Thema allerdings auch nicht weiter verwunderlich (vgl. ebd.: 174 f.).

Zudem ist unter dem Einbezug allgemeiner Erkenntnisse der Medienwirkungsforschung danach zu fragen, inwiefern Mediennutzer solche Medieninhalte, die ihrer eigenen Meinung bzw. Einstellung widersprechen, überhaupt zur Rezeption auswählen. Als erwiesen gilt in diesem Zusammenhang beispielsweise die Tatsache, dass Medienbotschaften, die nicht mit den eigenen Überzeugungen konform sind, zu einer kognitiven Dissonanz¹⁴ beim Mediennutzer führen und dass folglich „ein Einstellungswandel umso geringer ausfällt, je größer die

¹⁴ Die *Theorie der kognitiven Dissonanz* geht auf den US-amerikanischen Sozialpsychologen Leon Festinger (1957) zurück. Der Grundgedanke hierbei ist, dass, sobald ein Mensch zwischen zwei oder mehr wahrgenommenen Kognitionen (z. B. Überzeugungen, Annahmen oder Verhaltensweisen) eine Diskrepanz erkennt, kognitive Dissonanz entsteht. Da dieser Zustand eine innere Anspannung mit sich bringt, die als unangenehm empfunden wird, versucht das Individuum die aufgekommene Dissonanz abzubauen. Möglich ist dies, indem beispielsweise ausschließlich die Medieninhalte rezipiert werden, die der eigenen Einstellung entsprechen bzw. umgekehrt die Rezeption derjenigen Medieninhalte vermieden wird, die nicht mit der eigenen Überzeugung übereinstimmen (vgl. Fischer / Asal / Krueger 2013: 16; Weber-Menges 2005b: 147 f.).

Distanz zwischen Medieninhalt und Einstellung des Rezipienten ist“ (ebd.: 175). Mediennutzer können die Medieninhalte jedoch nicht nur aufnehmen oder ignorieren, sondern auch verstehen resp. missverstehen oder sie wieder vergessen. Zugrunde liegt diesen Erkenntnissen unter anderem der Nutzen- und Belohnungsansatz, der von einem aktiven Mediennutzer ausgeht (vgl. ebd.; Merten 1994: 317). Der Rezipient hat demnach die Möglichkeit, sich bis zu einem gewissen Grad durch die bewusste Auswahl bestimmter Medienangebote vor einer medialen Beeinflussung zu schützen. Allerdings können so möglicherweise auch beispielsweise bereits vorhandene fremdenfeindliche Einstellungen weiter verstärkt werden, indem (im Sinne der Theorie der kognitiven Dissonanz) ausschließlich die Medien konsumiert werden, die die eigene Überzeugung bestätigen (vgl. Fischer / Asal / Krueger 2013: 16 f.; Jäckel 2011: 91; Bauer 1963: 3 ff.).

Zusammenfassend kann konstatiert werden, dass sich die Wirkung von Medienbotschaften nicht als linearer Vorgang vollzieht, sondern von der sozialen Situation des Mediennutzers, seinen Lebensverhältnissen, dem sozialen Kontext sowie den „durch Eltern, Schule, etc. oder in sozialen Gruppen bzw. Cliques geprägten Voreinstellungen“ und ihren Erfahrungen mit Migranten abhängig ist (Weber-Menges 2005b: 154). Da Medieninhalte zudem über einen längeren Zeitraum hinweg wirken können bzw. Botschaften wiederholt verbreitet werden, müssten Untersuchungen auf dem Gebiet der Medienwirkungsforschung die Folgen von ähnlichen Medienbotschaften auf den Rezipienten in Form einer Längsschnittanalyse überprüfen und dabei zugleich äußere Einflussfaktoren (z. B. Veränderungen in den politischen Gesamtzusammenhängen) sowie zwischenzeitlich gemachte Erfahrungen der Mediennutzer in die Auswertung einbeziehen (vgl. ebd.). Ergänzend müsste mit inhaltsanalytischen Studien sowie einer Mediennutzungsanalyse eruiert werden, ob die entsprechenden Medieninhalte den Befragten überhaupt erreicht haben. Dass diese Anforderungen an die empirische Forschung nur schwer erfüllbar sind, erklärt die fehlenden Wirkungsstudien bezüglich der Darstellung ethnischer Minderheiten in den deutschen Massenmedien sowie die teilweise generellen widersprüchlichen Resultate im Bereich der Medienwirkungsforschung (vgl. ebd.). Des Weiteren wurde schon darauf verwiesen, dass die Wahrnehmung von Medienbot-

schaften durch die Selektion und Interpretation des Rezipienten mitbestimmt wird, da Menschen zum Beispiel die Informationen zu meiden versuchen, die nicht mit ihren Einstellungen übereinstimmen und ergo zu einer kognitiven Dissonanz führen könnten (vgl. ebd.: 147).

Trotz der bestehenden Forschungslücken existieren einige wenige Teilstudien, die sich speziellen Aspekten der Medienwirkung zuwenden und auf diese Weise zumindest Teilantworten liefern können. Betrachtet wurden dabei im Rahmen dieser Arbeit lediglich die Untersuchungen, die sich mit der Wirkung der Berichterstattung auf ethnische Minderheiten auseinandersetzen. Wie die Ergebnisse zeigen, empfinden vor allem die türkischstämmigen Rezipienten, dass ihre ethnische Gruppe in den deutschen Massenmedien zu wenig repräsentiert und zu negativ dargestellt wird. Dieser Eindruck deckt sich zugleich mit den Resultaten diverser Inhaltsanalysen deutscher Medien.

Weber-Menges geht davon aus, dass sich die Art der medialen Berichterstattung negativ auf die Integration von Menschen mit Migrationshintergrund auswirken und zu einer gesellschaftlichen Segregation führen kann (vgl. ebd.: 176). Eindeutig bewiesen werden konnte dies jedoch bisher nicht. Dennoch empfiehlt sie, dass Medienschaffende auf Stereotype bei der Berichterstattung verzichten und Hintergrundberichte mit detaillierten Zusatzinformationen anbieten sollten. Außerdem könnten positive Identifikationsmöglichkeiten für die Immigranten gefördert werden, indem beispielsweise die wirtschaftlichen Leistungen von Einwanderern in den deutschen Massenmedien mehr Beachtung finden (vgl. ebd.: 176 f.). Womöglich könnte auf diese Weise auch eine verstärkte Zuwendung der ethnischen Minderheiten zu den deutschen Medien zu erreichen sein.

4.4 Mediennutzung ethnischer Minderheiten in Deutschland

Um zu eruieren, welche Rolle Medien bei der Integration von Zuwanderern einnehmen können, ist es wichtig, Kenntnisse über das Mediennutzungsverhalten der entsprechenden ethnischen Minderheiten zu besitzen. Aus diesem Grund begann die Forschung auf diesem Themengebiet bereits relativ früh. So wurde beispielsweise in den Jahren 1966 bis 1968 in mehreren Infratest-Befragungen die Nutzung der Gast-

arbeiterprogramme im Hörfunk (die vom WDR für türkische, italienische, spanische und griechische Migranten produziert wurden) untersucht (vgl. Müller 2005d: 359). Zudem wurden in einigen soziologischen Studien, die auf die Erforschung des Freizeitverhaltens der Einwanderer ausgerichtet waren, immer wieder Daten zu deren Mediennutzung erhoben (vgl. Schildmeier 1978; Borris 1973). 1990 erfolgte eine der ersten größeren Infratest-Studien, die nach der Auswertung von 1229 Interviews mit in Nordrhein-Westfalen lebenden Zuwanderern verschiedener Herkunft zu dem Ergebnis führte, dass die Immigranten (vor allem jene türkischer Herkunft) zwar häufig muttersprachliche Medienangebote rezipieren, gleichzeitig aber auch regelmäßig die Gastarbeiterprogramme der deutschen öffentlich-rechtlichen Sender nutzen (vgl. Eckhardt 1990: 674). Im Verlauf der letzten zwei Jahrzehnte erschienen (begleitet von neuen Kommunikationstechnologien wie beispielsweise dem Internet und dem Satellitenfernsehen) viele weitere Untersuchungen, in denen das Mediennutzungsverhalten der hierzulande lebenden ethnischen Minderheiten exploriert wurde. Bei der Betrachtung dieser fällt auf, dass oftmals lediglich türkische Migranten in die Befragung einbezogen werden. Kleinere ethnische Randgruppen, wie etwa Asiaten oder Bulgaren, stehen dagegen nur in Ausnahmefällen im Fokus der Betrachtung.

Im Folgenden soll eine Auswahl der Studien vorgestellt werden, in denen die Mediennutzung der in Deutschland lebenden Migranten analysiert wurde (Kap. 4.4.1). Hierbei stehen zunächst die Personen im Mittelpunkt, die bewusst und freiwillig nach Deutschland immigriert sind, d. h. nicht aufgrund von Krieg oder anderen Umständen aus ihrer Heimat fliehen mussten. Weil darüber hinaus im Zuge des Flüchtlingszustroms in den Jahren 2015 und 2016 verstärkt wissenschaftliche Arbeiten erschienen sind, die sich im Speziellen mit dem Mediennutzungsverhalten von Geflüchteten auseinandersetzen, werden diese nach einem kurzen Resümee des ersten Teils näher betrachtet (Kap. 4.4.2).

4.4.1 Mediennutzung von Migranten

4.4.1.1 Vorstellung ausgewählter Studien

Insbesondere seit dem Ende der 1990er Jahre nahm die Zahl der Forschungsprojekte, mit denen das Mediennutzungsverhalten von Migranten eruiert wurde, deutlich zu. Eine erste große Untersuchung war dabei die Telefonbefragung von 2052 Zuwanderern türkischer Herkunft, die 1996 vom *Zentrum für Türkeistudien* (ZfT) im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung durchgeführt wurde. Die Ergebnisse zeigen, dass eine deutliche Mehrheit der Türken (84 Prozent) Medien in türkischer und deutscher Sprache nutzt. Von den übrigen Interviewten greifen sieben Prozent ausschließlich auf heimatssprachliche und sechs Prozent nur auf deutschsprachige Medien zurück; drei Prozent gaben an, keine Medien zu konsumieren (vgl. Zentrum für Türkeistudien 1997: 12 f., 162). Wird der Gebrauch der unterschiedlichen Medien (Fernsehen, Hörfunk und Printmedien) im Einzelnen betrachtet, kann eine Dominanz des türkischsprachigen Radios sowie der türkischsprachigen Tageszeitungen verzeichnet werden; Wochen- und Monatszeitungen werden dagegen überwiegend in deutscher Sprache rezipiert. Bezüglich des Fernsehens liegt eine ausgeglichene Nutzung des deutsch- und heimatssprachlichen Programms vor (vgl. ebd.). Daneben konnte festgestellt werden, dass vor allem junge und gebildete Migranten, die einen hohen beruflichen Status besitzen, auf deutschsprachige Medien zurückgreifen (vgl. ebd.: 16). Bekräftigt wurde dieser Zusammenhang in einer ebenfalls vom ZfT durchgeführten telefonischen Mehrthemenbefragung im Jahr 2003 mit 1066 Migranten türkischer Herkunft (vgl. Goldberg / Sauer 2003: 163).

Eine weitere Forschungsarbeit, bei der die Mediennutzung der türkischen Minderheit im Mittelpunkt des Erkenntnisinteresses stand, war die zwei Teile umfassende Untersuchung des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Im Zuge der ersten Sequenz wurden dabei Ende des Jahres 2000 insgesamt 1842 türkischstämmige Personen zu ihren Nutzungsgewohnheiten, Lebensumständen und Sprachkompetenzen sowie zu ihren politischen Orientierungen persönlich interviewt (vgl. Weiß / Trebbe 2002: 45). Da die Befragung auf Deutsch durchge-

führt wurde, mussten in einigen Fällen aufgrund von Sprachproblemen Dritte (z. B. andere Haushaltsmitglieder) als Übersetzungshilfe herangezogen werden (vgl. Weiß / Trebbe 2001: 6). Die Resultate machen deutlich, dass vor allem die Befragten der jüngeren Altersklasse ein größeres Interesse an den aktuellen Geschehnissen in Deutschland als an jenen in der Türkei besitzen. Ausnahmen stellen allerdings die politischen Entwicklungen in der Bundesrepublik dar, die bei den unter 30-Jährigen Migranten generell nur wenig Beachtung finden (vgl. ebd.: 22). Hinsichtlich der Mediennutzung kommen Weiß und Trebbe zu dem Fazit, dass die Hälfte der Studienteilnehmer türkische und deutsche Medien rezipiert. 17 Prozent der Befragten gebrauchen dagegen lediglich türkische und 28 Prozent ausschließlich deutschsprachige Medien, während fünf Prozent nach eigener Aussage überhaupt keine Massenmedien nutzen (vgl. ebd.: 29). Als meistgesehene deutsche TV-Programme wurden RTL, *ProSieben* und SAT.1 ermittelt, dahinter folgen die ARD, RTL II sowie das ZDF; unter den meistgelesenen Printmedien nimmt die *Bild* eine auffallend große Rolle ein (vgl. ebd.: 32 ff.). Wie bei den zuvor beschriebenen Studien wurden zudem Alterseffekte deutlich: Je jünger die Befragten waren, desto stärker griffen sie auf deutsche Medien zurück. Darüber hinaus halten Weiß und Trebbe fest, dass besser integrierte Zuwanderer tendenziell häufiger deutsche als türkische Medien nutzen und hierbei zudem oftmals auf informative Inhalte zurückgreifen (vgl. ebd.: 47). Gleichzeitig muss ein hoher Integrationsgrad jedoch nicht zwangsläufig mit einem geringen Interesse für die Politik im Herkunftsland einhergehen (vgl. ebd.: 49). Die für die Auswertung herangezogenen Integrationsindikatoren waren das abgefragte Interesse an Entwicklungen in Deutschland und der Türkei, Kontakte zu Deutschen sowie die Einbürgerungsneigung (vgl. ebd.: 21).

Im zweiten Teil der Studie führte Hafez 93 Tiefeninterviews mit Einzelpersonen und Gruppen in türkischen Haushalten durch. Obwohl er darauf hinweist, dass aufgrund der geringen Stichprobengröße keine Repräsentativität beansprucht werden kann (vgl. Hafez 2002: 3), bestätigen einige seiner herausgearbeiteten Tendenzen bereits vorliegende Forschungsergebnisse. So konnte beispielsweise festgestellt werden, dass junge Migranten häufiger deutsche Massenmedien rezipieren als ältere Zugewanderte und die Beherrschung der deutschen

Sprache einen positiven Effekt auf die Nutzung deutscher Medien ausüben kann (vgl. ebd.: 47 f., 66). Ergänzend weist Hafez darauf hin, dass die Nutzung türkischer Medien nicht per se ein Integrationshemmnis darstellen muss (vgl. ebd.: 7 ff.).

Die Frage, ob die Mediennutzung die Integration von Migranten beeinflussen kann, stand auch im Rahmen eines Forschungsprojektes am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule Hannover im Fokus. Die schriftliche Befragung von Schneider und Arnold (2004b) umfasste rund 240 Türken und Deutsch-Türken aus der Umgebung. Operationalisiert wurde *Integration* über diverse Dimensionen, die sich in anderen Studien bereits als nützlich erwiesen hatten. Ausgangspunkt war dabei eine Selbsteinschätzung der eigenen Sprachkompetenz sowie der Mediennutzung (vgl. Schneider / Arnold 2006: 102; dies. 2004b: 494 f.). Überdies wurden Einstellungen zur deutschen Politik, Vorstellungen zum Zusammenleben von Deutschen und Türken sowie die Bewertung der Wohnzufriedenheit abgefragt und Daten zur Kommunikation bzw. Interaktion mit dem sozialen Umfeld erhoben. Als Indikator für die Teilnahme(-Bereitschaft) am gesellschaftlichen Leben bzw. für die Integrationswilligkeit wurde das Interesse an sozialen, politischen und kulturellen Themen aus Deutschland und der Türkei herangezogen (vgl. Schneider / Arnold 2004b: 494 f.). Aufgrund der lokalen Beschränkung und der ungleichen Altersverteilung der Befragten in der Stichprobe haben die im Folgenden dargestellten Ergebnisse jedoch nur eine geringe Aussagekraft und können nicht als repräsentativ angesehen werden (vgl. ebd.: 499).

Dass insbesondere von den jüngeren Befragten (Personen, die jünger als 20 Jahre sind) hauptsächlich deutschsprachige Medien konsumiert werden, erscheint angesichts der in diesem Kapitel zuvor präsentierten Studienergebnisse wenig überraschend. Laut Schneider und Arnold geht hiermit allerdings zugleich eine starke Bindung an Deutschland sowie eine schwache Verbundenheit mit der Türkei einher (vgl. ebd.: 496). Konträr dazu pflegen die Migranten, die (fast) ausschließlich türkische Medien nutzen, auch im Alltag überwiegend türkische Kontakte. Zutreffend sei dies vor allem für Zuwanderer der ersten Generation, die häufig mangelnde deutsche Sprachkenntnisse aufweisen. Demnach üben, so Schneider und Arnold, verstärkt das Alter sowie

das Geburtsland einen Einfluss auf die Integration aus. Hinweise zum Zusammenhang zwischen Integration und Medienkonsum liefern insbesondere die Nutzungsmotive der Befragten: „Vorwiegend unterhaltungsorientierte Rezipienten sind insgesamt weniger gut integriert als informationsorientierte Befragte, die aufgrund ihres Interesses an Nachrichten auch deutlich besser über aktuelle politische, soziale und wirtschaftliche Prozesse in Deutschland auf dem Laufenden sind“ (ebd.: 497). So verfolgen die „eher gut integrierten jungen Befragten“ bei der Rezeption des deutschen TV-Programms laut den Autoren der Untersuchung vorrangig das Ziel, Orientierung im Alltag, Möglichkeiten zur Anschlusskommunikation sowie Informationen über Vorgänge des öffentlichen Lebens zu erhalten, während das türkische Fernsehen eher im familiären Kontext (gemeinsames Fernsehen mit den Familienmitgliedern) genutzt wird (ebd.). Dass sich die Migranten, die sich in erster Linie türkischen Medien zuwenden, im Vergleich zu denen, die die Rezeption deutscher Medien bzw. eine komplementäre Nutzung bevorzugen, schlechter informiert fühlen, kann als Hinweis darauf angesehen werden, dass Medien eine unterstützende Wirkung im Integrationsprozess einnehmen können (vgl. ebd.: 498).

Nähere Informationen hinsichtlich der Unterhaltungs- und Informationsbedürfnisse türkischer Migranten vermittelt die schon in Kapitel 4.3 erwähnte Studie, bei der im Auftrag des Westdeutschen Rundfunks 2006 mit insgesamt 57 Teilnehmern im Alter zwischen 14 und 49 Jahren sechs Gruppendiskussionen durchgeführt wurden (vgl. Hammeran / Baspinar / Simon 2007: 126 f.). Wie bei Schneider und Arnold (2004) zeigte sich, dass türkische Fernsehprogramme meist mit der ganzen Familie genutzt werden, um sich über aktuelle Entwicklungen im Herkunftsland zu informieren oder fiktionale Angebote (z. B. türkische Serien) zu rezipieren. Insbesondere bei Nachrichtensendungen müssen sich die jüngeren Befragten allerdings oftmals etwas von den Eltern erklären lassen, weil die eigenen türkischen Sprachkenntnisse bei schwierigeren Themen nicht ausreichend seien, um alle Mitteilungen verstehen zu können (vgl. Hammeran / Baspinar / Simon 2007: 130). Hauptsächlich die 20- bis 49-Jährigen schauen, ergänzend zum türkischen Fernsehen, ebenso regelmäßig deutsche Nachrichten. Vor allem die Inhalte der öffentlich-rechtlichen Sender werden dabei als

objektiv und glaubwürdig wahrgenommen. Die unter 20-Jährigen beziehen ihre Informationen dagegen lieber über das Internet oder – geht es um Ereignisse in der Türkei – auch aus Gesprächen mit Verwandten. Das Fernsehen ist für sie vorrangig ein Unterhaltungsmedium, von dem ergänzend zum World Wide Web Gebrauch gemacht wird (vgl. ebd.: 129 f., 133). Überdies spielen der Hörfunk und die Printmedien bei den unter 30-Jährigen generell eine eher untergeordnete Rolle, während die 30- bis 49-Jährigen regelmäßig deutsche und türkische Zeitungen lesen, um über beide Länder informiert zu sein. Radio wird von ihnen meist morgens oder im Auto gehört. Hierbei greifen sie überwiegend auf deutsche Sender zurück. Das Internet wird von den älteren Befragten vorrangig genutzt, um die türkischen Zeitungen, die nicht im deutschen Handel erhältlich sind, zu rezipieren. Die 20- bis 29-Jährigen suchen dagegen überwiegend deutsche Internetseiten auf, da sie sich der türkischen Sprache „nicht ausreichend mächtig“ fühlen (ebd.: 130). Dieses Ergebnis verdeutlicht einmal mehr, dass der Sprachkompetenz eine große Bedeutsamkeit im Prozess der Mediennutzung zugeschrieben werden kann.

Ebenfalls bereits angesprochen wurde eine Untersuchung von Geißler und Weber-Menges (2013), im Zuge derer im Jahr 2007 neben rund 700 türkischen Zuwanderern auch etwa 1000 Personen aus Italien und 500 Russlanddeutsche in Nordrhein-Westfalen zu ihrer Mediennutzung befragt wurden. Auch hierbei wurde eruiert, dass die Kenntnisse bezüglich der Muttersprache und des Deutschen hinsichtlich des medialen Rezeptionsmusters der Migranten einen relevanten Einflussfaktor darstellen (vgl. Geißler / Weber-Menges 2013: 279 f.). Vor allem Zugewanderte der ersten Generation gaben bei der Befragung an, dass sie zwar daran interessiert seien, öfter deutsche Medien zu rezipieren, ihre Sprachfertigkeiten dafür allerdings nicht ausreichend seien. Im Gegensatz dazu würden 56 Prozent der jüngeren Studienteilnehmer gern Ethnomedien nutzen, wenn sie die Sprache ihres Heimatlandes besser verstehen könnten.

Ein weiteres Resultat der Arbeit ist, dass die Rezeptionsmuster der Befragten vom Alter und der Aufenthaltsdauer in Deutschland beeinflusst werden: „Je älter die Migranten sind, je schlechter sie die deutsche Sprache beherrschen und je kürzer sie in Deutschland wohnen,

desto häufiger nutzen sie ihre Ethnomedien“ (ebd.: 279). Allerdings verzichtet nur eine kleine Minderheit der Studienteilnehmer komplett auf die Rezeption deutscher Medien. Als medial assimiliert kann dagegen ein großer Teil der Russlanddeutschen, aber nur eine relativ kleine Minderheit der Einwanderer aus der Türkei und Italien bezeichnet werden. Medial assimiliert sind Migranten laut Geißler und Weber-Menges dann, wenn sie ausschließlich auf deutsche Medien zurückgreifen (vgl. ebd.). Die Mehrheit der Befragten macht jedoch sowohl von deutschen als auch von ethnischen Medien Gebrauch. Geißler und Weber-Menges bezeichnen diese Gruppe als „interkulturell integriert“ (ebd.). Ob eine Person auf Ethnomedien zurückgreift, ist dabei auch von der Verfügbarkeit dieser abhängig. So sind ethnische Printmedien in kleinen Städten oder auf dem Land oftmals nur schlecht bis gar nicht erhältlich, weshalb entweder ganz auf die Nutzung von Presseerzeugnissen verzichtet wird oder – insofern ihre Sprachkenntnisse hierfür ausreichend sind – notgedrungen deutsche Zeitungen konsumiert werden (vgl. ebd.: 280).

Im Speziellen mit dem Zusammenhang zwischen der Tageszeitungsnutzung und der Politikorientierung von Einwanderern unter Berücksichtigung ihrer deutschen Sprachkompetenz befasste sich Jens Vogelgesang (2010: 67). Für seine Sekundäranalyse griff er auf die Daten des Sozio-ökonomischen Panels (SOEP) zurück, bei dem dieselben deutschen und migrantischen Personen über einen langen Zeitraum hinweg zu ihrem Leben in der Bundesrepublik befragt werden. Erhoben wurden dabei unter anderem die Deutschkenntnisse und die Zeitungsnutzung von Zuwanderern (vgl. ebd.: 23). Wie die Auswertung zeigt, schätzten die meisten hierzulande lebenden Migranten ihre deutsche Sprachkompetenz zwischen 1993 und 2001 als mittelmäßig ein. Ferner wurde herausgefunden, dass deutsche Tageszeitungen in Abhängigkeit von der Herkunftsgruppe verschieden stark genutzt werden. So rezipierten im Jahr 1996 über 60 Prozent der italienischen, ex-jugoslawischen und griechischen Einwanderer eine deutschsprachige Tageszeitung, aber nur 35 Prozent der türkischen Zuwanderer. Diese griffen stattdessen verstärkt auf heimat Sprachliche Printmedien zurück (vgl. ebd.: 133). Darüber hinaus konnten durch die durchgeführte Sekundäranalyse eindeutige Kompetenzeffekte eruiert werden: „Wenn Zuwanderer gut

Deutsch sprechen und schreiben können, erhöht dies die Wahrscheinlichkeit, dass diese Zuwanderer zum Leserkreis einer deutschsprachigen Tageszeitung gehören“ (ebd.). Migranten, die hingegen regelmäßig muttersprachliche Zeitungen rezipieren, sprechen „fortwährend etwas schlechter Deutsch“ als diejenigen, die von ebendiesen keinen Gebrauch machen (ebd.: 140). Weiterhin wurde bestätigt, dass die Nutzung von deutschsprachigen Tageszeitungen das politische Interesse sowie eine allgemeine Parteipräferenz verstärkt. Doch auch, wenn Einwanderer heimatsprachliche Zeitungen lesen, wirkt sich dies im Vergleich zu den Nichtlesern positiv auf ihre Politikinteressiertheit aus (vgl. ebd.: 134 f.).

Eine bundesweit angelegte, repräsentative Mediennutzungsbefragung von Migranten aus verschiedenen Herkunftsländern initiierte die Medienkommission der ARD und des ZDF in den Jahren 2007 und 2011. In der ersten Untersuchung wurden insgesamt 3010 Teilnehmer aus sechs Migrantengruppen (Spätaussiedler, Türken, Italiener, Griechen, Polen sowie kroatische / serbisch-montenegrinische / bosnisch-herzegowinische Zuwanderer) über ein zweistufiges Auswahlverfahren bestimmt und in einem Telefoninterview zu ihrem Mediennutzungsverhalten befragt (vgl. Simon 2007: 428). Dabei wurde zunächst festgestellt, dass die Haushalte der Zuwanderer einen hohen Ausstattungsgrad an Medientechnik (Fernseher, Radio, Computer, DVD-Player etc.) aufweisen. Des Weiteren lassen die Resultate deutlich werden, dass das Fernsehen bei allen befragten Gruppen das nutzungsstärkste Medium ist und die meisten Einwanderer von deutschen TV-Programmen erreicht werden. Am beliebtesten sind dabei, vor allem bei den jungen Migranten, die den Fernseher primär als Unterhaltungsmedium ansehen, private Sender wie Pro7 oder RTL (vgl. Walter / Schlinker / Fischer 2007: 440). Circa ein Viertel der Befragten nutzt sowohl das deutsche als auch das heimatsprachige Programmangebot. Lediglich 14 Prozent (vor allem Türken und Italiener) schauen ausschließlich muttersprachliche Sendungen (vgl. Simon 2007: 429 f., 432 f.). Unterschiede zwischen den Herkunftsgruppen lassen sich vor allem im Bereich des Hörfunks feststellen: Während die Mehrheit der polnischen Zuwanderer jeden Tag Radio hört, trifft dies nur auf rund ein Viertel der Personen mit türkischen Wurzeln zu. Auch hier dominiert die Nutzung deutscher Sender (vgl. ebd.: 429 ff.). Ins Internet gehen täglich 22 Prozent der Migranten.

Wird nur die Altersklasse der 14- bis 29-Jährigen betrachtet, gehört das World Wide Web für 38 Prozent der Befragten zum Alltag. Zeitungen werden von 43 Prozent aller Studienteilnehmer mehrmals wöchentlich rezipiert; türkische Immigranten greifen dabei am häufigsten auf heimatssprachliche Angebote zurück. Generell werden in allen Migranten-gruppen von rund einem Drittel der Befragten ausschließlich deutschsprachige Zeitungen gelesen (vgl. ebd.: 431 ff.).

Ein weiterer, wenn auch wenig überraschender Befund der Studie ist, dass das Nutzungsverhalten der Migranten stark von soziodemografischen Faktoren mitbestimmt wird. Ob verstärkt von heimat- oder deutschsprachigen Massenmedien Gebrauch gemacht wird, ist zu großen Teilen vom Alter, dem Geburtsland sowie den Sprachkenntnissen der Zuwanderer abhängig: Die „Nutzung deutschsprachiger Medien [ist] in allen Migrantengruppen bei jüngeren, in Deutschland Geborenen sowie bei Migranten mit guten deutschen Sprachkenntnissen am höchsten“ (ebd.: 433). Das Geburtsland stellt dabei vor allem bezüglich der dort erworbenen Mediensozialisation einen wichtigen Faktor dar. So geht Simon davon aus, dass der „primären Sozialisation in der Kultur des Heimatlandes [...] eine lebenslang prägende Rolle“ hinsichtlich der medialen Nutzungsgewohnheiten zukommt (ebd.).

Bei der erneuten Durchführung der Untersuchung im Jahr 2011 wurden einige inhaltliche und methodische Veränderungen vorgenommen, die jedoch die Vergleichbarkeit beider Arbeiten nicht gefährden sollten. So kamen beispielsweise diesmal zweisprachige Interviewer zum Einsatz, damit jedem Teilnehmer die Möglichkeit offenstand, in seiner Muttersprache befragt zu werden. Am häufigsten wurde von den über 50-jährigen Zuwanderern auf dieses Angebot zurückgegriffen (vgl. Simon / Neuwöhner 2011: 458). Insgesamt wurden 3302 Personen, die den gleichen Migrantengruppen der Vorgängerstudie angehörten, telefonisch interviewt.

In der Auswertung wird deutlich, dass das Fernsehen – wie schon im Jahr 2007 – das Leitmedium der Zuwanderer darstellt. Gleichzeitig hat die Reichweite des Internets stark zugenommen: 39 Prozent der Befragten gaben an, täglich online zu gehen. Die Radionutzung ging dagegen leicht zurück (vgl. ebd.: 458 f.). Tageszeitungen werden von Migranten vor allem dann konsumiert, wenn ein Informationsbedürfnis

vorliegt. Fernsehen, Radio und das World Wide Web werden im Vergleich dazu von einem Großteil der Zuwanderer sowohl als Informations- als auch als Unterhaltungsmedium genutzt (vgl. Gerhard / Beisch 2011: 484). Dabei werden deutschsprachige Medien im Allgemeinen bevorzugt oder in gleichem Umfang rezipiert. Eine Veränderung zeigt sich für die unter 30-Jährigen Studienteilnehmer, für die eine Zunahme der Rezeption von muttersprachlichen TV-Sendern eruiert wurde (vgl. Simon / Neuwöhner 2011: 466 f.). Dieses Ergebnis ändert allerdings nichts daran, dass die Nutzung heimatssprachiger Medien unter den jungen Migranten noch immer deutlich geringer ausfällt als bei den Befragten der älteren Generation. Ebenfalls bestätigt wurde, dass die Bildung, die Deutschkenntnisse sowie das Alter und das Geburtsland der Zuwanderer einen großen Einfluss auf den Medienkonsum ausüben können (vgl. ebd.: 469).

Ergänzend zur Auswertung des Mediennutzungsverhaltens wurde untersucht, ob ein Zusammenhang zwischen der Integrationsstärke und der Medienrezeption der Migranten vorliegt. Das Konstrukt der Integrationsstärke baut dabei auf vier Aspekten auf: den Deutschkenntnissen und dem alltäglichen Sprachgebrauch der Befragten, ihren sozialen Kontakte sowie ihrem politischen Interesse (vgl. ebd.: 462). Als zentrale Erkenntnis halten Simon und Neuwöhner fest, dass die Stärke der gemessenen Integration einen Einfluss auf die Programmwahl der Zuwanderer ausübt: „Mit zunehmender Integrationsstärke steigt die Nutzung deutschsprachiger Programme und [...] die Nutzung der öffentlich-rechtlichen Programme, deren Markenimage stark von politischer Information geprägt ist“ (ebd.: 465). Darüber hinaus resümieren die Autoren, „dass die Ansprache von Migranten [...] im Sinne des Konzeptes ‚Mainstreaming Diversity‘, also der Förderung der Vielfalt insbesondere in den massenattraktiven Medien, eine erfolversprechende Strategie für die mediale Integration ist“ (ebd.: 469).

4.4.1.2 Resümee

Bevor nachstehend Studien vorgestellt werden, mit denen die Mediennutzung von Flüchtlingen genauer untersucht wurde, soll an dieser Stelle zunächst ein kurzes Fazit gezogen werden.

Der in diesem Kapitel skizzierte Forschungsüberblick hat gezeigt, dass ein Großteil der Migranten von den deutschen Massenmedien erreicht wird. Die Mehrheit der Zugewanderten nutzt regelmäßig deutsche und heimatssprachliche Medien, hat ergo einen bilingualen Nutzungsstil (vgl. Bonfadelli 2007b: 19). Vor allem jüngere Migranten der zweiten Generation greifen allerdings vielfach ebenso (fast) ausschließlich auf deutschsprachige Medien zurück, da beispielsweise ihre Sprachkenntnisse für die Rezeption von Ethnomedien nicht ausreichend sind. Ältere Migranten bevorzugen dagegen oftmals eine Nutzung herkunftssprachlicher Medien, weil sie die deutsche Sprache nicht gut beherrschen und / oder ihre kulturelle Identität bewahren möchten. In den Arbeiten, in denen verschiedene Migrantengruppen miteinander verglichen wurden, rezipieren besonders häufig Personen türkischer Herkunft Medien ihres Heimatlandes.

Ein solches Nutzungsverhalten muss jedoch nicht, wie von einigen Wissenschaftlern befürchtet, eine mediale Abgrenzung oder den Rückzug in ein „Medienghetto“ zur Folge haben (vgl. Zambonini / Simon 2008: 121; vgl. auch Kap. 4.5.1). So erläutert Trebbe (2009: 232) am Beispiel türkischer Migranten, dass nicht „die Nutzung türkischer Medien, sondern die Nichtnutzung deutschsprachiger Medien“ zu separatistischen Tendenzen führen könne – „und diese auch nur in Verbindung mit einer ganzen Reihe anderer, nicht medienbezogener Variablen“. *Nicht medienbezogene Variablen* sind beispielsweise die eigene Bleibeperspektive oder die Zeit, die man bisher in Deutschland verbracht hat (vgl. ebd.: 233). Trebbe lehnt somit einseitige Kausalannahmen, wie sie etwa von den Vertretern der Werkzeug- oder Schädigungsthese¹⁵ vermutet werden, ab. Vielmehr kristallisierte sich durch eine vergleichende Betrachtung der Ergebnisse unterschiedlicher Studien heraus, dass sich eine (starke) Nutzung deutschsprachiger Medien unterstützend auf die Integration bzw. Assimilation der ethnischen Minderheiten auswirkt, das Rezipieren herkunftssprachlicher Medien

¹⁵ Bei der Werkzeugthese wird davon ausgegangen, dass sich die Nutzung deutscher Medien stets fördernd auf die soziale Integration ausübt; die Schädigungsthese beruht auf der Annahme, dass heimatssprachliche Medien die soziale Integration im Zuwanderungsland behindern (vgl. ebd.: 227).

aber keine Ursache für eine Separation von der deutschen Mehrheitsgesellschaft darstellt¹⁶ (vgl. ebd.: 233). Dennoch kann mittlerweile „als gesichert gelten, dass es eine Kausalbeziehung zwischen der Mediennutzung und dem Grad der gesellschaftlichen Integration von Zuwanderern gibt“ (Vogelgesang 2010: 22). Uneinigkeit herrscht in diesem Zusammenhang in der Forschungsliteratur allerdings wie bereits erläutert darüber, ob der Integrationsgrad der Migranten ihr Mediennutzungsverhalten bestimmt oder – andersherum – das Mediennutzungsverhalten den Integrationsgrad beeinflusst (vgl. ebd.).

4.4.2 Mediennutzung von Geflüchteten

Die Mediennutzung von in Deutschland lebenden Flüchtlingen war bis vor Kurzem nur selten Forschungsgegenstand empirischer Arbeiten. Dies änderte sich jedoch mit den hohen Flüchtlingszahlen im Jahr 2015, durch die die Thematik verstärkt in den Fokus der Medien- und Kommunikationswissenschaft rückte.

Eine der wenigen früheren Untersuchungen zu diesem Themenkomplex wurde von Saskia Witteborn durchgeführt. Diese befragte im Sommer 2011 insgesamt 79 Flüchtlinge aus Berlin und München zu speziellen Aspekten ihres Mediennutzungsverhaltens (vgl. Witteborn 2012: 316). Realisiert wurden die Interviews in den Sprachen Deutsch und Englisch. In den Ergebnissen wird deutlich, dass zu dieser Zeit zwar nur wenige der Heimatvertriebenen ein Smartphone besaßen, das Internet allerdings dennoch regelmäßig zur Informationssuche genutzt wurde. Zurückgegriffen wurde hierfür auf Computer und Laptops, die in der Regel entweder in den Unterkünften der Flüchtlinge oder bei deren Bekannten zur Verfügung standen; zusätzlich wurden oftmals Internetcafés besucht. Anlässe für die Suche nach Informationen waren insbesondere das Benötigen der Adresse eines Arztes oder Rechtsanwalts, die Jobsuche sowie der Wunsch, etwas über das deutsche Asylgesetz oder aktuelle Nachrichten zu lesen (vgl. ebd.: 318). Das soziale

¹⁶ Die Annahme, dass ein Großteil der Migranten deutsche und herkunftssprachliche Medien komplementär nutzt, wird als Komplementaritätsthese bezeichnet (vgl. Heckmann 2015: 166; Vogelgesang 2010: 20 f.).

Netzwerk *Facebook* wurde im Rahmen der Internetnutzung vor allem von den unter 40-Jährigen gebraucht, um den Kontakt mit anderen Menschen (sowohl aus dem Heimat- als auch aus Deutschland) zu pflegen und eine eigene Identität herauszubilden (vgl. ebd.: 320). Da mittlerweile fast jeder Flüchtling ein Smartphone mit Internetverbindung besitzt, besteht oftmals ein intensiver, beständiger Kontakt zu den daheimgebliebenen Verwandten (vgl. Witteborn 2015: 350 ff.).

Häufig liegt der Fokus in den Studien, die die Mediennutzung von Flüchtlingen eruieren, jedoch nicht auf der Rezeption von Medien nach der Flucht (Postmigrationsphase), sondern auf der Zeit davor (Phase der Prämigration) sowie dem Transit. So wurde etwa bei der explorativen Untersuchung *Information to go* die Kommunikation während der Flucht am Beispiel irakischer und syrischer Flüchtlinge auf ihrem Weg in die Bundesrepublik eruiert (vgl. Fiedler 2016: 1). Die Befragung fand zwischen November 2015 und Februar 2016 in Form von vier Fokusgruppen mit je zwölf bis 15 Teilnehmern und 36 Tiefeninterviews statt, sodass mit insgesamt 88 Personen gesprochen wurde (vgl. ebd.; MiCT 2016: 1).

Von den Flüchtlingen, die für ein Interview zur Verfügung standen, waren 25 männlichen und elf weiblichen Geschlechts; der jüngste Befragte war 17 Jahre, der älteste über 60 Jahre (vgl. Fiedler 2016: 8). Alle Studienteilnehmer befanden sich zu dieser Zeit seit maximal 24 Monaten in Deutschland. Um Sprachbarrieren weitestgehend ausschließen zu können, wurden fast alle Gespräche von arabischen Muttersprachlern geführt. Als Problem stellte sich jedoch zuweilen die Interviewumgebung (beispielsweise das Flüchtlingsheim) heraus, weil dort nur schwer Ruhe zu finden war und sich andere Personen im selben Zimmer befanden (vgl. ebd.: 9; MiCT 2016: 2). Der Leitfaden umfasste Fragen zum biografischen Hintergrund der Flüchtlinge, zu ihrem Leben vor und auf der Flucht sowie zur Ankunft in Deutschland. Die Fokusgruppen, mit denen vor allem die Informationsbedürfnisse der Geflüchteten in den Blick genommen wurden, fanden an einem neutralen Ort statt und wurden von zwei muttersprachlichen Arabern moderiert. An jeder Gruppe nahmen sowohl männliche als auch weibliche Syrer und Iraker teil. Die Altersspanne reichte hierbei von 18 bis 35 Jahren (vgl. Fiedler 2016: 9 f.).

Die Ergebnisse zeigen, dass Medien in der Prämigrations-Phase vorrangig dazu genutzt werden, nach migrationsrelevanten Informationen zu suchen. Zurückgegriffen wird dabei insbesondere auf TV-Sender, Newsportale im Internet und soziale Medien wie *Facebook*. Letzterem kommt aufgrund der Möglichkeit zur interpersonalen Kommunikation die größte Bedeutung zu. Zeitungen und Radioprogramme spielen eine eher untergeordnete Rolle (vgl. ebd.: 11 ff.). Während der Flucht war das Smartphone das wichtigste Equipment der Asylsuchenden, da mittels diesem über Instant Messenger und soziale Netzwerke regelmäßiger Kontakt zu anderen Flüchtlingen gehalten oder per GPS der Weg über die Ländergrenzen gefunden werden konnte. Außerdem stellte sich bei den Geflohenen so das Gefühl ein, gut informiert zu sein. Zugleich entwickelte sich auf diese Weise laut Fiedler im Sommer 2015 ein Informationskreislauf:

„Flüchtlinge, die sich bereits am Zielort befanden, informierten Gleichgesinnte auf der Flucht sowie Migrationswillige in der Heimat. Die Flüchtlinge im Transit versorgten sowohl die Landsleute, die ihnen unmittelbar folgten, mit Informationen als auch Migranten in Europa, die diese aktuellen Hinweise wiederum über ihre Netzwerke verbreiteten“ (ebd.: 17).

Die Menschen, die vor der Flucht noch im Internet nach Informationen suchten, wurden also im Laufe ihrer Reise und nach der Ankunft in Deutschland selbst zu Informationsgebern. Erwähnt sei überdies, dass sich die meisten Befragten nach der Flucht nicht mehr so gut informiert fühlten wie zuvor. Die überfüllten Flüchtlingslager, vorherrschende Fremdenfeindlichkeit, auftretende Verständigungsprobleme und die Ungewissheit darüber, wie es nun weitergeht, waren nur einige der Faktoren, die bei den Asylsuchenden Enttäuschung und Verärgerung hervorriefen (vgl. ebd.: 18).

Ähnliche Resultate erhielten auch Kutscher und Kreß, die in 17 Einzelinterviews sowie einer Gruppendiskussion unbegleitete Geflüchtete im Alter von 15 bis 19 Jahren zu ihrer Nutzung digitaler Medien befragten (Kutscher / Kreß 2015: 4). Dabei kam heraus, dass Smartphones während der Flucht vor allem dazu gebraucht werden, um mit der Familie zu kommunizieren oder Notrufe (z. B. bei Bootsunfällen)

abzusetzen. Soziale Netzwerke wie *Facebook* oder *Twitter* bieten zudem die Möglichkeit, Hinweise zu (bestimmten) Fluchtwegen zu erhalten. Als problematisch schilderten einige Jugendliche dabei die Tatsache, dass sie ihr Handy auf der Flucht verloren hatten oder es von Schleppern bzw. bei Überfällen eingezogen wurde. Folglich entfiel fortan nicht nur eine wichtige Möglichkeit der Navigation (durch GPS), sondern die Geflohenen verloren zugleich alle Daten (z. B. Telefonnummern und Fotos von der Familie), die auf dem Smartphone gespeichert waren. Auf ihrem Fluchtweg waren sie dann – ebenso wie diejenigen, die von Beginn an nicht über ein Handy verfügten – auf die Hilfsbereitschaft anderer Geflüchteter angewiesen, die im Besitz eines Mobiltelefons waren (vgl. ebd.: 25 ff.).

Nach der Ankunft in Deutschland stellte das Smartphone das zentrale Kommunikationsmittel dar. Daher versuchten die Jugendlichen, die noch keines oder keines mehr besaßen, sich so schnell wie möglich ein Handy zu besorgen. Manche erwarben dieses selbst mithilfe ihres angesparten Geldes, andere bekamen eines von hierzulande lebenden Verwandten oder der Familie aus dem Herkunftsland geschickt. Genutzt wurde das Mobiltelefon dann zur räumlichen Orientierung, zum Deutschlernen sowie zur Kommunikation mit Familienmitgliedern, mit Fachkräften der Jugendhilfe sowie mit Peers in Deutschland und im Herkunftsland (vgl. ebd.: 31 ff.). *WhatsApp*, *Viber*, *Skype* und *Facebook* stellten hierbei die wichtigsten Kanäle dar. Vor allem *Facebook* diente insbesondere dazu, Nachrichten zu rezipieren und die eigene Identität (in Bezug zur Heimat) visuell darzustellen (vgl. ebd.: 47). Ferner waren einige Jugendliche aufgrund der schlechten Medienausstattung in ihrem Heimatland dazu gezwungen, mit ihrer Familie zu telefonieren. Dies wurde als große finanzielle Belastung empfunden (vgl. ebd.: 38). Überdies suchten die Jugendlichen wegen der für sie zu hohen Kosten für mobiles Datenvolumen verstärkt öffentliche WLAN-Hotspots auf. Bemängelt wurde in diesem Zusammenhang oftmals, dass in den Aufnahmeeinrichtungen der jungen Geflüchteten kein Internetzugang zur Verfügung stand (vgl. ebd.: 33 f.). Flüchtlingsspezifisches Informationsmaterial machten die Befragten im Web nicht auffindig oder verstanden es aufgrund von Sprachbarrieren oftmals nicht.

Als Quintessenz der explorativen Studie kann festgehalten werden, dass das Smartphone für geflüchtete Jugendliche im Alltag ein nahezu unersetzlicher Helfer ist, wenn es darum geht, sich im Aufnahmeland zurechtzufinden. Für schwer verständliche Informationen (z. B. bei Fragen zum Asylverfahren) wird allerdings eher Kontakt zu den Betreuern (Sozialarbeitern) aufgenommen (vgl. ebd.: 36). Des Weiteren nimmt das Mobiltelefon eine relevante Rolle bei der Kommunikation mit der Familie ein. *Facebook* dient ergänzend hierzu mitunter „als Selbstversicherung und als Ersatzform der physischen Repräsentanzen“ (ebd.: 45).

Mit der mobilen Mediennutzung von erwachsenen Flüchtlingen vor, auf und nach der Flucht beschäftigten sich Martin Emmer, Carola Richter und Marlene Kunst (2016). Die Smartphone-Nutzung der Asylsuchenden stand dabei im Mittelpunkt der Analyse ihres Projekts mit dem Namen *Flucht 2.0*. Insgesamt wurden im Rahmen der Studie vom 20. April bis 26. Mai 2016 Interviews mit 404 Flüchtlingen, die mindestens 14 Jahre alt waren, durchgeführt. Rund die Hälfte der Befragten (53,5 Prozent) stammte aus Syrien, 23,8 Prozent kamen aus dem Irak und 15,9 Prozent aus den zentralasiatischen Ländern Pakistan, Afghanistan und dem Iran. Ein Gespräch dauerte durchschnittlich 45 Minuten und wurde auf Arabisch, Farsi oder Urdu geführt. Dieses Vorgehen brachte den Nachteil mit sich, dass beispielsweise afghanische Flüchtlinge aus anderen Sprachgruppen aufgrund von Verständigungsproblemen nicht in die Stichprobe aufgenommen werden konnten. Als Ort für die Befragung diente in den meisten Fällen eine von zwölf zuvor ausgewählten Berliner Notunterkünften, in der die Studienteilnehmer auch wohnten. Ausgesucht wurden die Befragten mithilfe eines Quotenverfahrens durch die direkte Ansprache vor Ort (vgl. Richter / Kunst / Emmer 2016: 10 ff.; Emmer / Richter / Kunst 2016: 11 ff.). Der überwiegend standardisierte Fragebogen umfasste 145 Fragen. (Aufgrund einer differenzierten Filterung fiel die Anzahl der tatsächlich angesprochenen Punkte allerdings deutlich geringer aus.) Inhaltlich gliederte er sich in Blöcke zu den Erwartungen und Vorstellungen der Asylsuchenden von der Bundesrepublik Deutschland, zur Situation im Herkunftsland (und gegebenenfalls anderen Aufnahmелändern) der Geflüchteten sowie zu ihrer Mediennutzung im Vorfeld, während und nach der

Flucht. Ferner wurden grundlegende demografische Daten abgefragt (vgl. Richter / Kunst / Emmer 2016: 7).

Wie schon in den zuvor skizzierten Forschungsarbeiten festgestellt wurde, besitzt die interpersonelle Kommunikation für die Asylsuchenden einen hohen Stellenwert. So werden vor der Flucht spezifische Informationen über Deutschland oder Erfahrungsberichte anderer Geflohener gesucht, während unterwegs vor allem auf Navigationsdienste (wie etwa *Google Maps*) zurückgegriffen wird. Im Aufnahmeland angekommen, wurden von jedem vierten Befragten die persönlichen Erfahrungen der Flucht in öffentlichen Internetforen geteilt. Auffällig ist dabei die größere Internetaffinität der syrischen und irakischen Asylbewerber im Vergleich zu den Personen, die aus Zentralasien geflüchtet sind. Darüber hinaus zählt für alle Studienteilnehmer die Möglichkeit zur zwischenmenschlichen Kommunikation über *WhatsApp*, *Facebook* und *Viber* zu den wichtigsten Funktionen des Internets (vgl. Emmer / Richter / Kunst 2016: 51). Zugleich wird den interpersonal vermittelten Informationen auch die größte Glaubwürdigkeit seitens der Hilfesuchenden zugeschrieben, während Inhalten aus dem Internet abseits von persönlichen Kontakten eher wenig Vertrauen entgegengebracht wird. Allerdings schneidet, besonders unter den Personen irakischer Herkunft, die deutsche Bundesregierung als Informationsquelle relativ gut ab. Des Weiteren hatte rund ein Drittel der Befragten vor dem Antreten der Flucht bereits Kontakt zu Personen in Deutschland (vgl. ebd.: 29). Wird das Internet ausgeklammert, so war das Fernsehen vor der Flucht das beliebteste Medium der Studienteilnehmer; den Printmedien und dem Radio kamen eine geringe Bedeutung zu. Da die Autoren vermuten, dass die traditionellen Medien (und hierbei insbesondere die Rundfunkangebote) sowohl während als auch nach der Flucht für die Asylsuchenden nur schwer zugänglich sind, wurden hierzu keine Daten erfasst (vgl. ebd.: 21 f.). Stattdessen wurde sich dem Deutschlandbild der Befragten zugewendet. Hierbei zeigte sich, dass vielen Hilfesuchenden vor dem Antritt ihrer Reise Gerüchte bzw. Halbwahrheiten über die Bundesrepublik zu Ohren kamen, die sie in ihrer Fluchtentscheidung bestärkt haben könnten (z. B. das Versprechen, dass jeder Asylberechtigte in Deutschland ein eigenes Haus bekommt) (vgl. ebd.: 52). Negative Nachrichten, wie etwa „die der brennenden Flüchtlingsheime, haben

sich insgesamt deutlich weniger unter den Flüchtlingen verbreitet als positive“ (ebd.: 52). Daher ist es nicht verwunderlich, dass sich bei vielen Studienteilnehmern ein positiv verzerrtes Deutschlandbild feststellen ließ (vgl. ebd.: 53).

Die Rezeption aller Medien im Aufnahmeland thematisiert eine Arbeit, die im Sommer 2017 von Schmid verfasst wurde. Anhand von zehn Leitfadeninterviews mit Geflüchteten, die sich zwischen 15 und 24 Monaten in Deutschland aufhielten, wurde zunächst einmal mehr eruiert, dass die interpersonale Kommunikation mithilfe von Instant-Messaging-Diensten eine bedeutsame Rolle im Leben der Geflohenen einnimmt (vgl. Schmid 2017: 23). Des Weiteren fand Schmid heraus, dass Informationen zur politischen Situation im Herkunftsland von vielen Flüchtlingen sowohl über deutsche als auch muttersprachliche Medien bzw. *Facebook*-Posts eingeholt werden. Einige der Befragten vermeiden allerdings auch die bewusste Aufnahme von Nachrichten aus der Heimat, da sie diese zu traurig stimmen. Ein anderer Befund der Studie ist, dass nahezu alle Studienteilnehmer Interesse am aktuellen politischen Geschehen in Deutschland zeigen. Um sich hierüber auf dem Laufenden zu halten, wird vor allem auf die herkunftssprachlichen Angebote der *Deutschen Welle* zurückgegriffen. Nachrichten in deutscher Sprache nutzen in der Regel nur die Geflüchteten, die sich selbst ein gutes Sprachverständnis attestieren. Ferner verwenden die Befragten die deutschen Medien, um ihre Deutschkenntnisse zu verbessern. Gut geeignet scheinen hierfür vor allem unterhaltende Medienangebote im Fernsehen oder Radio zu sein. Zudem wird gern auf Videos von anderen Flüchtlingen zurückgegriffen, um Hilfe beim Deutschlernen oder Tipps für die Bewältigung des Alltags hierzulande zu bekommen (vgl. ebd.: 25 ff.). Weiterhin konnte eruiert werden, dass die Geflüchteten den Informationsmedien aus der Heimat oftmals kritisch gegenüberstehen. Doch auch den deutschsprachigen Medien wird nicht immer großes Vertrauen entgegengebracht. Aus diesem Grund versuchen viele der Befragten, sich bei Verwandten oder Bekannten rückzuversichern, ob die rezipierten (deutschen und muttersprachlichen) Nachrichten der Wahrheit entsprechen (28 f., 31).

Überdies beschreibt Schmid den Zusammenhang zwischen den Deutschkenntnissen und der Nutzung deutscher Medien der Geflüchte-

ten als eine „positive Aufwärtsspirale“ (ebd.: 31). Diese entstehe, weil die Zugewanderten die Medien des Aufnahmelandes nutzen, um ihre Sprachkenntnisse zu verbessern. Hierdurch wiederum sind sie dann in der Lage, noch mehr deutsche Medien zu rezipieren, wodurch ihre Deutschkenntnisse erneut weiter gefestigt werden. Allerdings hat dieser Prozess auch seine Grenzen, da selbst vereinzelte Studienteilnehmer mit sehr guten Deutschkenntnissen angaben, nur in einem geringen Ausmaß von deutschen Medien Gebrauch zu machen. Die Sprachkenntnisse der Geflüchteten nehmen demnach nur zu einem Teil Einfluss auf deren Mediennutzung. Ferner stellte Schmid einen Kausalzusammenhang zwischen dem Willen der Integration und der Nutzung deutscher Medien fest. Medien werden in diesem Fall als „Mittel zum Zweck“ gebraucht (ebd.: 31 f.). Genauer gesagt bedeutet dies: Weil ein Geflüchteter deutsche Medien nutzt, lernt er schneller Deutsch und kann besser am gesellschaftlichen Leben teilhaben (also z. B. studieren oder arbeiten gehen). Zugleich kann dieser Befund aber auch in die andere Richtung interpretiert werden: Nur, weil ein Flüchtling in die deutsche Gesellschaft eingebunden ist, macht er von deutschsprachigen Medien Gebrauch.

Zuletzt geht Schmid noch einmal auf spezielle Medienangebote für Geflüchtete ein. Dabei vertritt sie die Position, dass neu angekommene Flüchtlinge vermutlich so gut wie gar nicht von deutschen Medien erreicht werden können, da sie sich zunächst erst einmal mit der neuen Umgebung vertraut machen und grundlegende Schwierigkeiten (wie etwa psychische Probleme) bewältigen müssen. Nach einer Eingewöhnungsphase stellen die deutschen Medien jedoch eine wichtige Informationsquelle für die Zugewanderten dar. Um ebendiese auch zu erreichen, sollten sich die journalistischen Beiträge an der kulturellen Perspektive der ausländischen Rezipienten orientieren und die Flüchtlinge selbst in die Produktion einbezogen werden (vgl. ebd.: 34 f.).

Eine quantitative Analyse des Mediennutzungsverhaltens von Geflüchteten in Sachsen legte Preißler 2017 vor. Aufgrund der geringen Anzahl von Studienteilnehmern (140 Geflohene) kann diese Arbeit aber ebenfalls nicht als repräsentativ eingestuft werden. Die Durchführung der Befragung ging von Februar bis März 2016 in Erstaufnahmeeinrichtungen und Asylbewerberheimen mithilfe eines standardisierten Frage-

bogens, der in Deutsch, Englisch, Arabisch und Farsi vorlag, vonstatten. Auf die Translation in weitere Sprachen wurde aufgrund von forschungsökonomischen Gründen verzichtet (vgl. Preißler 2017: 26 ff.). Letzten Endes umfasste die Stichprobe zu rund 89 Prozent männliche Teilnehmer, da diese in überwiegender Zahl in den Einrichtungen anzutreffen waren. Über die Hälfte der Befragten stammte aus Syrien. Daneben waren der Irak und Iran, Afghanistan, Tunesien sowie der Kosovo als Herkunftsländer vertreten (vgl. ebd.: 40 f.).

Als zentrales Ergebnis der Studie kann festgehalten werden, dass mit rund 99 Prozent fast jeder Untersuchungsteilnehmer ein Smartphone besitzt. Dies verdeutlicht einmal mehr die große Bedeutung des Geräts. Genutzt wird das Mobiltelefon, um nach Informationen zu suchen, die eigenen Deutschkenntnisse zu verbessern sowie um auf soziale Netzwerke wie *Facebook* oder Messenger-Dienste (z. B. *WhatsApp*) zuzugreifen. Ferner fand die Autorin heraus, dass politischen Neuigkeiten bei der Rezeption von aktuellen News nur wenig Aufmerksamkeit geschenkt wird. Gründe hierfür vermutet sie in einer generellen Abneigung gegenüber der Politik aufgrund von schlechten bzw. traumatisierenden Erlebnissen während des Krieges sowie dem Wunsch nach Eskapismus.

55 Prozent der Befragten schauen außerdem mindestens einmal pro Tag fern. Hierbei wurde allerdings nicht eruiert, ob dabei auf deutsche und / oder anderssprachige Programme zurückgegriffen wird. Überdies eruierte Preißler, dass TV-Programme meist zusammen mit Familienmitgliedern oder anderen Geflüchteten rezipiert werden. Dieser Umstand sei vermutlich darauf zurückzuführen, dass den Personen, die in den Flüchtlingseinrichtungen leben, in der Regel kein eigener Fernseher zur Verfügung steht. Printmedien sowie Radioprogramme sind offenbar eher weniger attraktiv für die Geflüchteten (vgl. ebd.: 46 ff.).

Obwohl Studien, die sich der Medienrezeption von Flüchtlingen zuwenden, in der Regel nur explorativer Natur bzw. nicht repräsentativ sind, kommen vor allem aktuelle Forschungsarbeiten allesamt zu dem Resultat, dass bei den Untersuchungsteilnehmern eine ausgeprägte Nutzungspräferenz hinsichtlich des Smartphones erkennbar ist. Zu-

rückzuführen ist dies unter anderem auf die Tatsache, dass durch den einfachen Zugang zum Internet, der durch das Gerät ermöglicht wird, auf diverse Anwendungsmöglichkeiten (z. B. Navigation, Informationssuche, Kommunikation etc.) zurückgegriffen werden kann. Auf diese Weise hilft das Smartphone den Asylbewerbern bzw. -berechtigten dabei, sich im Aufnahmeland zurechtzufinden und einzuleben, aber gleichzeitig ihre „Wurzeln“ nicht zu vergessen.

Des Weiteren wurde in den letzten beiden der vorgestellten Studien eruiert, dass Flüchtlinge des Öfteren vom TV-Programm Gebrauch machen. Allerdings gibt lediglich die Arbeit von Schmid (2017) einen Hinweis darauf, dass dabei regelmäßig deutschsprachige Inhalte rezipiert werden. Bezüglich der Radionutzung liegen hingegen widersprüchliche Ergebnisse vor: Während Preißler (2017) feststellte, dass die Geflüchteten nur ein sehr geringes Interesse am Radioprogramm zeigen, schreibt Schmid (2017) diesem eine nicht unwesentliche Bedeutung beim Lernen der deutschen Sprache zu. Printmedien scheinen dagegen für die Zuwanderer keine Rolle zu spielen. Des Weiteren werden spezielle *Facebook*-Seiten von den Flüchtlingen zum Austausch und Erwerb von Informationen (insbesondere über das Aufnahmeland) genutzt.

4.5 Medienangebote für ethnische Minderheiten

2016 lebten circa 18,6 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland, die 22,5 Prozent der Gesamtbevölkerung ausmachten (vgl. Statistisches Bundesamt 2017: 8). Da von diesen nur wenige an der Produktion deutscher Massenmedien beteiligt sind (vgl. Kap. 4.1), ist es kaum verwunderlich, dass immer mehr Migranten ihre eigenen Zeitungen, Zeitschriften oder Rundfunksendungen erzeugen. Oftmals werden diese unter dem Begriff *ethnische Medien*, kurz *Ethnomedien*, zusammengefasst (vgl. Weber-Menges 2005a: 242). Weil diese eine nicht zu verachtende Rolle bezüglich der Mediennutzung von Zuwanderern einnehmen, sollen sie im Folgenden einer näheren Betrachtung unterzogen werden. Danach werden die Merkmale von Diasporamedien skizziert und Medienangebote für Geflüchtete vorgestellt.

4.5.1 Ethnomedien

Legt man den Ethnomedien¹⁷ eine enge Definition zugrunde, so werden darunter ausschließlich Medien verstanden, die von in der Bundesrepublik lebenden Migranten für andere hierzulande lebenden Migranten produziert werden. Da dies hierzulande – im Gegensatz etwa zu den USA oder Kanada – allerdings eher die Ausnahme als die Regel ist, empfiehlt es sich, von einer weiter gefassten Begriffsbestimmung auszugehen (vgl. Weber-Menges 2005a: 242 f.). Weber-Menges betrachtet Ethnomedien daher als „Medienangebote für Migranten [...] die im jeweiligen Herkunftsland für den dortigen Markt produziert werden und in Deutschland zugänglich sind“ (Auslandsmedien) oder „die unter deutscher Regie für Migranten bzw. auch von Migranten selbst in Deutschland hergestellt und vertrieben werden“ (genuine Ethnomedien) (ebd.: 242; Geißler / Weber-Menges 2013: 276). Folglich zählen nach dieser Definition nicht nur Printmedien und Fernseh- bzw. Hörfunkbeiträge von bzw. für Immigranten zu den Ethnomedien, sondern beispielsweise ebenso Beilagen in Zeitungen und Zeitschriften sowie einzelne Rundfunkbeiträge, die für Migranten produziert werden (vgl. Weber-Menges 2006: 123). Ein Beispiel für die Gruppe der Auslandsmedien ist die türkische Tageszeitung *Hürriyet*, als genuines Ethnomedium kann die russlanddeutsche Wochenzeitung *Russkaja Germanija* angeführt werden. Ein Großteil der Ethnomedien erscheint in der Heimatsprache der angesprochenen Migrantengruppe, einige werden aber auch zweisprachig oder in deutscher Sprache herausgebracht (vgl. Geißler / Weber-Menges 2013: 276).

Die Zielgruppen der Produzenten von Ethnomedien sind die bikulturellen Gruppen der Bevölkerung, „deren Bedürfnisse nach Kontakten mit ihrer Herkunftskultur und Herkunftssprache und nach In-

¹⁷ Zuweilen wird in der Literatur anstelle von Ethnomedien auch der Begriff *Diasporamedien* verwendet (vgl. Hepp / Bozdag / Suna 2011: 123 f.). *Diaspora* ist eine häufig genutzte Bezeichnung für Personen, die sich durch eine gemeinsame Herkunft und Kultur miteinander verbunden fühlen, obwohl sie sich in unterschiedlichen Ländern aufhalten (vgl. Horz 2014: 92; Trebbe 2009: 41). Eine nähere Betrachtung der Diasporamedien erfolgt im nächsten Unterkapitel.

formationen über die spezifische Situation und die spezifischen Probleme ihrer ethnischen Gruppen in der Aufnahmegesellschaft durch die deutschen Medien nicht angemessen befriedigt werden“ (Geißler / Pöttker 2006: 24). Ethnische Medien stellen somit eine Ergänzung der deutschen Massenmedien für die nicht-assimilierten ethnischen Minoritäten dar und nehmen eine ähnliche Rolle wie andere spezifische Medien, zum Beispiel Frauen- oder Jugendzeitschriften, ein (vgl. ebd.).

Die Anfänge der Entwicklung ethnischer Medienkulturen in der Bundesrepublik Deutschland reichen bis in die sogenannte Gastarbeiterphase zurück. Aufgrund der geringen deutschen Sprachkenntnisse waren die sich in den 1960er Jahren entwickelnden fremdsprachigen Printmedien (hauptsächlich in den Sprachen Türkisch, Spanisch, Griechisch und Italienisch) von großer Bedeutung für die Arbeitsmigranten, da sie durch diese Nachrichten und unterhaltende Inhalte in ihrer Heimatsprache rezipieren konnten. Daneben produzierten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten spezielle Hörfunksendungen für die Gastarbeiter, um sie über die aktuellen Geschehnisse hierzulande zu informieren und eine Brücke zur Heimat zu bieten (Weber-Menges 2005a: 246 f.). Gegen Ende der 60er Jahre gewannen dann auch die speziell für Migranten produzierten TV-Sendungen der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten langsam an Bedeutung. Ab Ende der 70er Jahre wurde versucht, auf die mittlerweile zweite Migrantengeneration einzugehen, indem neben kulturellen Beiträgen Themen wie die Ausbildungs- und Arbeitsplatzsuche in den Mittelpunkt rückten. Mit der Verbreitung des Kabelfernsehens in den späten Achtzigern war es den ethnischen Minderheiten schließlich möglich, Fernsehprogramme aus ihren Herkunftsländern zu empfangen, wodurch die Ethnoangebote der öffentlich-rechtlichen Sender einen großen Zuschauerrückgang zu verzeichnen hatten. In etwa zur gleichen Zeit begann außerdem die Einrichtung Offener Kanäle im Radio und Fernsehen. Diese bieten sowohl in- wie auch ausländischen Bürgern die Möglichkeit, selbst verschiedene Sendungen zu produzieren (vgl. ebd.: 250 ff.; Horz 2014: 134 ff.). Als in den 90er Jahren dann die Entwicklung der Satellitentechnologie voranschritt, weiteten sich damit einhergehend die Rundfunkangebote für Immigranten noch einmal stark aus. Eine „muttersprachliche Medieninfrastruktur“, ergänzt durch das wachsende Angebot an ethnischen

Printmedien, war von nun an für nahezu alle Migrantengruppen sichergestellt (Weber-Menges 2005a: 263). Dies bedeutete zugleich einen weiteren Rückgang der Zuschauerzahlen für die von deutschen Programmanstalten offerierten multikulturellen Angebote. Dennoch bemühten sich die öffentlich-rechtlichen Sender, mit ihren Programminhalten zur Integration der ethnischen Minderheiten beizutragen (vgl. ebd.: 274 ff., 287 ff.).

Eine der ersten muttersprachlichen Sendungen, die im deutschen Fernsehen ausgestrahlt wurde, war *Ihre Heimat – Unsere Heimat*. Produziert wurde diese von 1965 bis zu ihrer Absetzung im Jahr 1993 vom WDR (vgl. Horz 2004: 112). Nachdem zunächst in jeder Ausgabe eine andere Nation und deren Kultur im Mittelpunkt stand, sollten später insbesondere die Aspekte des Zusammenlebens zwischen Deutschen und Migranten stärker in den Fokus rücken. Aus diesem Grund wurde das neue Format *Babylon* entwickelt (vgl. ebd.: 113). Berichtet wurde nun verstärkt über das Leben der Einwanderer in Deutschland. Das Ziel des Westdeutschen Rundfunks war es dabei, mit seinem Programm, in dem unter anderem erfolgreich integrierte Migranten präsentiert wurden, die Eingliederung von ethnischen Minderheiten in die Gesellschaft zu fördern. Abgelöst wurde *Babylon* 2003 durch das Magazin *CosmoTV*, in dem vorrangig gesellschaftspolitische Themen wie Menschenhandel, Rassismus oder Terrorbekämpfung aufgegriffen wurden. Zu Wort kamen dabei, anders als in den meisten deutschen Medien, stets auch die Migranten selbst (vgl. ebd.: 114). Mittlerweile wurde die Sendung jedoch eingestellt.

Auch einige Radiosender orientierten sich bereits damals an den Interessen der eingewanderten Zuhörer. So startete etwa der SWR *International* 1997 ein zweijähriges Projekt, im Zuge dessen das digitale Radioprogramm in zwei bis vier Sprachen gleichzeitig übertragen wurde. Auf diese Weise war es den Hörern beispielsweise möglich, Beiträge auf Deutsch oder Türkisch zu rezipieren (vgl. Meier-Braun 2001: 134). Des Weiteren wurde ein multikulturelles Radiomagazin ausgestrahlt, das zum einen über die Kultur und Weltanschauung der Migranten, zum anderen über die deutsche Integrationspolitik informierte. Als aktuelles Beispiel kann das *Funkhaus Europa* (WDR) angeführt werden (vgl. auch Kap. 4.5.3.). Ferner produzieren die Mitarbeiter der *Redaktion*

SWR International seit 2008 regelmäßig Radiobeiträge für das Nachrichtenprogramm *SWRinfo*, in denen tagesaktuelle politische Themen ebenso aufgegriffen werden wie interkulturelle Veranstaltungen (vgl. SWR 2008).

Ethno- bzw. ebenso Diasporamedien (s. Kap 4.5.2) wurden bislang eher selten empirisch untersucht. Der Großteil der wenigen Studien bezieht sich auf türkische Ethnomedien, da seit mehreren Jahrzehnten eine vergleichsweise große Auswahl dieser auf dem deutschen Markt vorhanden ist (zur Entwicklung der türkischen Medien in Deutschland siehe z. B. Aumüller 2007: 21 ff.; Weber-Menges 2005a: 244 ff.; Ottenschläger 2004: 34 ff.; Sen 2001: 101 ff.). Aus diesem Grund beziehen sich auch die meisten Inhaltsanalysen von Ethnomedien auf mediale Produkte für türkische Migranten. Müller (2005b) versuchte, die Resultate von relevanten, veröffentlichten Forschungsarbeiten zusammenzufassen und zu einem Bild zu verdichten. Als Quintessenz ergibt sich, dass alle Publikationen darauf hindeuten, dass die Inhalte von (türkischen) Ethnomedien die Integration der Migranten eher behindern als fördern. Begründet wird dies damit, dass in den analysierten Medien nur wenig über Deutschland berichtet wird und ebendiese seltenen Beiträge ferner oftmals negativer Natur sind (vgl. ebd.: 350 f.). Später untersuchte er mit einer selbst durchgeführten Inhaltsanalyse die Europa-Ausgabe der türkischen Zeitung *Hürriyet*. Hierbei zeigte sich, dass türkische Handlungsträger in den Artikeln fast ausnahmslos positiv beurteilt werden. Deutsche Kritik an der Türkei wird weder im Kleinen (bezüglich individuellen Verhaltens) noch im Großen (kritische Äußerungen gegenüber der Demokratie oder hinsichtlich Menschenrechtsfragen) zugelassen. Zudem werden deutsche Behörden und Institutionen – vor allem die Polizei – häufig negativ dargestellt (vgl. Müller 2009: 310 f.). Noch ist unklar, inwieweit sich diese Ergebnisse auf die Ethnomedien anderer Minoritäten übertragen lassen. Vermutet wird allerdings, dass sich insbesondere die Ethnomedien, die (weitestgehend) im Ausland produziert werden, integrationshemmend auswirken können, wenn die Migranten ausschließlich oder größtenteils auf diese zurückgreifen (vgl. Greger / Otto 2000: 250).

In diesem Zusammenhang wird oftmals auch die Bildung von Medienghettos befürchtet. Diese können entstehen, wenn Migranten lediglich ihre eigenen Ethnomedien rezipieren (vgl. Geißler 2014: 1). Diverse Studien, mit denen die Mediennutzung von Migranten untersucht wurde (z. B. Geißler / Weber-Menges 2013; Simon / Neuwöhner 2011; Sauer 2010; Klingler / Kutteroff 2009; Weiß / Trebbe 2007; Bonfaddelli 2007b; vgl. auch Kap. 4.4) offenbaren jedoch, dass diese Art der einseitigen Mediennutzung nur auf wenige Personen zutrifft. Allen voran ältere Immigranten und solche, die die deutsche Sprache nicht gut beherrschen und ein niedriges Bildungsniveau aufweisen, greifen fast ausschließlich auf muttersprachliche Medien zurück. Die meisten Immigranten nutzen aber sowohl deutsche Massenmedien als auch Ethnomedien (vgl. Geißler 2010: 19 f.). Auf diese Weise tragen Ethnomedien dazu bei, dass die Migranten ihre emotionale Bindung zum Herkunftsland aufrechterhalten können. Das Rezipieren deutscher Massenmedien ist dagegen wichtig, um das Geschehen in der Bundesrepublik sowie dessen Hintergründe zu verstehen (vgl. Geißler / Pöttker 2005b: 394).

Diesbezüglich muss allerdings angemerkt werden, dass sich, wenn Probleme im Umgang mit der deutschen Sprache vorliegen, die hierzulande stattfindenden politischen Entwicklungen vonseiten der Zugewanderten vermutlich leichter über Ethnomedien verfolgen lassen, auch wenn diese wohl weniger spezifische Informationen enthalten (vgl. Sen 2001: 109). Dieses Argument dürfte vor allem für Zuwanderer der ersten Generation von Bedeutung sein. Die zweite und dritte Generation der Migranten, die in Deutschland aufgewachsen bzw. geboren ist, beherrscht dagegen schon allein aufgrund des Schulbesuchs üblicherweise die deutsche Sprache gut und nutzt daher vorrangig deutschsprachige Medien (vgl. Simon / Neuwöhner 2011: 467 ff.; Trebbe 2007: 199 ff.; Kap. 4.4). Dennoch können Ethnomedien auch für diese Personen für die Ausbildung der kulturellen Identität von Nutzen sein (vgl. Güntürk 1999: 141 ff.).

4.5.2 Diasporamedien

Wie bereits erwähnt wurde, werden die Begriffe *Ethnomedien* und *Diasporamedien* zuweilen synonym verwendet (vgl. Matsaganis / Katz / Ball-Rokeach 2011: 9). Betrachtet man die Termini jedoch genauer, lassen sich einige konzeptionelle Unterschiede erkennen. Aus diesem Grund sollen die diasporischen Medien an dieser Stelle noch einmal gesondert im Fokus stehen.

Sprachgeschichtlich stammt *Diaspora* von dem griechischen Wort *diaspeirein* ab und lässt sich mit „getrennt“ übersetzen (vgl. Karim 2003: 1; Cunningham / Sinclair 2000: 19). Früher bezog sich der Begriff meist auf Personen, die aus ihrem Herkunftsland vertrieben wurden (wie z. B. die jüdische Diaspora). In neueren Forschungsansätzen wird dagegen die transnationale bzw. transkulturelle Vernetzung der Diaspora-Gemeinschaften betont, die durch die fortgeschrittene Globalisierung sowie moderne Kommunikations- resp. Medientechnologien (beispielsweise die Entwicklung von Mobiltelefonen und dem Satellitenfernsehen) ermöglicht wird (vgl. Düvel 2016: 99; Horz 2014: 92; Tölölyan 1996: 3 ff.). Des Weiteren zeichnen sich die Mitglieder einer Diaspora dadurch aus, dass sie sich trotz des Verlassens ihrer Heimat auch weiterhin emotional mit dieser verbunden fühlen und ihre kulturelle Identität bewahren möchten. Betont werden mit dem Konzept der Diaspora demnach die Verbindungen zur Herkunft resp. der zurückgelassenen Gemeinschaft (vgl. Matsaganis / Katz / Ball-Rokeach 2011: 10; Trebbe 2009: 40; Brubaker 2005: 5 f.).

Um diese aufrechterhalten zu können, ist ein weltweiter gemeinsamer Kommunikationsraum unverzichtbar. Geschaffen wird dieser mithilfe verschiedener Diasporamedien, die sowohl professionell als auch von Laien produziert werden (vgl. Bozdag 2013: 63; Georgiou 2005: 482; Karim 2003: 1 ff.; Dayan 1999: 22 ff.). Das Internet dient dabei als Knotenpunkt der sich herausbildenden (kommunikativen) Netzwerke (vgl. Sreberny 2001: 156). Diese ermöglichen es, auch über Staatsgrenzen hinweg mit anderen Menschen der gleichen ethnischen Sprach- bzw. Religionsgruppe in Verbindung zu bleiben (vgl. Georgiou 2005: 482 f.). Doch auch, wenn die Verbundenheit zum Herkunftsland ein typisches Merkmal der Diasporagemeinschaften ist, kann sich diese

mit der Zeit verändern. Dass die Heimat nicht mehr unmittelbar wahrgenommen, sondern vorrangig mithilfe der Medien erfahren werden kann, lässt sie zu einem „imaginierte[n]“ Ort werden, dessen Bedeutung fortwährend neu definiert werden muss (Bozdag 2013: 42; Georgiou 2006: 85f.; Tsagarousianou 2004: 55; Anthias 1998: 569). Dieser Prozess, der mit der Reflexion von früheren Identitäten einhergeht, kann dabei auch negative Gefühle der Desorientierung oder Entfremdung mit sich bringen (vgl. Bromley 2002: 807 ff.).

Die Ressourcen, die die Angehörigen der ethnischen Minderheiten benötigen, um ihre Identität auszuhandeln bzw. „ihr Anderssein“ sowohl in lokalen als auch globalen Kontexten zu verhandeln, werden ihnen durch unterschiedliche Medien offeriert (Düvel 2016: 98; Silverstone 2007: 216, 2002: 743). Folglich finden die Identitätsartikulationen von Diasporaangehörigen

„einerseits auf der Ebene einer kulturellen Identifikation im Kontext der lokalen Alltagswelt innerhalb des Diasporanetzwerkes statt, von dem ausgehend sie sich jedoch auch zur Kultur des Migrationslandes positionieren (müssen). Andererseits ermöglichen die translokalen medialvermittelten Identitätsangebote ebenso das Aufrechterhalten der Beziehung zu Herkunftsland und -kultur sowie deren Re-Artikulation in hybriden Formen“ (Düvel 2016: 98).

Dies bedeutet, dass diverse lokale und kulturelle Ebenen mithilfe von Medien miteinander verknüpft werden, was wiederum zu einer medialen diasporischen Identität führt, die auf gemeinsam geteilten Vorstellungen beruht (vgl. ebd.; Silverstone 2002: 739 f.). In diesem Zusammenhang erfüllen die Medien überdies eine kollektivstiftende bzw. stärke Funktion und leisten einen wichtigen Beitrag zur Artikulation des Selbstverständnisses verschiedener Kulturen (vgl. Düvel 2016: 98 f.; Winter / Thomas / Hepp 2003: 11).

In Forschungsarbeiten zum Themengebiet *Medien und Diaspora*, die sich überwiegend auf der internationalen Ebene finden lassen, steht meist nicht die Frage im Mittelpunkt, ob bzw. wie die Integration der Diaspora-Gemeinschaften medial beeinflusst werden kann; vielmehr geht es darum, zu erfragen, welche Rolle die Medien „bei der Konstitution von verschiedenen (transnational bestehenden) Diasporas spielen“

bzw. bei der Herausbildung einer eigenen Identität dieser einnehmen (Hepp / Düvel 2010: 265). Dabei darf nicht außer Acht gelassen werden, dass sowohl individuelle Aneignungsprozesse als auch lokale Strukturen, in die die Angehörigen einer Diaspora eingebettet sind, deren Nationen- und Kulturbilder mitformen (vgl. Hafez 2001: 693).

Gillespie (1995: 76 ff.) fand außerdem in einer Studie über die in London lebende südasiatische Diaspora heraus, dass Jugendliche Hindi-Filme anschauen, um die Muttersprache ihrer Eltern bzw. Großeltern zu lernen und mehr über deren Kultur zu erfahren. Werden hingegen zusammen mit der Familie englischsprachige TV-Inhalte rezipiert, können sich die Heranwachsenden durch das Übersetzen dieser profilieren, was zu einem persönlichen Prestigegewinn führt. Weiterhin kann festgehalten werden, dass TV-Inhalte zum einen eine symbolische Vernetzung mit der Heimat darstellen und zum anderen eine identitätsstiftende Funktion für die Diaspora-Gemeinschaften übernehmen. Medien, die eine interpersonale Kontaktaufnahme ermöglichen, dienen hingegen der Aufrechterhaltung des Kontakts zur Verwandten und Bekannten. Daneben kam vor allem dem Videorekorder zu damaligen Zeiten eine besondere Bedeutung zu, da die entfernt lebenden Diaspora-Angehörigen durch den Erhalt von selbst gedrehten Videos trotz großer Distanzen am Leben anderer Familienmitglieder teilhaben konnten (vgl. ebd.: 78 ff.). Ferner fand Gillespie heraus, dass Medien insbesondere von jungen Erwachsenen genutzt werden, um Zugang zu unterschiedlichen sozialen und kulturellen Welten zu bekommen. Ebendiese können sie beispielsweise während des Fernsehens miteinander vergleichen und ihre eigene (hybride) Identität herausbilden (vgl. ebd.: 56 ff.). Mit sich bringt dies ein stetiges inneres Aushandeln der Zugehörigkeit zu mindestens zwei sich unterscheidenden Wertesystemen.

Ebenso wie Gillespie beschäftigten sich auch Aksoy und Robins (2000) mit dem Zusammenhang von Diaspora, Medien und Identität. Ihr Fokus lag dabei auf dem Satellitenfernsehen. Anhand der Ausdifferenzierung der türkischen Fernsehlandschaft zeigten sie, wie das durch den Staat gestaltete TV-Programm durch diverse private Sender erweitert wurde (vgl. ebd.: 348 f.). Somit werden der türkischen Diaspora verschiedene Varianten der türkischen Identität präsentiert, anstatt ebendiese homogen vorzugeben (vgl. ebd.: 353 ff.). Folglich müssen sich

die Angehörigen der ethnischen Minderheit immer wieder neu in identifikatorischen Auseinandersetzungsprozessen positionieren. Zugleich konnten die Forscher feststellen, dass die Rezeption von türkischen Fernsehinhalten bei der zugehörigen Diaspora das Gefühl verstärkt, weiterhin mit der Heimat verbunden zu sein und über aktuelle Entwicklungen auf dem Laufenden zu bleiben (vgl. dies. 2003: 93 ff.). Dies führe jedoch nicht zu einer ablehnenden Haltung gegenüber den Medien des Aufnahmelandes, sondern vielmehr zu einer objektiven Bewertung der medialen Angebote des Herkunftsstaates (vgl. dies. 2006: 131).

Aufgrund der technischen Entwicklungen existiert darüber hinaus eine Vielzahl an Studien, in denen die Rolle des Internets für die Diaspora beleuchtet wird. So arbeiteten etwa Miller und Slater (2000: 55 ff.) heraus, dass die (nahezu) weltweiten Zugriffsmöglichkeiten auf in der Heimat produzierte Medien den Zusammenhalt von ethnischen Gemeinschaften festigt. Durch eine Untersuchung der Trini-Diaspora konnte außerdem eruiert werden, dass den Angehörigen ethnischer Minderheiten durch die Nutzung des Internets neue Formen der Selbstdarstellung ermöglicht werden. Ihre kulturelle Identität dient hierbei stets als Bezugspunkt (vgl. Miller / Slater 2000: 85 ff.). Ein Beispiel, an dem dies sichtbar wird, ist das Aufsuchen der Trinis von speziellen Chaträumen, in denen sich auf die gleiche Weise über bestimmte Neuigkeiten (beispielsweise Klatsch und Tratsch) ausgetauscht wird, wie es in ihrer Kultur etwa bei der Zusammenkunft in Rumläden üblich ist. Diese Art der Kommunikation wird auch als „liming“ bezeichnet (ebd.: 22, 88 f.). Des Weiteren zeigte sich, dass das Internet zu einer starken familiären Vernetzung beiträgt (vgl. ebd.: 59 ff.).

Silverstone gibt dagegen zu Bedenken, dass der Zugang zum Internet zwar prinzipiell jedem offenstehe, das aber nicht bedeute, dass auch jeder darin wahrgenommen werde (vgl. Silverstone 2002: 727 ff.). Überdies stelle das World Wide Web einen Raum dar, in dem sowohl intensive kommunikative Beziehungen zwischen den Diaspora-Angehörigen geknüpft werden als auch die eigene (kulturelle) Identität verteidigt werden muss (vgl. ebd.: 215 ff.). Gleichzeitig können mittels Medien spezifische Identitätsartikulationen resp. kulturelle Hybriditäten herausgebildet werden. Anknüpfend an diese Überlegungen resümiert Mitra (2005: 377 ff.), dass sich ethnischen Minderheiten auf Diaspora-

websites thematisch frei artikulieren können und dort – anders als in den meisten Mainstreammedien – öffentlich Gehör finden. Ferner können die Homepages dazu genutzt werden, identitätsstiftende Diskurse zu führen. Androutsopoulos (2005: 299 ff.) ergänzt darüber hinaus, dass das Internet Diaspora-Zugehörigen nicht nur dazu dienen kann, eine eigene Öffentlichkeit zu generieren, sondern ebenso Chancen zur transkulturellen Vernetzung (d. h. zum kommunikativen Austausch mit Personen anderer ethnischer Minderheiten) biete.

Wie sich an den Ausführungen in diesem Unterkapitel erkennen lässt, ist insbesondere die Hybridität ein wichtiger Aspekt des Diaspora-Konzepts. Im Unterschied zu ethnologisch geprägten Ansätzen, in denen die Kultur eher als eine Art Rückzugsort für Migranten angesehen wird, werden hierbei die sich ergebenden dynamischen (kulturellen) Interdependenzen mit der Mehrheitsbevölkerung sogar betont. Dies spiegelt sich nicht zuletzt auch in der Mediennutzung der Diaspora-Angehörigen sowie den eigens von ebendiesen produzierten Medien wider. Letzteren kommen dabei die gleichen Funktionen zu, die in Kapitel 4.5.1 für Ethnomedien beschrieben wurden (vgl. Hepp / Bozdag / Suna 2011: 121 ff., 239 ff.; Georgiou 2005: 46).

4.5.3 Medienangebote für Geflüchtete

Es wurde bereits dargelegt, dass spezielle Medien für Migranten erstmals verstärkt in den 1960er-Jahren in Form von fremdsprachigen Zeitungen oder Zeitungsbeilagen produziert wurden, um die hierzulande lebenden Gastarbeiter mit Informationen über Deutschland und ihre Heimat zu versorgen (vgl. Horz 2004: 105; Kap. 4.5.1). Viele der Printmedien konnten sich jedoch nicht auf dem Markt behaupten, sodass ihre Herstellung recht schnell wieder eingestellt wurde. Daneben wurde über diverse Rundfunkangebote versucht, für die Zuwanderer eine Brücke zur Heimat zu schaffen und sie gleichzeitig über die deutsche Kultur zu informieren (vgl. ebd.; Weber-Menges 2005a: 247). Heute ist es vor allem das Internet, das den ethnischen Minderheiten, und speziell den Geflüchteten, „einen potenziellen Kommunikationsraum für Selbstrepräsentationen, Identitätsbildung, Vergemeinschaftung und

transkulturelle Vernetzung“ offeriert und die klassischen Medienangebote ergänzt (Bozdag 2013: 14).

So stehen beispielsweise auf der Internetseite des *SWR International*, dessen Redakteure ebenfalls Beiträge für das Hörfunkprogramm des *Südwestrundfunks* produzieren, seit einiger Zeit Nachrichten und Berichte für Flüchtlinge in den Sprachen Deutsch, Englisch, Arabisch und Dari zur Verfügung (vgl. SWR 2016). Der WDR bietet sowohl Zugewanderten als auch Einheimischen mit dem *Funkhaus Europa* seit einigen Jahren ein multikulturelles Radioprogramm an, das täglich in mindestens sieben verschiedenen Sprachen empfangbar ist (vgl. WDR 2016a; Voß 2001: 138). Überdies strahlt der Sender zum Beispiel ein spanisches, griechisches, polnisches, türkisches und arabisches Magazin aus. Daneben begann das *Funkhaus Europa* im September 2015 mit der Produktion eines *Refugee Radios*, das die wichtigsten aktuellen Nachrichten für Flüchtlinge auf Englisch sowie Arabisch zusammenfasst und den Schutzsuchenden mit diversen Serviceangeboten hilft, sich in Deutschland zurechtzufinden (vgl. WDR 2016b).

Weitere Angebote für Flüchtlinge wurden von der *Deutschen Welle* (DW) geschaffen. Als Auslandsrundfunk der Bundesrepublik Deutschland strahlt diese ihr Programm bereits seit langer Zeit in 30 Sprachen aus. Zur Zielgruppe gehören dabei nicht nur Personen im Ausland, die beispielsweise etwas über die aktuellen Entwicklungen in Deutschland erfahren möchten, sondern ebenso Deutschlernende (vgl. DW 2016a). In den letzten Jahren erfuhr insbesondere das arabischsprachige TV-Programm der DW einen Bedeutungszuwachs, weshalb neben dem Kanal *Arabia*, der seine Rezipienten vorrangig über die Themen Politik und Gesellschaft informiert, zusätzlich der Sender *Arabia 2* ausgestrahlt wird (vgl. DW 2016b). Dieser richtet sich speziell an Geflohene und offeriert ihnen eine „Rundumversorgung aus Nachrichten [...], Service und Talk, Wirtschaft und Unterhaltung in arabischer Sprache“ (DW 2016c: o. S.). Des Weiteren stellt der Auslandsrundfunk online einen *guide for refugees* in sechs Sprachen (darunter Englisch, Arabisch und Dari) bereit, um den Hilfesuchenden die Informationssuche zu erleichtern und Orientierung zu bieten. Eingebettet in diesen Leitfaden sind kostenlose Deutschkurse, die in verschiedenen Sprachen zur Verfügung

stehen und über den Computer absolviert werden können (vgl. DW 2016d).

Ähnliche Angebote kommen von der ARD, dem ZDF sowie dem WDR. Letzterer stellt unter dem Projektnamen *WDR for you* Berichte, Nachrichten und Unterhaltungsangebote in deutscher, englischer, arabischer und persischer Sprache für Hilfesuchende und Flüchtlingshelfer bereit (vgl. WDR 2016c). Die ARD sowie das ZDF fassen ihre Nachrichtensendungen *Tagesschau* (ARD) und *heute* (ZDF) auf ihrer Internetseite täglich mit englischen und arabischen Untertiteln zusammen. Darüber hinaus lassen sich dort *Wegweiser* für Geflüchtete finden (ARD 2016). Das ZDF setzt dabei vor allem auf die Erreichbarkeit der Flüchtlinge über Smartphones und entwickelte das mobile Angebot *ZDFenglish* und *ZDFarabic*, im Zuge dessen eine Reihe weiterer Sendungen (z. B. diverse Reportagen oder die Kindernachrichtensendung *logo*) in der bereitstehenden Mediathek mit fremdsprachigen Untertiteln versehen werden (vgl. ZDF 2015).

Den Weg über das Internet beziehungsweise das Smartphone haben neben den öffentlich-rechtlichen Rundfunksendern ebenso eine Reihe weiterer Anbieter auf lokaler und bundesweiter Ebene eingeschlagen. So greift beispielsweise Constantin Schreiber in der Sendung *Marhaba – Ankommen in Deutschland* auf n-tv alltagsnahe Themen auf, mit denen Flüchtlinge in Deutschland konfrontiert werden (z. B. die deutsche Esskultur, der Kleidungsstil von Frauen oder die Freizeitgestaltung) und versucht den Heimatvertriebenen auf diese Weise die deutsche Kultur näher zu bringen (vgl. n-tv 2015). Aufgezeichnet werden die kurzen Videos in arabischer Sprache mit deutschen Untertiteln. Daneben existieren einige Homepages, die speziell dazu entwickelt wurden, den Geflohenen regionale Informationen zu vermitteln. Ein Beispiel hierfür ist der Blog *Berlin hilft*, der den Geflüchteten, die in der deutschen Bundeshauptstadt wohnen, Hinweise zum Ablauf des Asylverfahrens oder Tipps für die Arbeitssuche an die Hand gibt und zugleich eine Anlaufstelle für diejenigen darstellt, die sich vor Ort ehrenamtlich in der Flüchtlingshilfe engagieren möchten (vgl. Berlin hilft 2016). Regionale Informationen und Kontaktadressen für diverse Städte (z. B. für München, Frankfurt am Main, Dortmund, Schwerin und Dresden) werden

überdies von der *Welcome App Germany* zugänglich gemacht (vgl. *Welcome App Germany* o. J.).

Im Juli 2016 rief die deutsche Bundesregierung das Integrationsportal *Deutschland kann das* ins Leben. Der Grundgedanke des Integrationsgesetzes, dass eine erfolgreiche Integration nur dann gelingen kann, wenn sich die Regierung und die Geflüchteten zugleich aktiv um eine Eingliederung bemühen, spiegelt sich auch in den Inhalten der Plattform wider (vgl. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2016). So werden auf dieser zum einen Menschen vorgestellt, die Asylsuchenden bzw. -berechtigten dabei helfen, sich in Deutschland zurechtzufinden. Zum anderen werden Geflohene porträtiert, denen es bereits gelungen ist, sich hierzulande ein neues Leben aufzubauen. Ein weiterer großer Teil der Homepage widmet sich den Integrationsprojekten, die in der Bundesrepublik durchgeführt werden. Deutsche, die sich ehrenamtlich engagieren möchten, können auf diese Weise gleichermaßen eine Anlaufstelle zur Kontaktaufnahme mit Hilfsorganisationen finden wie die Zugewanderten selbst. Der dritte Bereich der Internetseite bietet den Usern schließlich aktuelle Informationen zur Integrations- und Flüchtlingspolitik der Bundesregierung (vgl. ebd.).

Des Weiteren entwickelte das *Bundesamt für Migration und Flüchtlinge* (BAMF) in Kooperation mit dem *Goethe-Institut*, dem BR (Bayerischer Rundfunk) sowie der *Bundesagentur für Arbeit* die App *Ankommen*, die den Hilfesuchenden als eine Art „Wegbegleiter“ bei der „schnellen und umfassenden Orientierung während der ersten Wochen“ in Deutschland dienen soll (BAMF 2016: o. S.). Mit jener werden allerdings nicht nur Hinweise zum Asylverfahren oder zur Jobsuche bereitgestellt, sondern zugleich Kenntnisse zur deutschen Kultur und deren Werte vermittelt. Zusätzlich ist ein kostenloser, multimedialer Sprachkurs in die App integriert, der den Geflohenen bei der Bewältigung ihres Alltags zur Verfügung steht (vgl. ebd.).

Daneben existiert eine große Zahl weiterer Apps, die Flüchtlinge bei der Orientierung oder dem Lernen der Sprache unterstützen sollen. Hierzu zählen etwa *Lern Deutsch – Stadt der Wörter* (entwickelt vom Goethe-Institut), *Bravolol*, *memrise* und *50 Sprachen* (vgl. SWR 2015). Angesichts der zahlreichen Angebote ist nicht auszuschließen, dass es

den Zugewanderten mitunter schwerfällt, hieraus das für sie passende auszuwählen bzw. dass ihnen viele gar nicht bekannt sind.

Zusätzliche Angebote werden den Geflüchteten von den Offenen Kanälen offeriert. Diese zählen zu den nicht-kommerziellen Bürgermedien und sind in den meisten deutschen Bundesländern seit den 1980er Jahren vorzufinden (vgl. Horz 2004: 13). Ihr Hauptmerkmal ist die Zugangsoffenheit. Das heißt, dass prinzipiell jede Person zum Medienproduzenten werden und sich mit eigens bestimmten Inhalten an die Öffentlichkeit wenden kann (vgl. Hansen 2001: 150). Offene Radio- und Fernsehkanäle stellen somit ein „Sprachrohr für Minderheiten“ dar und fördern neben einem offenen kulturellen Dialog gleichzeitig die Medienkompetenz derjenigen, die an der Herstellung der ausgestrahlten Inhalte beteiligt sind (ebd.: 150 ff.; Horz 2004: 152). Zwar können die in der Medienlandschaft vorherrschenden Partizipationsdefizite durch die Offenen Kanäle nicht generell ausgeglichen werden, doch immerhin auf lokaler Ebene die ethnischen Minderheiten zu Wort kommen lassen und eine kulturelle Vielstimmigkeit ermöglichen (vgl. Horz 2004: 422).

Ferner wurden in den zurückliegenden Jahren in einigen Offenen Kanälen spezielle Projekte für Flüchtlinge initiiert. So rief etwa das *Medienkompetenzzentrum Offener Kanal Rhein-Main* (MOK Rhein-Main) im Jahr 2015 zusammen mit der Hochtaunusschule in Oberursel eine Musik- und Filmwerkstatt ins Leben. Ziel war es dabei, durch gemeinsames Musizieren das Selbstbewusstsein und die Offenheit der rund 30 teilnehmenden Flüchtlinge zu fördern sowie Kontakt zu Gleichaltrigen deutscher Herkunft herzustellen (vgl. Henning 2015). Beim MOK Kassel wiederum produzierten im September 2015 junge Asylberechtigte eine Studiosendung mit dem Titel *Junge Flüchtlinge und Arbeitsmarkt* (vgl. Mediathek Hessen 2015). Darin ging es etwa um die Fragen, welche Chancen die Zugewanderten auf dem deutschen Arbeitsmarkt haben und wie ihre Fähigkeiten von den Unternehmen hierzulande genutzt werden könnten. In Gießen bildeten dagegen die persönlichen Geschichten der Geflohenen das Zentrum der produzierten Beiträge. So entstanden z. B. bei einer Zusammenarbeit des MOK Gießen mit der Willy-Brandt-Schule mehrere Kurzfilme, in denen die Flüchtlinge unter anderen über ihre Erfahrungen mit der deutschen Sprache berichteten (vgl. Gießener Anzeiger 2016).

Darüber hinaus existiert eine Reihe weiterer Kampagnen Offener Kanäle, die den Geflohenen nicht nur Orientierung sowie das Erlernen von Medienkompetenz bieten können, sondern zugleich den Einheimischen Kenntnisse über die Zuwanderer vermitteln sollen. Ein typisches Exempel hierfür ist das Projekt *Young Refugee Radio Erfurt*, im Rahmen dessen junge Flüchtlinge bei *Radio F.R.E.I.* alle zwei Wochen eine eigene Sendung produzieren. Auf diese Weise erwerben sie zum einen journalistisches bzw. technisches Wissen; zum anderen treten sie durch das Führen von Interviews und Umfragen mit der deutschen Bevölkerung in Kontakt (vgl. Thüringer Landesmedienanstalt 2016: 13). Zudem bietet die Mitarbeit bei *Radio F.R.E.I.* den Zugewanderten die Gelegenheit, sich und ihre Kultur in den Medien zu präsentieren. Ferner werden von den Bürgermedien immer wieder Angebote realisiert, die den beruflichen Aspekt in den Vordergrund rücken. So bot etwa der *Offene Kanal Kiel* im Jahr 2015 spezielle Kurse für geflüchtete Journalisten an, um über die Medienlandschaft Schleswig-Holsteins sowie das deutsche Medienrecht zu informieren. Ergänzt wurden die Lehrgänge durch medienpraktische Übungen (vgl. Offener Kanal Schleswig-Holstein 2015).

4.6 Migranten und Medien als internationales Forschungsfeld

Zum Abschluss dieses Kapitels soll nun ein kurzer Blick darauf geworfen werden, welche Ergebnisse auf der internationalen Ebene zum Forschungsfeld *Migranten und Medien* vorliegen. Hierbei fällt zunächst auf, dass sich dem Thema aus unterschiedlichen Fachperspektiven heraus zugewendet wird. In der Soziologie beispielsweise stehen sich klassische Assimilationstheorien (Gordon 1964) und kognitionspsychologische Modelle (Berry 1992) gegenüber, während im Bereich der Cultural Studies die ethnische Identität der Migranten in den Mittelpunkt gerückt wird (Cohen 2008; Tsagarousianou 2004; Hall 1993). In der Kommunikationswissenschaft wird schwerpunktmäßig den Fragen nachgegangen, welche Medien von den *ethnic minorities* genutzt werden, wie über ebendiese berichtet wird und welche Rolle die Medien bei deren Integration einnehmen (vgl. z. B. Dalisay 2012; Ogan 2001; Jeffres 2000). Allerdings besteht bis heute noch immer kein Konsens darüber, wie der

Begriff der ethnischen Minderheit zu definieren ist (vgl. Nederveen Pieterse 2003: 34 ff.). So sind insbesondere in der amerikanischen Literatur auch die Termini *Rasse* und *Ethnie* für ethnische Randgruppen gebräuchlich. Mit Letzterem werden die kulturellen Merkmale eines Menschen, wie etwa dessen Nationalität oder Religion, betont (vgl. Spencer 2004: 357). Die Zugehörigkeit zu einer Rasse wird im Gegensatz hierzu durch biologische Merkmale wie die Hautfarbe bestimmt (vgl. Bobo 1997: 2).

Die wissenschaftliche Debatte um den Zusammenhang zwischen dem Mediennutzungsverhalten und der Integration von Zuwanderern nahm sowohl in Europa als auch in den Vereinigten Staaten von Amerika gegen Ende des 19. Jahrhunderts seinen Anfang (vgl. Han 2000: 38). Zunächst wurden allerdings lediglich kleine Untersuchungen durchgeführt, die sich auf einzelne Gemeinden konzentrierten und somit nur eine beschränkte Aussagekraft besaßen. Erst in den 1980er Jahren wurden dann auch größer angelegte Studien veröffentlicht, mit denen empirisch belegt werden konnte, dass sich integrationsspezifische Faktoren und die Mediennutzung gegenseitig bedingen können (vgl. Tichenor / Donohue / Olien 1980; Kap. 3.2.3).

Wird der Medienkonsum von Migranten untersucht, dürfen neben den Massenmedien die Ethnomedien nicht außer Acht gelassen werden. Diese unterstützen die Immigranten beispielsweise dabei, auch über einen langen Zeitraum hinweg mit ihrer Kultur „in Verbindung zu bleiben“ (Jeffres 2000: 522; vgl. auch Kap. 4.5.1). Zudem wird ihnen, wie in Kapitel 3.2.3 bereits erläutert, oftmals eine wichtige Funktion hinsichtlich der Herausbildung der eigenen Identität der Migranten sowie der Aufrechterhaltung kultureller Bindungen zugesprochen (vgl. Rigoni 2005: 577 f.; Tsagarousianou 2004: 61; Aksoy / Robins 2003: 365 ff.; Gillespie 1995: 76 ff.).

Viswanath und Arora (2000: 54) weisen Ethnomedien insbesondere auf der lokalen Ebene diverse Bedeutungen zu. Zum einen nehmen sie laut den Wissenschaftlern eine „asimilatory function“ (asimilative Funktion) ein, indem sie die Immigranten dazu animieren, sich über ihre neue Heimat zu informieren und in diese zu integrieren. Dies geschieht beispielsweise durch das Lernen der Sprache des Aufnahmelandes oder der Übernahme der dort geltenden Normen und

Werte. Zum anderen dienen die Ethnomedien als eine Art „sentinel“ (zu Deutsch „Wächter“), indem sie über gesellschaftliche oder politische Entwicklungen, die eine Gefahr für die Migranten darstellen könnten, berichten (ebd.). Ein Beispiel hierfür wäre ein Ansteigen von rassistischen Übergriffen gegenüber zugewanderten Personen. Des Weiteren können ethnische Medien über Themen informieren, die in den Massenmedien nur wenig Beachtung finden, weil sie etwa für die Mehrheitsbevölkerung nicht relevant genug erscheinen. Zuletzt schreiben die Autoren den lokalen Ethnomedien schließlich noch die Rolle eines „Gemeinschaftsverstärkers“ („community booster“) zu, die durch die positive Berichterstattung über die ethnische Minderheit erfüllt werde (ebd.). Sie geben den kleinen Bevölkerungsgruppen somit eine von der Mehrheit „unabhängige Stimme“ (Matsaganis / Katz / Ball-Rokeach 2011: 76 ff.).

Der letztgenannten Funktion kommt jedoch auch deswegen eine große Relevanz zu, weil – wie bereits in Bezug auf deutsche Massenmedien ausgeführt wurde – aus den meisten internationalen Forschungsarbeiten geschlussfolgert werden kann, dass die Mainstream-Medien zu einem großen Teil negativ bzw. in Form von Stereotypen über Migranten berichten (vgl. Barlai et al. 2017; Ter Wal et al. 2005; Sreberny 2005; Mahtani 2002). Dies trifft sowohl auf unterhaltende als auch informative Medienangebote zu. So resümiert etwa Napoli (1999: 22): „Studies have often illustrated how certain demographic groups, such as [...] African Americans, and Hispanics, have been underrepresented in television programming.“

Obwohl angemerkt werden muss, dass ethnische Minderheiten aus quantitativer Sicht insgesamt mittlerweile häufiger in den Medien auftauchen, konnte noch keine wesentliche Verbesserung der Qualität der Berichterstattung festgestellt werden. Diverse wissenschaftliche Veröffentlichungen aus Nordamerika offenbaren etwa, dass bezüglich der Nachrichtenmedien die Angehörigen ethnischer Minderheiten oftmals überrepräsentiert sind, wenn Kriminalität oder Konflikte im Fokus stehen. Bei Themenbereichen wie *Politik* oder *Wirtschaft* tauchen sie dagegen nur selten auf (vgl. Jiwani 2006: 205ff.; Mahtani 2002: 99 ff.; Entman 1992: 341 ff.). Die im Vergleich zu Deutschland in Nordamerika bessere Beteiligung von Migranten an der Medienproduktion scheint

daher keine hinreichende Bedingung für eine ausgeglichene Berichterstattung zu sein (vgl. Geißler / Pöttker 2010: 251 ff.; Miller / Court 2004). Zudem sei es für Journalisten mit Migrationshintergrund zuweilen schwer, Zugang zu Pressekonferenzen und Kontakt zu Regierungsvertretern zu bekommen (vgl. Matsaganis / Katz / Ball-Rokeach 2011: 232 ff.).

In den USA wendet sich eine Reihe an Studien über die mediale Repräsentation ethnischer Minderheiten insbesondere den afroamerikanischen Teilen der Bevölkerung zu. So untersuchten beispielsweise Schaffner und Gadson die Darstellung von Kongressabgeordneten mit schwarzer Hautfarbe in der lokalen Presse. Eruiert werden konnte, dass diese zwar in etwa genauso häufig in den Printmedien auftreten wie ihre hellhäutigen Kollegen, die Berichterstattung dabei aber oftmals im Zusammenhang mit der Migrationspolitik oder generellen Problemen ethnischer Minderheiten steht (vgl. Schaffner / Gadson 2004: 618 f.). Sreberny (2005: 448) fand ergänzend hierzu heraus, dass Immigranten ebenso in fiktionalen TV-Programmen häufig mit migrationsspezifischen bzw. ethnischen Problemen konfrontiert sind.

Darüber hinaus konnte die Unterrepräsentanz von Migranten bei fiktionalen Inhalten, Nachrichtenumgebungen und sogar in der Werbung sowohl für eine Reihe europäischer Staaten als auch für die USA und einige andere Länder (z. B. Rumänien und Neuseeland) nachgewiesen werden (vgl. Ganescue 2006; Ter Wal 2004, 2002; Bang / Reece 2003; Wright 2002; Roscoe 2000; Gerbner 1993). Ebenso ist die Zuschreibung von Vorurteilen und Stereotypen ein wesentliches Merkmal, dass in der internationalen Forschungsliteratur immer wieder sichtbar wird (vgl. Amiraux / Simon 2006: 206 f.; Mai 2005: 549 f.; Coole 2002: 846; Hodgkinson 2011: 201). Als Beispiel sei an dieser Stelle genannt, dass Frauen mit Kopftüchern in den Medien oftmals als unterdrücktes Geschlecht dargestellt werden, während Latinos als besonders gute Liebhaber gelten (vgl. Vliegenthart / Roggeband 2007: 301 f.; Farrokhzad 2006: 65 ff.; Greenberg / Mastro / Brand 2002: 335 ff.). Resümierend lässt sich festhalten, dass Migranten häufig im Zuge der Kriminalitätsberichterstattung auftauchen (vgl. Husband 2005: 461 ff.; Ter Wal 2002: 43 ff.; Kaye 2001: 53 ff.). Positive Darstellungen ethnischer Minderhei-

ten sind vorrangig in Verbindung mit prominenten Rollenträgern zu erkennen (vgl. Ter Wal / D'Haenens / Koeman: 948).

Eine Folge der recht einseitigen Präsentation der gesellschaftlichen Teilgruppen kann sein, dass diese verstärkt auf Ethnomedien bzw. Medien aus der Heimat zurückgreifen. Nicht zuletzt aus diesem Grund ist die Mediennutzung von ethnischen Minderheiten immer wieder Forschungsgegenstand diverser Studien, die jedoch durch unterschiedliche Herangehensweisen (z. B. hinsichtlich der Auswahl der untersuchten Migrantengruppen) gekennzeichnet sind. Dennoch lässt sich feststellen, dass die europäischen und amerikanischen Untersuchungen dahingehend zu einem Konsens finden, dass Angehörige ethnischer Minderheiten sowohl Medien aus dem Herkunftsland als auch aus der *neuen Heimat* nutzen (vgl. z. B. Deuze 2006 für die Niederlande; New California Media 2005 für die USA; Mikkelsen 2001 für Dänemark; Anker / Ermutlu / Steinmann 1995 für die Schweiz).

Auch im Hinblick auf die Mediennutzung von Geflüchteten weisen die Ergebnisse der bisher durchgeführten, internationalen Untersuchungen wesentliche Übereinstimmungen zu den Resultaten der hierzulande veröffentlichten Forschungsarbeiten auf. Deutlich wird dies beispielsweise an einer australischen Studie, mit deren Hilfe eruiert werden sollte, welche Rolle Kommunikationstechnologien für Flüchtlinge spielen. Um dies herauszufinden, wurden insgesamt 30 Interviews mit Geflohenen aus verschiedenen Herkunftsländern geführt (vgl. Leung / Lamb / Emrys 2009: 5 f.). Es zeigte sich, dass das Mobiltelefon vor allem dazu eingesetzt wird, um mit der Familie bzw. mit Freunden in Kontakt zu bleiben. Liegt ein Zugang zum Internet vor, so wird nach spezifischen Informationen oder Nachrichten über die Heimat gesucht und auf unterhaltende Angebote zurückgegriffen. Darüber hinaus kann das Internet die Zugewanderten dabei unterstützen, die Sprache des Aufnahmelandes zu lernen (vgl. ebd.: 30 f.).

Weiterhin kann aus den erhobenen Daten geschlussfolgert werden, dass das Getrenntsein von der Familie bei den Hilfesuchenden oft zu emotionalem Stress führt. Dieser kann durch das Aufrechterhalten des Kontakts zu Verwandten mittels Telefonaten, SMS, E-Mails oder sonstigen Medien gemindert werden. Die Wahl des Kommunikationsmittels ist dabei von diversen Faktoren abhängig: Zunächst muss selbst-

verständlich erst einmal Zugang zum gewünschten Medium bestehen. Personen, die kein eigenes Handy besitzen, versuchen beispielsweise häufig, das Smartphone anderer Geflüchteter mitbenutzen zu dürfen. Zudem beeinflussen die Qualität bzw. Zuverlässigkeit sowie der Kostenfaktor die Art, die Häufigkeit und die Dauer des Kontakts. Gleichzeitig muss bedacht werden, dass der Empfänger auch Zugang zur gewählten Technologie haben muss. Da in einigen Heimatregionen der Flüchtlinge beispielsweise kein Interzugang besteht oder sich die Familie kein Handy bzw. keinen Computer leisten kann, muss die Kontaktaufnahme in diesen Fällen mittels Festnetztelefonie erfolgen. Mitunter wird außerdem zu einer dritten Person Kontakt aufgenommen, die über eine bessere technische Ausrüstung verfügt und den Familienmitgliedern eine Nachricht überbringen kann (vgl. ebd.: 33 ff.).

Eine Untersuchung, in der der Fokus auf der Nutzung sozialer Medien lag, veröffentlichte Amanda Alencer im Jahr 2017. Zuvor führte sie zwischen August und September 2016 in Amsterdam insgesamt 18 Interviews mit Flüchtlingen aus Syrien, Afghanistan und Eritrea durch. Die Geflohenen lebten zu diesem Zeitpunkt zwischen fünf und zwölf Monaten in den Niederlanden (vgl. Alencer 2017: 7). Die qualitative Auswertung zeigt, dass *Facebook*, *WhatsApp*, *YouTube*, *Twitter*, *Instagram*, *LinkedIn*, sowie *Viber* und *Google* die Messenger bzw. Internetseiten darstellen, die unabhängig vom Alter und Geschlecht am häufigsten genutzt werden. Da alle befragten Geflüchteten mit ihrem Smartphone auf das World Wide Web zugreifen können, loggen sie sich in der Regel mehrmals täglich in die von ihnen präferierten sozialen Netzwerke ein. Die durchschnittliche Zeit, die die Befragten auf diesen Plattformen verbringen, beträgt sieben Stunden pro Tag. Begründet haben dies die Studienteilnehmer damit, dass ihr Leben in den Aufnahmeeinrichtungen sehr eintönig sein kann, da ihnen nur wenig Freizeitangebote zur Verfügung stehen. Des Weiteren sind die sozialen Medien vor allem für den Erhalt von Informationen zu bestimmten Orten (z. B. Einkaufszentren) und öffentlichen Verkehrsmitteln sowie für die Job- und Wohnungssuche von großer Bedeutung (vgl. ebd.: 8 ff.).

Ferner konnte eruiert werden, dass spezifische *Facebook*-Gruppen nicht nur dabei helfen, mit Verwandten und Bekannten in Kontakt zu bleiben, sondern den Flüchtlingen zugleich relevante Infor-

mationen zur Sprache und zu den Traditionen des Aufnahmelandes zur Verfügung stellen. Auch die Lebensweise der Einheimischen wird den Neuankömmlingen durch das soziale Netzwerk nähergebracht. Darüber hinaus ermöglicht bzw. erleichtert es die Kontaktaufnahme zu den Einheimischen (vgl. ebd.: 10 ff.). Zusammenfassend kann ergo festgehalten werden, dass die Nutzung sozialer Medien einen positiven Einfluss auf die Integration der Zuwanderer ausüben kann.

Überdies kann aus den Ergebnissen diverser Studien geschlossen werden, dass durch die Ausweitung des Internets neue und vor allem einfache Möglichkeiten geschaffen wurden, Informationslücken der Medien des Aufnahmelandes auszugleichen und mit Personen, die zur gleichen ethnischen Gruppe gehören, in Kontakt zu treten bzw. zu bleiben (vgl. Christiansen 2004: 199; D'Haenens 2003: 404 ff.; Zhang / Xiaoming 1999: 28 f.). Zusammenfassend lässt der Blick auf die internationale Forschung außerdem deutlich werden, dass die ethnische Identität die medialen Bedürfnisse einer Person mitbestimmt und somit auch bei der Mediennutzung eine relevante Rolle spielt (vgl. Peteers / D'Haenens 2005: 216 ff.; Jeffres 2000: 496 ff.; Hwang / He 1999: 5 ff.).

5. Entwicklung eines Analysemodells

Wenn eruiert werden soll, ob sich Medien auf die Integration von Flüchtlingen auswirken können, darf ein Faktor nicht vernachlässigt werden: die Sprache. So haben beispielsweise einige der in Kapitel 4.4 vorgestellten Studien gezeigt, dass Immigranten des Öfteren umso mehr von den deutschen Medien Gebrauch machen, je besser ihre Deutschkenntnisse sind. Darum sollen in diesem Kapitel noch einmal die Grundlagen zum Zweitspracherwerb aufgegriffen werden. Anschließend wird auf der Basis von Essers (2006a) Konzept der Sozialintegration eine Skizzierung von sprachlichen Kompetenztypen vorgenommen (Kap. 5.1). In Kapitel 5.2 folgen die Bestimmung von migrantisches Mediennutzungstypen sowie eine Erläuterung des Uses-and-Gratifications-Ansatzes, der in der vorliegenden Arbeit dazu dienen soll, die Mediennutzung von Flüchtlingen zu erforschen. Basierend darauf wird in einem weiteren Schritt ein Analyserahmen entwickelt, mit dessen Hilfe die Zusammenhänge der zu untersuchenden Aspekte verdeutlicht werden sollen (Kap. 5.3). In Kapitel 5.4 erfolgt schließlich eine eigene Definition von *Integration*, die anschließend anhand verschiedener Variablen operationalisiert wird.

5.1 Der Faktor Sprache

Dass die Sprache bei der Integration von Zuwanderern eine nicht zu verachtende Relevanz besitzt, wurde an früherer Stelle schon erwähnt. Daher dürfte es wenig überraschend sein, dass heute zahlreiche Studien vorliegen, die den Zweitspracherwerb bzw. die Sprachkompetenz von in Deutschland lebenden Migranten untersuchen (für eine Literaturstudie siehe z. B. Esser 2006a, 2006b). Nachfolgend sollen die in Kapitel 3.3.1 dargelegten Aspekte bezüglich des Zweitspracherwerbs im Hinblick auf die Konzeption des empirischen Teils der vorliegenden Arbeit weiter vertieft werden.

Die deutsche Sprache zu lernen, ist für Immigranten von großer Bedeutung: Zum einen ist es ohne ausreichende Deutschkenntnisse für die hierzulande lebenden Zugewanderten fast unmöglich, einen Schul- oder Ausbildungsabschluss zu erwerben resp. eine Stelle auf dem

Arbeitsmarkt zu finden. Zum anderen ist die Beherrschung der Sprache des Aufnahmelandes für die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben auch deshalb äußerst wichtig, da üblicherweise über diese mit den Einheimischen kommuniziert wird (vgl. Schnitzer 2013: 137; Oksaar 2003: 157). Und auch deutsche Medien können erst dann rezipiert werden, wenn zumindest erste Deutschkenntnisse erworben wurden. Ferner hat sich gezeigt, dass ethnische Minderheiten eher von der Mehrheitsbevölkerung akzeptiert werden, wenn die Möglichkeit einer problemlosen Verständigung besteht (vgl. Sauer 2007: 61).

Darüber hinaus werden Deutschkenntnisse immer wieder „als ein Maßstab der Integration von Migranten in die Aufnahmegesellschaft betrachtet“ (Haug 2008: 5). Schnell wird in diesem Zusammenhang (insbesondere von rechtspopulistischen Bevölkerungsgruppen) angenommen, dass schlechte oder gar nicht vorhandene Deutschkenntnisse mit einer Integrationsverweigerung gleichzusetzen sind (vgl. Heimken 2015: 13; Zwengel 2008: 205). Dass diese Annahme falsch ist, lässt sich unter anderem damit begründen, dass das Erlernen einer Fremdsprache von vielen Faktoren abhängig ist (vgl. Kap. 3.3.1). Nicht vernachlässigt werden sollte dennoch, dass die Sprache – so wie beispielsweise auch die Religion – als identitätsstiftendes Element betrachtet werden kann (vgl. Erwied 2015: 34 f.; Oksaar 2003: 17). Sie erfüllt somit neben ihrer Funktion als Kommunikationsmittel zugleich einen psychosozialen Auftrag: die „Bestätigung des Selbstbildes“ sowie die Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe (Krumm 2009: 239; Oksaar 2003: 156). Unterhalten sich Flüchtlinge verstärkt mit anderen Personen in ihrer Muttersprache, statt den Kontakt zu Deutschsprachigen zu suchen, kann dies demnach möglicherweise mit dem Wunsch, die eigene Identität aufrechterhalten zu wollen, erklärt werden.

Überdies kann die Sprachkompetenz der Zuwanderer auch durch deren Mediennutzung beeinflusst werden. An früherer Stelle dieser Dissertation wurde bereits auf die von der Medienkommission der ARD und des ZDF durchgeführten Befragungen von verschiedenen Migrantengruppen in den Jahren 2007 und 2011 eingegangen (vgl. Kap. 4.4.1.1). Nicht thematisiert wurden dabei die Sprachkenntnisse der Zuwanderer, die nun kurz angerissen werden sollen. Insgesamt gaben 2007 rund drei Viertel der Migranten an, Deutsch gut bis sehr gut zu

verstehen; vier Jahre später waren es 80 Prozent (vgl. Simon / Neuwöhner 2011: 460). Betrachtet man lediglich die jüngeren Befragten zwischen 14 und 29 Jahren, so liegen die entsprechenden Werte bei 92 Prozent bzw. 95 Prozent. Dies bedeutet – unter der Voraussetzung, dass die Selbstauskünfte der Zuwanderer bezüglich ihrer Sprachkenntnisse der Realität entsprechen – dass vor allem junge Migranten überwiegend gute Voraussetzungen für die Nutzung deutschsprachiger Medienangebote aufweisen (vgl. ebd.). Ein ähnliches Bild zeigen die Ergebnisse der *Repräsentativbefragung ausgewählter Migrantengruppen in Deutschland* (RAM), die im Zeitraum von Dezember 2006 bis April 2007 realisiert wurde (vgl. Haug 2008: 12). Bei dieser gab ein Großteil der Studienteilnehmer an, die deutsche Sprache so gut zu beherrschen, dass Angelegenheiten des täglichen Lebens (z. B. Einkaufen, Arztbesuche, Behördengänge) selbstständig erledigt werden können und Unterhaltungen mit deutschen Muttersprachlern gelingen. 87 Prozent der Migranten sagten zudem aus, dass sie deutschsprachige Fernseh- und Radiosendungen problemlos verfolgen können (vgl. BAMF 2010: 111). Des Weiteren zeigte sich, übereinstimmend mit den Resultaten der 2011 durchgeführten Studie von ARD und ZDF, dass jüngere Personen mit Migrationshintergrund bessere Deutschkenntnisse besitzen als ältere Immigranten (vgl. ebd.: 105). Die häufigsten Wege zum Erwerb deutscher Sprachkenntnisse waren der Arbeitsplatz, der Alltag und die Familie sowie (bei den jüngeren Migranten) der Schulbesuch (vgl. ebd.: 112).

Erhoben wurden die Sprachkenntnisse der Zuwanderer bei den beiden letztgenannten Studien anhand einer subjektiven Selbsteinschätzung der Befragten sowie zusätzlich mithilfe einer Beurteilung durch den Interviewer (vgl. ebd.: 103; Simon / Neuwöhner 2011: 460). Hintergrund für dieses Verfahren ist, dass es nahezu unmöglich wäre, die Sprachkompetenz von (erwachsenen) Einwanderern flächendeckend objektiv zu messen (vgl. Sauer 2007: 61). Nachteilig kann sich dagegen auswirken, „dass der Anspruch an die eigene Sprachkompetenz und damit auch die Beurteilung individuell sehr unterschiedlich sein kann“ (ebd.). Dennoch sollte bei einer Studie über Mediennutzung von Migranten nicht auf die Erhebung dieses Faktors verzichtet werden, da nur durch diesen eruiert werden kann, ob mangelnde Sprachkenntnisse einen Grund für die geringe Nutzung von deutschen Medien darstellen

können. Einen Beleg dafür, dass ein Zusammenhang zwischen der Sprachkompetenz und dem Mediennutzungsverhalten von Zuwanderern besteht, lieferte bisher beispielsweise die Studie *Migranten und Medien* von ARD und ZDF (vgl. Walter / Schlinker / Fischer 2007: 450).

Zugleich bedeutet dies, dass durch die Nichtnutzung der Medien des Aufnahmelandes mögliche Integrationspotenziale ebendieser für Immigranten verloren gehen können (vgl. Esser 2000c). Nicht zuletzt aus diesem Grund soll an dieser Stelle noch einmal gesondert auf die Rolle der Sprache im Integrationskonzept von Esser eingegangen werden. Wie in Kapitel 3.1.4 expliziert wurde, existieren für Esser vier Typen der Sozialintegration von individuellen Akteuren: die Marginalität, bei der weder eine Inklusion in die Aufnahmegesellschaft noch in die Herkunftsgesellschaft vorliegt; die Assimilation, die die Inklusion in die Gesellschaft des Aufnahmelandes bei einer Exklusion aus der ethnischen Gruppe beschreibt; die Segmentation, bei der es – genau umgekehrt – eine Inklusion in die ethnische Gruppe und Exklusion aus der Aufnahmegesellschaft gibt sowie schließlich die Mehrfachintegration bzw. multiple Inklusion, bei der das Individuum in beide soziale Systeme inkludiert ist (vgl. Esser 2006b: 7).

Da die Sprache einen speziellen Aspekt der Kulturation¹⁸ darstellt, können die Typen der Sozialintegration nun auf diese übertragen werden (vgl. Esser 2006a: 26). Dies führt zu einer Unterteilung der sprachlichen Kompetenzen in (vgl. ebd.; Esser 2006b: 7; vgl. Tabelle 3):

¹⁸ Zur Erinnerung: Esser bestimmt vier Grundprozesse der sozialen Integration: die Kulturation als die Übernahme von Wissen und Fertigkeiten sowie normativen bzw. kulturellen Vorstellungen; die Platzierung, die sich in der Einnahme von Positionen im sozialen System (z. B. auf dem Bildungs-, Arbeits- und Wohnungsmarkt) sowie der Gewährung von Rechten zeigt; die Interaktion als Aufnahme von sozialen Beziehungen und Inklusion in familiäre sowie freundschaftliche Netzwerke; und die Identifikation, mit der die Entwicklung von (emotional besetzten) Loyalitäten zum sozialen System gemeint ist (vgl. Esser 2006a: 26).

- die sprachliche Marginalität (bzw. begrenzte Bilingualität)
- die sprachliche bzw. monolinguale Segmentation
- die sprachliche bzw. monolinguale Assimilation
- sowie die kompetente Bilingualität.

Sprachliche Marginalität liegt immer dann vor, wenn sowohl die Heimatsprache als auch die Sprache des Aufnahmelandes nicht kompetent beherrscht wird. Auftreten kann dieser Fall beispielsweise bei Kindern von Migranten, die ihre Muttersprache nicht (mehr) können und die Sprache des Aufnahmelandes nicht richtig lernen. Bei der sprachlichen Segmentation ist eine Person zwar der Heimatsprache mächtig, bezüglich der Sprache des Aufnahmelandes liegen jedoch noch keine oder nur wenige Kompetenzen vor. Das Gegenteil hiervon ist die sprachliche Assimilation. Bei der kompetenten Bilingualität werden schließlich sowohl die Muttersprache als auch die Sprache des Aufnahmelandes (perfekt) beherrscht (vgl. Esser 2006a: 26).

Es kann angenommen werden, dass insbesondere bei neu immigrierten Personen (d. h. auch bei Flüchtlingen) meist zunächst eine sprachliche bzw. monolinguale Segmentation vorliegt. Durch gezielte Maßnahmen (z. B. die Pflicht für Asylberechtigte, einen Integrationskurs zu besuchen) wird daher auch seitens der Bundesregierung versucht, das Erlernen des Deutschen zu fördern und somit eine sprachliche Inklusion der Zuwanderer zu bewirken. Erreicht wäre dieses Ziel bei einer sprachlichen Assimilation oder der kompetenten Bilingualität der Migranten.

	Kompetente Beherrschung der Sprache der Aufnahmegesellschaft	
	Ja	Nein
Kompetente Beherrschung der Heimatsprache	Ja Kompetente Bilingualität	Sprachliche Segmentation
	Nein Sprachliche Assimilation	Sprachliche Marginalität

Tabelle 3: Typen der sprachlichen Kompetenzen bei Migranten. (Eigene Darstellung, in Anlehnung an Esser 2006b: 8.)

Werden neben der Kulturation (d. h. der kulturellen Dimension der Integration) ebenso die anderen von Esser aufgestellten Arten der Sozialintegration betrachtet, wird deutlich, dass die Sprache in einer engen Beziehung sowohl zur Interaktion (laut Esser die soziale Dimension der Integration) als auch zur Identifikation (der emotionalen Dimension) steht, die sich wiederum gegenseitig bedingen (vgl. Esser 2006a: 26, 2006b: 8). Besonders bedeutsam scheint der Faktor Sprache jedoch im Sinne der Platzierung (ergo der strukturellen Dimension) zu sein, da er einen Teil des individuellen Humankapitals darstellt und hierüber über den Erfolg bzw. Misserfolg im Bildungssystem und auf dem Arbeitsmarkt mitbestimmt (vgl. ebd.).

Weil das Beherrschen der deutschen Sprache darüber hinaus dazu führen kann, dass deutschsprachige Medien besser verstanden und folglich möglicherweise häufiger rezipiert werden, sollte im Rahmen der vorliegenden Arbeit auch eine Erhebung der Sprachkenntnisse der Interviewteilnehmer erfolgen. Auf eine umfangreiche sprachliche Analyse soll hierbei jedoch verzichtet werden, da der Fokus dieser Dissertation auf das Rezeptionsverhalten der Befragten ausgerichtet ist.

Dementsprechend bietet es sich an, auf die Vorgehensweise anderer Studien zurückzugreifen und die Sprachkompetenzen mittels einer Selbsteinschätzung seitens der Zugewanderten und eine Bewertung der Interviewerin zu ermitteln. Im Zuge der Auswertung kann dann versucht werden, zu eruieren, inwiefern die Sprachkompetenz eines Geflüchteten sein Mediennutzungsverhalten beeinflusst.

5.2 Analyse der Mediennutzung

Den Ausgangspunkt für die Eruierung der Frage, ob Medien einen Einfluss auf die Integration von Flüchtlingen ausüben können, bildet das Konzept der medialen Integration. Im Fokus steht hierbei der bereits erläuterte Ansatz von Geißler (2005a).

Wie in Kapitel 3.2.1 ausführlich dargestellt wurde, umfasst die mediale Integration laut Geißler (2005a) drei Bereiche: die Medienproduktion, die Medieninhalte und die Mediennutzung. Da es im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich ist, alle Aspekte zu untersuchen, wurde die Mediennutzung als Schwerpunkt für die Untersuchung ausgewählt. Erhoben werden sollen hierbei Mediennutzungsdaten für das Fernsehen, den Hörfunk, (Tages-)Zeitungen und Zeitschriften sowie für das Internet. Ein wesentlicher Bestandteil von Geißlers Konzeption ist in diesem Zusammenhang zudem die Unterscheidung zwischen der Rezeption von deutschsprachigen Medien und Ethnomedien (vgl. ebd.: 76, 78). Folglich lassen sich, wie bereits für den Faktor Sprache geschehen, die vier Typen der Sozialintegration von Esser (2000a: 287) ebenso für die Rezeption von Medien modellieren (vgl. Trebbe 2009: 37; vgl. Tabelle 4).

	Rezeption von deutschsprachigen Medien	
	Ja	Nein
Rezeption von Medien aus dem Heimatland bzw. von Ethnomedien	Integrative Mediennutzung	Separierende Mediennutzung
	Assimilative Mediennutzung	Marginalisierung

Tabelle 4: Migrantische Mediennutzungstypen. (Eigene Darstellung, in Anlehnung an Trebbe 2009: 37.)

Eine integrative Mediennutzung existiert bezüglich des vorliegenden Untersuchungskontextes demzufolge immer dann, wenn Medien aus dem Herkunfts- und dem Aufnahmeland in einer gleichwertigen Form rezipiert werden (vgl. Trebbe 2009: 37). Laut Geißler ist diese Art der Rezeption wünschenswert, da in diesem Fall – zumindest den Bereich der Mediennutzung betreffend – eine interkulturelle mediale Integration vorliegt (vgl. Geißler 2005a: 73 f.). Die assimilative Mediennutzung bzw. die assimilative mediale Integration herrscht vor, insofern ein Flüchtling mehr oder weniger schwerpunktmäßig von deutschsprachigen Medien Gebrauch macht, während bei der separierenden Mediennutzung bzw. der medialen Segregation (fast) ausschließlich Ethnomedien bzw. Medien aus dem Herkunftsland konsumiert werden (vgl. ebd.: 72 f.; Trebbe 2009: 37). Eine Marginalisierung würde vorliegen, wenn gänzlich auf den Medienkonsum verzichtet wird.

Um das Mediennutzungsverhalten der Flüchtlinge sowie die dahinterstehenden Motive zu erforschen, wird im Rahmen dieser Arbeit auf den Uses-and-Gratifications-Ansatz zurückgegriffen.

5.2.1 Der Uses-and-Gratifications-Approach

Geprägt wurde der Nutzen- und Belohnungsansatz von den Wissenschaftlern Elihu Katz, Jay G. Blumler und Michael Gurevitch (1973). In Abkehr von der bis dahin häufig im Mittelpunkt stehenden Forschungsfrage, was die Medien mit den Menschen machen, rückten sie den aktiven Rezipienten und dessen Auswahl der Medienangebote in den Fokus (vgl. Katz / Foulkes 1962: 378). Der Ansatz stellt somit ein Gegenmodell zur klassischen Medienwirkungsforschung dar, die sich am behavioristischen Denken anlehnt und von linear verlaufenden Prozessen im Bereich der Massenkommunikation ausgeht. Erst durch die Bedürfnisse sowie den mit diesen verknüpften Erwartungen, die eine Person an die Medien hat, kommt ein Kommunikationsprozess zustande (vgl. Hugger 2008: 173).

Die Mediennutzung selbst wird folglich als Mittel der Bedürfnisbefriedigung angesehen. Das heißt, dass Menschen die Medien als „Gratifikationsinstanzen“ begreifen und zielgerichtet, also in Abhängigkeit von den Erwartungen an deren Inhalte, konsumieren (Weber-Menges 2005). Eine Medienzuwendung erfolgt also nur dann, „wenn sie für den Rezipienten auch sinnvoll bzw. lohnend ist“ (Hugger 2008: 173). Die Mediennutzung ist somit auch als eine Form des interpretativen Handelns zu betrachten, da die entsprechenden Angebote (in Anlehnung an den Symbolischen Interaktionismus; s. zum Beispiel Mead 1968) definiert werden müssen (vgl. ebd.: 174). Gleichzeitig konkurrieren die Medien sowohl untereinander als auch mit anderen Quellen der Bedürfnisbefriedigung (vgl. Rubin 2000: 139). Möchte sich eine Person beispielsweise entspannen, so kann sie dies tun, indem sie keine Medien nutzt, sondern spazieren geht. Zieht sie es vor, zu Hause zu bleiben und Medien zu rezipieren, kann sie zwischen verschiedenen Angeboten wählen und zum Beispiel Fernsehen schauen, Radio hören oder ein Buch lesen. Entscheidet sie sich für den Fernseher, hat sie wiederum die Wahl zwischen diversen TV-Programmen resp. Sendungen. Welche Alternative gewählt wird, ist jeweils von den Interessen und Bedürfnissen des Einzelnen abhängig (vgl. Ottensschläger 2004: 75). Der Uses-and-Gratifications-Ansatz setzt somit ebenfalls voraus, dass sich die Rezipienten ihrer Nutzungsmotive bewusst sind (vgl. Bilandzic 2016: 95; Katz

/ Blumler, Gurevitch 1974: 21 f.). Warum diese Annahme mitunter zu Kritik führt, soll weiter unten aufgegriffen werden.

Die Gratifikationserwartungen selbst lassen sich auf verschiedene Quellen (beispielsweise zuvor gemachte Medienerfahrungen oder Empfehlungen Bekannten bzw. Verwandten) zurückführen und sind somit sehr vielfältig (vgl. Jäckel 2011: 94). Daher ist es kaum überraschend, dass in der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung über die vergangenen Jahrzehnte hinweg ein großer Katalog an Motiven der Mediennutzung erarbeitet wurde (siehe z. B. Schenk 2007; Schramm / Hasebrink 2004; McQuail 1996). Im Hinblick auf die vorliegende Arbeit wurde entschieden, sich an den vier von Kunczik und Zipfel (2001: 345) aufgestellten Bedürfnisgruppen (kognitive, affektive, interaktive sowie integrative Bedürfnisse) zu orientieren, da mit dieser Klassifizierung die zentralen, häufig wiederkehrenden Motive zusammengefasst wurden.

Die *kognitiven Bedürfnisse* umfassen dabei die Suche nach Informationen und Wissenserweiterung, Orientierung sowie dem Streben nach Umweltkontrolle (vgl. ebd.). Erklären lassen sie sich mit dem Wunsch der Menschen, stets handlungsfähig zu bleiben. Dies ist umso besser möglich, je mehr Informationen über die Umgebung vorliegen. Da sich viele der stattfindenden Ereignisse allerdings der persönlichen bzw. direkten Wahrnehmung entziehen, weil sie sich beispielsweise nicht öffentlich abspielen (man denke etwa an politische Ausschüsse oder Tarifverhandlungen) bzw. generell an anderen Orten stattfinden, würden die meisten Bürger ohne die Medien kaum etwas über aktuelle Geschehnisse und deren Hintergründe erfahren (vgl. Schweiger 2007: 92). Das Informationsbedürfnis ist somit aus einer demokratietheoretischen Perspektive sogar ein durchaus wünschenswertes Nutzungsmotiv, da zum Beispiel gut informierte Bürger ihre Wahlentscheidungen auf einer rationalen Grundlage treffen können. Nicht immer verfolgen Menschen mit der Suche nach Informationen jedoch die gleichen Ziele. So kann etwa die Intention darin bestehen, sich ein generelles Überblickswissen zu verschaffen, „Aktionswissen“ zu erlangen (ein typisches Beispiel hierfür ist das Lesen der Börsenkurse, um eigene Aktien zu kaufen bzw. zu verkaufen) oder Orientierungswissen zu gewinnen (ebd.: 95). Letzteres bezieht sich auf die zielgerichtete Suche von Bewertungen

und Meinungen zu bestimmten Sachverhalten und tritt immer dann auf, wenn eine Person zu viele oder widersprüchliche Umweltreize wahrnimmt und folglich Unsicherheit empfindet (vgl. ebd.: 95 ff.).

Bezüglich der *affektiven Bedürfnisse* steht vor allem der Wunsch nach Unterhaltung im Mittelpunkt (vgl. ebd.: 104). Damit einhergehend sind zudem die Motive Entspannung bzw. Erholung, Ablenkung und Verdrängung von Problemen, Bekämpfung von Langeweile sowie die Suche nach emotionaler Erregung zu nennen (vgl. Kunczik und Zipfel 2001: 345). Affektive Bedürfnisse werden demnach beispielsweise dann befriedigt, wenn der Rezipient Freude oder Vergnügen empfindet. Potenziell kann jeder Medieninhalt zur Unterhaltung gebraucht resp. als unterhaltsam betrachtet werden. Dies trifft auch auf informierende Inhalte zu, weil diese zur Regulierung des Erregungsniveaus genutzt werden können (vgl. Schweiger 2007: 97, 105). In der wissenschaftlichen Literatur nimmt hinsichtlich der affektiven Bedürfnisse insbesondere die Ablenkung von Problemen bzw. die Realitätsflucht unter dem Begriff des Eskapismus eine relevante Stellung ein. Hierbei wird davon ausgegangen, dass Menschen die Spannungen, denen sie in modernen Gesellschaften ausgesetzt sind, mithilfe des Medienkonsums zu kompensieren versuchen. Vor allem fiktionale Inhalte helfen dabei, aus dem Alltag in eine angenehme, glückliche Welt zu flüchten (vgl. ebd.: 112; Schenk 2007: 682).

Die *interaktiven* bzw. sozialen Bedürfnisse beziehen sich im Wesentlichen auf vier Bereiche: die medienvermittelte interpersonale Kommunikation, die Suche nach sozialen Kontakten, das Nutzen von Medieninhalten als Gesprächsstoff (Anschlusskommunikation) sowie die Suche nach sozialer Integration und Distinktion (vgl. Schweiger 2007: 120). Während die „klassischen Massenmedien“ wie die Zeitung, das Radio oder das Fernsehen meist nur eine einseitige Kommunikationsrichtung (vom Medium zum Rezipienten) aufweisen, hat der Online- und Mobilfunkbereich vielseitige Möglichkeiten „an der Schnittstelle zwischen Massen-, Gruppen- und Individualkommunikation“ eröffnet (ebd.). Folglich ist es heute keine Seltenheit mehr, wenn interpersonale Kommunikation mittels Chaträumen, Weblogs, Messengern und SMS verstärkt medienvermittelt stattfindet. Darüber hinaus gebrauchen Menschen die Massenmedien, um neue soziale Kontakte zu knüpfen und

mit diesen später in eine direkte soziale Beziehung zu treten. Genutzt werden zu diesem Zweck etwa Kontaktanzeigen in Zeitungen oder Partnerbörsen im Internet. Ferner liefern die Massenmedien Gesprächsstoff, der wiederum die interpersonale Kommunikation begünstigen kann. Medien werden also auch dazu verwendet, um sich mit anderen Personen über die rezipierten Inhalte austauschen zu können (vgl. ebd.). Zudem kann eine gemeinsame Mediennutzung im Familien-, Freundes- oder Kollegenkreis als Anlass genommen werden, sich miteinander zu verabreden. Schließlich können die Massenmedien zur sozialen Integration oder Distinktion beitragen, indem sie es dem Einzelnen ermöglichen, sich als Teil einer sozialen Gruppe, eines Milieus oder der gesamten Gesellschaft zu fühlen. Gleichzeitig besteht jedoch auch die Möglichkeit, sich durch die Nutzung bestimmter Medien von anderen sozialen Gruppen bzw. von der Allgemeinheit abzugrenzen (vgl. ebd.: 121).

Verbunden mit dem Bedürfnis nach sozialen Kontakten bzw. sozialer Integration sind überdies das Führen parasozialer Interaktionen und die Herausbildung parasozialer Beziehungen. Eine parasoziale Interaktion kann dabei als scheinbare Interaktion eines Medienrezipienten mit einer medial vermittelten Ankerperson definiert werden (vgl. Krotz 2007: 202; Schweizer / Klein 2008: 165). Des Weiteren ist sie dadurch gekennzeichnet, dass sie dem Rezipienten „die Illusion einer Face-to-Face-Beziehung“ mit einer Medienfigur vermittelt (Schweizer / Klein 2008: 164; vgl. auch Horton / Wohl 1956: 215: ff.). Wird im Laufe der parasozialen Interaktion der aktuelle affektive Zustand eines Mediennutzers positiv verändert, so erhöht dies die Wahrscheinlichkeit, dass dieser auch zukünftig motiviert ist, mit der Medienperson zu interagieren (vgl. Gleich 1996: 118 f.; Gleich / Burst 1996: 184). Die auf diese Weise zustande kommenden, aufeinanderfolgenden Interaktionen bilden wiederum die Grundlage für eine parasoziale Beziehung (vgl. Gleich 1996: 119). Parasoziale Beziehungen entstehen ergo durch eine Kette parasozialer Interaktionen, durch die ein Rezipient positive Erfahrungen mit einem Mediencharakter macht (vgl. Bilandzic 2016: 88; Gleich 1997: 71). Wenn sich Menschen auf eine parasoziale Beziehung mit einer Medienperson einlassen, können sie in den meisten Fällen zwischen Fiktion und Realität unterscheiden. Verschwindet allerdings

die Grenze zwischen Alltags- und Fernsehwelt und geht infolgedessen auch das Wissen um die mediale Illusion verloren, kann sich eine parasoziale Beziehung zu einer pathologischen parasozialen Beziehung entwickeln, die von dem Mediennutzer dann als real betrachtet wird (vgl. Hartmann 2010: 48). Dies führt beispielsweise dazu, dass Fans einer Fernsehserie glauben, die Darsteller persönlich zu kennen (vgl. ebd.).

Zur Gruppe der *integrativen Bedürfnisse* zählen die Suche nach Identifikation, Selbstfindung und Rollenvorbildern, die Bestärkung von Werterhaltungen, die Vermittlung und Bestätigung von Verhaltensmodellen sowie soziale Vergleiche zwischen der eigenen Situation und der Lage von Mediencharakteren (vgl. Schweiger 2007: 81; Kunczik / Zipfel 2001: 345). Dabei wird davon ausgegangen, dass Rezipienten ihr Verständnis für soziale oder gar psychische Phänomene vertiefen wollen und sich daher mit entsprechenden Medieninhalten konfrontieren. Die Mediennutzung dient ergo dem Zweck, individuelle Entwicklungsaufgaben zu bewältigen und die persönliche „Identitätsarbeit“ zu unterstützen (Schweiger 2007: 129; vgl. auch Vorderer 1996: 322). Eine Form der Identitätsbildung ist die Identifikation mit Medienakteuren. Diese ermöglicht dem Mediennutzer, sich in eine andere Person hineinzusetzen und diverse Rollen bzw. Verhaltensoptionen auszuprobieren, ohne Verantwortung für das Handeln übernehmen zu müssen. Eine weitere Art der Identitätsbildung ist der soziale Vergleich, der entweder nach oben oder nach unten gerichtet stattfinden kann. Bei einem Vergleich nach oben überprüfen die Rezipienten, ob die Medienfiguren „ihre persönlichen Werte und Einstellungen teilen oder nicht. Das Ziel ist eine soziale Orientierung am medialen Meinungsklima [...]“ (Schweiger 2007: 131). Entspricht dieses der Haltung des Mediennutzers, kommt es zu einer Festigung seiner Position, die er anderenfalls möglicherweise ändert. Soziale Vergleiche nach unten „beziehen sich auf schlechter gestellte Personen, die noch weniger Erfolg haben, noch unglücklicher [...] sind als man selbst“ (ebd.). Mit dieser Strategie verfolgen die Rezipienten das Ziel, ihre eigene Situation als weniger belastend zu empfinden und ihr Selbstwertgefühl zu erhöhen (vgl. ebd.; Vorderer 1996: 323). Genutzt werden hierzu beispielsweise Reality-TV-Formate (vgl. Hannover / Mauch / Leffelsend 2004: 185).

Hinzugefügt werden muss an dieser Stelle, dass die verschiedenen Nutzungsmotive nicht unverbunden nebeneinanderstehen, sondern zusammenhängen resp. aufeinander aufbauen. So können etwa unterhaltende Angebote gleichzeitig genutzt werden, um neue Informationen zu einem Thema einzuholen. Umgekehrt können informierende Inhalte ebenso zur Unterhaltung oder Identitätsbildung beitragen (vgl. Schweiger 2007: 130).

Beachtet werden sollten zudem zeitbezogene Nutzungsmotive. Nicht selten werden Medien als *Zeitfüller* gebraucht, um zum Beispiel Langeweile zu bekämpfen. Man denke in diesem Zusammenhang etwa an den Griff zum Smartphone, um mit diesem Spiele zu spielen, sowie an den Besuch von sozialen Netzwerken oder Unterhaltungswebseiten (z. B. *YouTube*). Daneben kann durch die Mediennutzung Zeit *gespart* (wenn sie dabei hilft, bestimmte Aufgaben schneller zu erledigen) und Zeit *verdichtet* werden. Letzteres bezeichnet die Verrichtung anderer Tätigkeiten während der Mediennutzung bzw. die Parallelnutzung verschiedener Medien. Dahinter steht die Intention, die vorhandene Zeit effizient zu nutzen, indem mehrere Aufgaben resp. Tätigkeiten gleichzeitig erledigt werden (vgl. ebd.: 134 f.; Beck 1999: 84 ff.). Darüber hinaus besitzen Medien die Funktion, die Zeit und somit den Tagesablauf der Menschen zu *strukturieren*, indem etwa Fernsehsendungen (wochen-)täglich oder wöchentlich zur selben Uhrzeit ausgestrahlt werden (vgl. Schweiger 2007: 135; Kubey / Csikszentmihalyi 1990: 184). Als Beispiele hierfür können die *Tagesschau* (ARD) und die Daily-Soap *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* (RTL) dienen.

In einigen wissenschaftlichen Studien erfuhr der Uses-and-Gratifications-Ansatz auch durch die Unterscheidung zwischen gesuchten und gefundenen bzw. erhaltenen Gratifikationen eine weitere Ausdifferenzierung. Während die gesuchten Gratifikationen für die Bedürfnisse stehen, die eine Person „zum Medienkonsum antreiben“ (Bilandzic 2016: 96), sind die gefundenen Gratifikationen als „episodische Nutzungserfahrungen“ zu verstehen, die sich auf zukünftige Nutzenerwartungen an die Medien auswirken (Schulz 2007: 88; Suckfüll 2004: 25; Scherer / Schlütz 2002: 136). In den meisten Fällen wird der Rezipient das Medium konsumieren, bei dem die Übereinstimmung zwischen den erhaltenen und den gesuchten Gratifikationen am größten ist, da

ihm dieses die beste Befriedigung seiner Bedürfnisse verspricht (vgl. Kunczik / Zipfel 2001: 348 f.; Palmgreen 1984: 54). Werden die Differenzen zwischen den gesuchten und gefundenen Gratifikationen im Rahmen einer Untersuchung eruiert, kann hierdurch beispielsweise aufgezeigt werden, wie gut das angebotene TV-Programm den medialen Bedürfnissen des Publikums entspricht (vgl. Bilandzic 2016: 96).

Obwohl der Uses-and-Gratifications-Ansatz gut dafür geeignet ist, die Mediennutzungsmotive von Flüchtlingen zu erforschen, weist er (wie jedes andere Konzept auch) einige Schwächen auf. So wird beispielsweise von Kritikern infrage gestellt, dass sich alle Rezipienten ihrer Mediennutzungsmotive stets bewusst sind, da der Medienkonsum ebenso habituell erfolgen kann (vgl. Suckfüll 2004: 36; Meyen 2001: 13). Schweiger hält dem entgegen, dass die gewohnheitsmäßige Mediennutzung zwar situativ unbewusst erfolgt, ursprünglich aber bewusste Gründe für dieses Verhalten vorgelegen haben können (vgl. Schweiger 2007: 70). Jene zu rekapitulieren, verlangt von den Befragten eine große Gedächtnisleistung, die in der Regel nur schwer oder auch gar nicht erbracht werden kann. Dieser Nachteil bezieht sich jedoch nicht nur auf die habituelle Mediennutzung, sondern führt zu einer prinzipiellen methodenbedingten Unschärfe, vor allem insofern die Befragung der Rezipienten zeitlich und situativ unabhängig von der Nutzungssituation erfolgt (vgl. Scherer / Schlütz 2002: 133 f.). So ist es etwa vorstellbar, dass identische Medieninhalte je nach Situation (z. B. stressiger versus entspannter Nachmittag) verschiedene Bedürfnisse befriedigen können. Das Internet nimmt in diesem Zusammenhang eine besondere Rolle ein, weil der Rezipient bei diesem Medium wesentlich mehr (aktive und zielgerichtete) Auswahlentscheidungen treffen muss als etwa beim Fernsehkonsum. Folglich sei er dazu gezwungen, sich seiner eigenen Bedürfnisse (zumindest in einem gewissen Maß) bewusst zu werden, um Suchstrategien entwickeln zu können (vgl. ebd.: 133; Suckfüll 2004: 39). Daneben kann es vorkommen, dass die Befragten ihre Mediennutzungsmotive nicht wahrheitsgemäß preisgeben (möchten).

Des Weiteren gehen Scherer und Schlütz (2002: 134) davon aus, dass die Gratifikationsleistung eines Mediums von drei Faktoren abhängig ist: erstens vom generellen Angebot der Medien, zweitens von der

Vorstellung, die der Rezipient vom Gratifikationspotenzial der Medien besitzt (Gratifikationserwartungen), sowie zum Dritten von der konkreten Nutzungssituation. Insbesondere die letzte Variable, die zum Beispiel das soziale und gesellschaftliche Umfeld der Mediennutzer einschließt, wird bei Untersuchungen, die auf dem Uses-and-Gratifications-Ansatz basieren, oftmals ausgeklammert (vgl. Meyen 2001: 13). In der vorliegenden Arbeit wurde versucht, diesem Problem mit einer entsprechenden Anpassung des Leitfadens entgegenzuwirken.

Neben dem Uses-and-Gratifications-Ansatz existieren noch diverse andere Konzepte, die im Bereich der Rezeptionsforschung zur Anwendung kommen. Genannt seien zum Beispiel die Mood-Management-Hypothese oder auch Festingers Theorie der kognitiven Dissonanz (für eine Erklärung dieser Modelle s. Schweiger 2007). Bezogen auf die Frage, welche Medien Flüchtlinge nutzen und warum sie dies tun, scheint der Uses-and-Gratifications-Approach jedoch den besten Ausgangspunkt zu bieten, da bei diesem die Medienzuwendung sowie deren Funktion und Auswirkungen im Zentrum des Interesses stehen (vgl. Piga 2007: 211; Becker 1996: 252). Zugleich wird bei diesem Ansatz die Mehrdimensionalität von Selektionsmotiven und Medienfunktionen sichtbar, sodass sich auch interindividuelle Unterschiede bei der Medienauswahl erklären lassen (vgl. Suckfüll 2004: 39 f.).

5.2.2 Zusammenfassung der Mediennutzungsmotive

Im vorangegangenen Abschnitt wurde erläutert, dass sich die Mediennutzungsmotive laut Kunczik und Zipfel (2001: 345) in kognitive, affektive, interaktive und integrative Bedürfnisse unterteilen lassen. Diese sollen nun noch einmal mit Blick auf das Forschungsvorhaben der vorliegenden Arbeit resümiert werden.

Zu den kognitiven Bedürfnissen lassen sich die Suche nach neuen Informationen und (sozialer) Orientierung sowie der Wunsch, die Umwelt kontrollieren zu können, zählen. Ziele können hierbei sein, sich ein generelles Überblickswissen zu verschaffen oder Orientierungsbzw. „Aktionswissen“ zu erlangen (ebd.: 95 ff.). Es liegt nahe, dass das Informationsbedürfnis bei Flüchtlingen durchaus sehr stark ausgeprägt sein kann, da sie sich hierzulande einerseits in einer für sie fremden

Umgebung befinden, in der sie auf viele Informationen von außen angewiesen sind; andererseits möchten sie vermutlich aber auch über die neuen Entwicklungen in ihrem Heimatland auf dem Laufenden bleiben. Eine besondere Rolle spielt in diesem Zusammenhang auch die Suche nach politischen Informationen. Diese kann sich auf die Bundesrepublik Deutschland beziehen, indem z. B. etwas zu aktuellen Gesetzen und Regeln, die für Asylsuchende gelten, recherchiert wird; gleichzeitig kann aber auch die politische Lage des Herkunftslandes interessant sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn der Wunsch nach einer Rückkehr stark ausgeprägt ist.

Da die (erste) Zeit in Deutschland für Flüchtlinge wahrscheinlich mit einer großen Unsicherheit verbunden ist, spielt zudem das Orientierungswissen eine relevante Rolle. So kann etwa das Bedürfnis bestehen, sich mit anderen Personen über das deutsche Asylverfahren auszutauschen. Die Suche nach Aktionswissen liegt dagegen etwa dann vor, wenn wegen einer Krankheit nach einem Arzt oder bei Sprachproblemen nach bestimmten Übersetzungen gesucht wird. Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass aufgrund seiner (in der Regel permanenten) Verfügbarkeit in den meisten Fällen das Smartphone zur Informationssuche genutzt wird.

Den affektiven Bedürfnissen lassen sich die Motive Entspannung und Bekämpfung von Langeweile zuordnen. Überdies entstehen affektive Mediennutzungsmotive, wenn sich eine Person von ihren Problemen ablenken resp. diese verdrängen möchte oder der Wunsch nach emotionaler Erregung vorliegt. In der Regel werden in diesen Fällen Unterhaltungsangebote rezipiert (vgl. ebd.; Schweiger 2007: 104). Je nachdem, in welcher Wohnsituation sich die Flüchtlinge befinden, haben sie hierfür unterschiedliche Medien in diversen Sprachen zur Verfügung. Möglicherweise wird aufgrund des Fehlens von Fernsehern, Radios etc. und / oder aufgrund des einfachen Internetzugangs durch das Smartphone ebendieses vorrangig genutzt, um das Verlangen nach Unterhaltung zu stillen. Weiterhin ist es denkbar, dass Medien von den Flüchtlingen konsumiert werden, um sich für einige Momente von den Strapazen der Flucht bzw. den bestehenden Zukunftsängsten (z. B. der Befürchtung einer Abschiebung) ablenken zu können.

Rezipienten mit interaktiven Bedürfnissen verfolgen mit der Mediennutzung meist das Ziel, neue soziale Kontakte zu knüpfen (etwa über Kontaktanzeigen oder Online-Partnerbörsen), Medieninhalte als Gesprächsstoff nutzen zu können, medienvermittelt interpersonal zu kommunizieren (z. B. mithilfe von Messengern, SMS und Chaträumen) oder soziale Integration bzw. Distinktion zu erlangen (vgl. ebd.: 120). Überdies können die Geflohenen etwa durch die Nutzung von Social Media-Portalen nicht nur mit Bekannten und Verwandten aus ihrer Heimat Kontakt halten, sondern ebenfalls versuchen, Einheimische resp. andere in Deutschland lebende Flüchtlinge kennenzulernen. Bei den Interaktionen, die hierdurch entstehen, können rezipierte Medieninhalte dann wiederum zur Anschlusskommunikation dienen. Auch hierbei wird dem Smartphone aufgrund seiner (meist stetigen) Verfügbarkeit vermutlich eine besonders wichtige Bedeutung zukommen. Darüber hinaus können Medien Anlass dazu geben, sich mit Verwandten oder Bekannten zur gemeinsamen Rezeption zu verabreden. Fraglich ist, ob bei den Asylsuchenden bzw. Asylberechtigten die hierfür benötigten Bedingungen (z. B. die Möglichkeit, Freunde oder Familienmitglieder zu treffen oder das Vorhandensein der technischen Mittel) gegeben sind. Verbunden mit den interaktiven Bedürfnissen ist zudem das Führen von parasozialen Beziehungen. Eine solche würde etwa dann vorliegen, wenn ein Geflohener in Deutschland weiterhin regelmäßig eine bestimmte Sendung rezipiert, die er schon im Vorfeld seiner Flucht regelmäßig in seinem Herkunftsland angesehen hat.

Zur Gruppe der integrativen Bedürfnisse gehören schließlich die Suche nach Identifikation und Rollenvorbildern, die Vermittlung bzw. Bestätigung von Verhaltensmodellen und Werten sowie die Durchführung sozialer Vergleiche (der eigenen Situation mit der Situation von Medienfiguren) bzw. die Orientierung am gesellschaftlichen Meinungsklima (vgl. Schweiger 2007: 81, 131; Kunczik / Zipfel 2001: 345). Ergo könnten sich Geflohene unter diesem Aspekt durch die Nutzung von deutschen Medien die Bestätigung einholen, dass sie sich in Deutschland regelkonform verhalten. Zugleich können sie Parallelen zwischen sich und anderen Asylsuchenden bzw. -berechtigten ziehen, insofern über diese berichtet wird. Wünschenswert wäre es außerdem, wenn sich die Flüchtlinge mit dem in den Medien vermittelten Deutschlandbild

(hierzu zählen z. B. die hierzulande geltenden Normen und Werte) identifizieren können.

Daneben darf der Faktor Zeit bei einer Eruiierung der Mediennutzungsgewohnheiten nicht ausgeklammert werden. So kann es durchaus sein, dass Flüchtlinge aus Langeweile auf Medien zurückgreifen (d. h. sie als Zeitfüller gebrauchen) oder benötigte Informationen online suchen, um die Zeit, die für eine andere Rechercheart aufgebracht werden müsste, zu sparen. Die Zeitverdichtung durch die Parallelnutzung wird nur bei entsprechenden Verfügbarkeiten anderer Medien eine Rolle spielen. Allerdings ist es im Gegensatz hierzu durchaus denkbar, dass vor allem dem Smartphone bei der Strukturierung des Alltags eine relevante Bedeutung zukommt, sofern es beispielsweise zur Routine eines Geflüchteten gehört, jeden Morgen online die Nachrichten aus dem Herkunftsland zu lesen oder zur gleichen Uhrzeit mit Verwandten zu chatten bzw. zu telefonieren.

5.3 Analyserahmen

Da der Uses-and-Gratifications-Ansatz ohne große Umwege auf die Erforschung der Mediennutzung im Flüchtlingskontext angewendet werden kann, um die individuellen Motive der Medienzuwendung abzubilden (vgl. Trebbe 2009: 64), soll dessen Basis dazu genutzt werden, die verschiedenen Faktoren, die bezüglich der aufgestellten Forschungsfragen eine relevante Rolle einnehmen, miteinander zu verknüpfen. Der so entstehende Analyserahmen (vgl. Abb. 3) dient dann als Rahmung für den zu konstruierenden Leitfaden, der für die durchzuführenden Interviews benötigt wird.

Der Ausgangspunkt des Modells wird durch die individuelle Lebenssituation einer Person dargestellt, bei deren Erfassung folgende Merkmale eine Rolle spielen können (vgl. Schweiger 2007: 233):

- die gesellschaftlichen Bedingungen
- das soziale Umfeld
- die Eigenschaften des Rezipienten
- die Medienbewertung und -kompetenz
- sowie die vorhandenen Mediennutzungsmuster.

Im Hinblick auf die *gesellschaftlichen Bedingungen* besitzen vor allem die in Deutschland vorherrschende Pressefreiheit sowie das pluralistische Mediensystem eine relevante Bedeutung für die Mediennutzung, da hierdurch ein breites Medienangebot ermöglicht wird. Die gesellschaftlichen Bedingungen sind ergo eng mit dem politischen System verbunden. Darüber hinaus kann sich mit Blick auf das *soziale Umfeld* die Schaffung bzw. das Vorhandensein von Kultur- und Freizeitangeboten auf den Medienkonsum auswirken. Da Medien, wie bereits erläutert, laut des Nutzen- und Belohnungsansatzes mit anderen Mitteln der Bedürfnisbefriedigung konkurrieren, kann das Fehlen von kulturellen Einrichtungen bzw. von Freizeitmöglichkeiten zu einer verstärkten Mediennutzung führen (vgl. ebd.: 232).

Die *individuellen Rezipienteneigenschaften* lassen sich noch einmal unterteilen in allgemeine Merkmale (z. B. Geschlecht, Alter, persönliche Interessen und Bildungsstand einschließlich vorhandener Sprachkenntnisse), psychologische sowie soziologische Merkmale. Die psychologischen Eigenschaften beziehen sich dabei auf die (langfristigen) Persönlichkeitsmerkmale des Rezipienten, die sein Denken, Fühlen und Verhalten bestimmen. Das heißt, dass sich eine eher ängstliche Person vermutlich andere Fernsehsendungen anschauen wird als ein aggressiver Mensch (vgl. ebd.: 232 f.). Die soziologischen Merkmale umfassen alle Attribute, die durch die gesellschaftliche Position des Individuums sowie das soziale Zusammenleben geprägt sind. So können beispielsweise die persönlichen Einstellungen und Werte „zur Integration innerhalb von Gruppen und zur Abgrenzung gegen andere Gruppen“ dienen (ebd.: 232). Weitere soziologische Spezifika sind der Wohnort, die Religion, der Beruf sowie das Einkommen und das Zeitbudget, welches zur Mediennutzung zur Verfügung steht.

Daneben kann die Mediennutzung durch die *Medienbewertung und -kompetenz* der Rezipienten beeinflusst werden. Unter diesem Blickwinkel ist es zum Beispiel von Bedeutung, wie die Glaubwürdigkeit und Qualität verschiedener Medien bewertet wird. Ferner ist hinsichtlich der Mediennutzungskompetenz interessant, ob den Befragten neben den von ihnen rezipierten Medien auch alternative Angebote (etwa ergänzende resp. andere Medienangebote für Geflüchtete) bekannt sind und ob etwa das am häufigsten konsumierte Medium (z. B. ein be-

stimmter TV-Sender) nur aus Bequemlichkeit weitergenutzt wird (vgl. ebd.: 233). Zuletzt spielen schließlich noch die *Mediennutzungsmuster* bezüglich des Medienkonsums eine entscheidende Rolle. So können sich etwa Nutzungsgewohnheiten oder die Bindung an ein Medium auf das Rezeptionsverhalten auswirken. Nicht zuletzt ist es zudem ein entscheidender Faktor, welche Medien im Besitz der Rezipienten sind bzw. auf welche Medien diese Zugriff haben (vgl. ebd.).

In einem zweiten Schritt führen die soeben beschriebenen individuellen und sozialen bzw. gesellschaftlichen Faktoren zu unterschiedlichen (medialen) Bedürfnissen. Untergliedern lassen sich diese in (vgl. Kunczik / Zipfel 2001: 345):

- kognitive (mediale) Bedürfnisse
- affektive (mediale) Bedürfnisse
- interaktive (mediale) Bedürfnisse und
- integrative (mediale) Bedürfnisse.

Wodurch sich diese im Einzelnen charakterisieren lassen, wurde in Kapitel 5.2 bereits ausführlich dargestellt. Ebenfalls wurde deutlich gemacht, dass die Zeit als zusätzlicher Faktor herangezogen werden kann. So können Medien auch verwendet werden, um Zeit zu füllen, zu sparen, zu verdichten oder zu strukturieren (vgl. Schweiger 2007: 134 f.).

Die sich daran anschließende dritte Komponente des entwickelten Analysemodells ist die Mediennutzung. Um diese zu eruieren, sollen im Rahmen dieser Arbeit verschiedene Aspekte der Medienrezeption abgefragt werden. Angelehnt an Kuhlmann und Wolling (2004: 384) geht es dabei zunächst um die sachliche Ebene, die sich auf die Wahl des Mediums und die rezipierten Inhalte bezieht. Hinsichtlich dessen kann beispielsweise zwischen verschiedenen Medien, Medienarten oder einzelnen Sendungen (bezüglich des Fernsehens oder Radios) und Beiträgen unterschieden werden. Darüber hinaus sind in zeitlicher Hinsicht die Nutzungshäufigkeiten, die Nutzungsdauer sowie gegebenenfalls der Zeitpunkt der Nutzung von Bedeutung. Ferner plädieren Kuhlmann und Wolling dafür, die konkrete Nutzungssituation nicht unbeachtet zu

lassen (vgl. ebd.). Im Fokus steht hierbei vor allem die Frage, wie die Medienrezeption durch die Anwesenheit weiterer Personen (z. B. Haushalts- oder Familienmitglieder) verändert wird. Eine solche Situation tritt etwa dann ein, wenn sich mehrere Personen auf eine TV-Sendung einigen müssen und folglich das Programm angesehen wird, welches ein gemeinsames, konfliktfreies Beisammensein ermöglicht. Daneben kann der Ort des Medienkonsums einen Einfluss auf die Medienwahl ausüben (vgl. ebd.; Bilandzic 2016: 89).

Ausgehend von den Forschungsfragen dieser Dissertation, muss die Erfassung der Mediennutzung um weitere Aspekte ergänzt werden. Zum einen soll ebenfalls die sprachliche Ebene in den Mittelpunkt des Fragebogens rücken. Dabei geht es insbesondere darum, herauszubekommen, ob Medieninhalte, die leicht verständlich sind, häufiger von Flüchtlingen rezipiert werden als andere. Überdies ist zu klären, ob die medialen Angebote, die sich speziell an Asylsuchende bzw. Asylberechtigte richten (z. B. die *Welcome App Germany* oder die *Tagesschau in 100 Sekunden* mit englischen und arabischen Untertiteln) von diesen auch wahrgenommen und genutzt bzw. als hilfreich empfunden werden. Zusätzlich gilt es, zu eruieren, ob sich die Geflüchteten mehr an sie gerichtete Medienangebote wünschen und wie diese gestaltet sein sollten.

Mit dem vierten Element des Analysemodells soll schließlich erforscht werden, inwieweit die befragten Flüchtlinge in Deutschland integriert sind. Die Grundlage hierfür stellen Essers (2000a) Grundprozesse der sozialen Integration – die Kulturation, die Platzierung, die Interaktion und die Identifikation – dar. (Eine ausführliche Erläuterung hierzu folgt im Anschluss in Kapitel 5.4).

Werden nun all die eben beschriebenen Komponenten miteinander verbunden, ergibt sich folgender Analyserahmen:

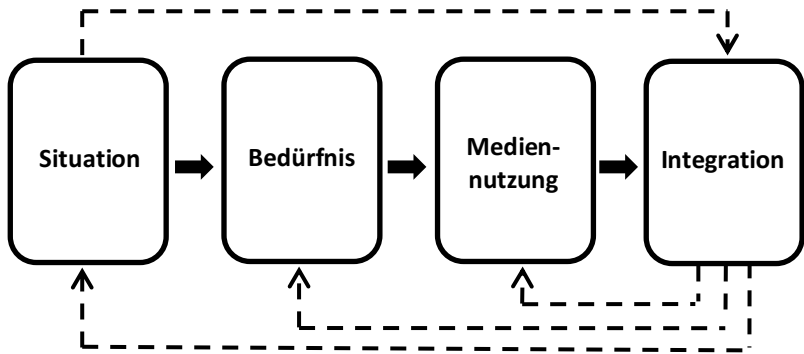


Abbildung 3: Analyserahmen, basierend auf dem Uses-and-Gratifications-Ansatz. Hervorgehoben wurden die Aspekte, auf denen der Schwerpunkt dieser Arbeit liegt. (Eigene Darstellung, modifiziert nach Weiß / Trebbe 2001:5).

Zu beachten ist, dass dieses Modell keine lineare Wirkungskette impliziert, sondern die Integration als eine Variable aufgefasst werden kann, die auf die Lebenssituation, die Bedürfnisse sowie die Mediennutzung des Rezipienten rückwirken kann. Überdies darf nicht vernachlässigt werden, dass die Lebenssituation eines Geflüchteten mit all seinen Faktoren darüber bestimmt, wie gut dieser in Deutschland integriert ist (vgl. Trebbe 2009: 65; Weiß / Trebbe 2001:5).

Während die ersten drei Komplexe des Analyserahmens bereits ausgiebig erläutert wurden, wird im folgenden Abschnitt der letzte Punkt – die Integration – im Zentrum des Interesses stehen.

5.4 Operationalisierung von Integration

In der Vergangenheit wurde viel darüber diskutiert, ob und inwiefern *Integration* empirisch erfasst werden kann. Ein Grund für diese Debatte ist, dass keine einheitliche Definition des Begriffs existiert und er folglich in vielfältiger Weise verwendet bzw. interpretiert wird, was wiederum ein heterogenes Bild der Forschungsbefunde begünstigt (vgl. Vlašić / Brosius 2002: 94). Zudem wird oftmals kritisiert, dass mit der Operationalisierung von *Integration* eine Reduktion der Komplexität der ge-

sellschaftlichen Prozesse einhergeht. Vlašić (2004: 91) betrachtet das allerdings als eine „Begleiterscheinung und Notwendigkeit jedweder Form von abstrahierender Analyse“ und plädiert dafür, den Integrationsbegriff bei der Konzeption empirischer Untersuchungen „vergleichsweise eng zu fassen“. Des Weiteren weist er darauf hin, dass jede Auslegung dieses Terminus stets normativ geprägt ist und daher in Abhängigkeit des Gesellschaftsmodells bzw. der Weltanschauung unterschiedlich ausfallen kann (vgl. ebd.: 190).

Bevor *Integration* im Rahmen der vorliegenden Arbeit operationalisiert wird, soll an dieser Stelle zunächst eine eigene Begriffsbestimmung vorgenommen werden. Hierfür wurde, basierend auf den in Kapitel 3.1.2 vorgestellten Integrationstheorien sowie rekurrierend auf die im Integrationsgesetz verankerten Ziele (Kap. 3.3.2) und das Verständnis von Integration in anderen Studien (Kap. 4) versucht, eine prägnante, zeitgemäße Definition vorzunehmen.

Ein Flüchtling gilt im Rahmen dieser Arbeit dann als erfolgreich integriert,

wenn er hierzulande aktiv am gesellschaftlichen Leben (insbesondere am sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Bereich) partizipiert und sich der Gemeinschaft zugehörig fühlt. Grundvoraussetzungen hierfür sind das Erlernen bzw. Beherrschen der deutschen Sprache sowie das Verstehen und Akzeptieren der freiheitlich demokratischen Grundordnung der Bundesrepublik sowie den darin vermittelten Normen und Werten (z. B. Religionsfreiheit, Achtung der Menschenwürde). Die Eingliederung in die deutsche Gesellschaft muss dabei jedoch nicht mit einem Verlust des Herkunftskontextes einhergehen, sondern stellt – bezogen auf Essers (2000a) Konzept der Sozialintegration – einen Mittelweg zwischen Assimilation und Segmentation dar.

Gleichzeitig wird die Integration als ein wechselseitiger Prozess begriffen, der nur dann umfangreich und langfristig gelingen kann, wenn in der Mehrheitsgesellschaft (d. h. bei der deutschen Bevölkerung) eine Aufnahmebereitschaft für Asylberechtigte vorherrscht.

In einem nächsten Schritt lassen sich nun verschiedene Faktoren bestimmen, mit denen die der Definition entsprechenden Aspekte operationalisiert und in einen Leitfaden eingearbeitet werden können. Untergliedert wurden diese, wie im Folgenden in Tabelle 5 dargestellt, anhand der von Esser (2000a, 2006a) aufgestellten Grundprozessen und Variablen der sozialen Integration.

Grundprozess	Dimension	Faktoren*
Kulturation	Kulturell	- Deutschkenntnisse - Einbindung in einen Verein, regelmäßiger Besuch einer sozialen Einrichtung - Nutzung deutscher Medien - Interesse an der deutschen Kultur - Interesse am aktuellen (politischen) Geschehen in Deutschland - Kenntnisse über deutsche Normen bzw. Werte - Kenntnisse über die deutsche Politik sowie die deutschen Gesetze
Platzierung	Strukturell	- Ausübung eines Berufs, Absolvierung einer Ausbildung oder eines Studiums, Besuch einer Schule - Berufs-/ Studienabschluss - Berufserfahrung - Wohnsituation - Aktueller Aufenthaltsstatus und die damit verbundenen Rechte
Interaktion	Sozial	- Interethnische Kontakte im Alltag - Interethnische Beziehungen (Freundschaften, Partnerschaften) - Gebrauch des Deutschen im Alltag
Identifikation	Emotional	- Anerkennung / Bejahung deutscher Normen und Werte - Anerkennung / Bejahung politischer Entscheidungen und deutscher Gesetze - Realistische bzw. positive Beurteilung der Berichterstattung deutscher Medien über Flüchtlinge - Bleibewunsch, Interesse am Erwerb der dt. Staatsbürgerschaft - Zugehörigkeitsgefühl / Gefühl, von der dt. Gesellschaft akzeptiert zu werden

Tabelle 5: Grundprozesse, Dimensionen und ausgearbeitete Faktoren der Sozialintegration. (Eigene Darstellung, in Anlehnung an Esser 2006a: 27.)

* Die hier dargestellten Faktoren beziehen sich auf die Eingliederung der Geflüchteten in die deutsche Gesellschaft. Im Leitfaden muss als Vergleich bei einigen Aspekten auch die Gegenseite abgefragt werden (z. B. das Interesse am aktuellen Geschehen im Heimatland oder der Gebrauch der Muttersprache im Alltag).

6. Methodik der Datenerhebung und Datenanalyse

An dieser Stelle sollen die Methodik und Durchführung des vorliegenden Dissertationsprojekts erläutert werden. Zu diesem Zweck werden zunächst kurz die Grundzüge der qualitativen Sozialforschung und des Leitfadeninterviews skizziert sowie die Vorgehensweise bei der Leitfadendenkonstruktion expliziert (Kap. 6.1). Im zweiten Teil des Kapitels wird dargelegt, nach welchen Kriterien bzw. auf welchen Wegen die Rekrutierung der Interviewpartner¹⁹ vonstattenging (Kap. 6.2). Anschließend folgen einige Erläuterungen zur Durchführung der Leitfadeninterviews (Kap. 6.3) sowie zu den Problemen, die dabei auftraten (Kap. 6.4). Das Kapitel schließt mit einer Beschreibung der Transkription und Auswertung des erhobenen Datenmaterials (Kap. 6.5).

6.1 Methodik

Da bisher nur wenige Erkenntnisse über den Forschungsgegenstand dieser Arbeit vorliegen, wurde sich dazu entschlossen, eine qualitative Untersuchung durchzuführen. Ein Merkmal der qualitativen Sozialforschung ist, dass hierbei „nichtstandardisierte Methoden der Datenerhebung und interpretative Methoden der Datenauswertung“ zum Einsatz kommen (vgl. Oswald 1997: 75). Im Gegensatz zu den quantitativen Verfahren beziehen sich ebendiese Interpretationen jedoch nicht nur „auf Generalisierungen und Schlussfolgerungen [...], sondern auch auf die Einzelfälle“ (ebd.). Das bedeutet, dass die Lebenswelt des Subjekts inklusive seiner individuellen Sichtweisen, Bedürfnisse und Einstellungen im Mittelpunkt der Analyse steht (vgl. Misoch 2015: 2). Darüber hinaus werden die Aussagen beziehungsweise das Verhalten der Studienteilnehmer als „prozesshafte Ausschnitte der Reproduktion [...] sozialer Realität“ betrachtet und stellen somit keine „statischen Repräsentationen eines unveränderlichen Wirkungszusammenhangs“ dar (Lamnek 2010: 22).

Das Vorgehen in der qualitativen Forschung ist meist induktiv und hypothesengenerierend (vgl. ebd.; Mayer 2013: 24). Dieses Prinzip

¹⁹ Für eine Übersicht der Interviewteilnehmer s. Anhang 1.

der Offenheit bezieht sich dabei auch auf die Gesprächssituation und den Verlauf von Interviews. Die forschungsspezifische Kommunikationssituation sollte sich daher an den kommunikativen Regeln des Alltags sowie den Bedürfnissen der Befragten orientieren (vgl. Rosenthal 2011: 51 ff.; Lamnek 2010: 21).

6.1.1 Das Leitfadeninterview

Eine Form der qualitativen Befragung ist das Leitfadeninterview, welches auch bei der im Rahmen dieser Dissertation durchgeführten Untersuchung zum Einsatz kam. Ein Vorteil des Leitfadeninterviews wird im Allgemeinen darin gesehen, dass es „an die alltägliche Situation des Fragenstellens“ und des Einholens von Informationen in einer Unterhaltung anknüpft, wodurch (anders als bei quantitativen Befragungen) eine offene Gesprächsführung zustande kommt, die den Befragten weite Antwortspielräume gewährt (Diekmann 2010: 439; Schnell / Hill / Esser 2013: 378). Auf diese Weise ist es möglich, auch in kurzer Zeit Details über das Leben und Denken der befragten Personen zu erfahren (vgl. Döring / Bortz 2016a: 357; Lamnek 2010: 311). Gleichwohl sollte nicht vergessen werden, dass es sich trotz der persönlichen Atmosphäre während des Interviews „um eine asymmetrische Kommunikationssituation mit klarer Rollenverteilung“ zwischen dem Interviewer und dem Befragten handelt (Döring / Bortz 2016a: 357). Darum sollte dem Interviewpartner stets das Gefühl vermittelt werden, dass seine Antworten „weder in der Interviewsituation noch später in irgendeiner Weise sanktioniert werden“ (Diekmann 2010: 439).

Des Weiteren sind Leitfadeninterviews dadurch gekennzeichnet, dass ihnen – so, wie es der Name bereits sagt – ein Leitfaden zugrunde liegt. Dieser dient dazu, den zu stellenden Fragen eine Struktur zu geben, das Interview thematisch zu rahmen und die Vergleichbarkeit der gesammelten Daten zu erhöhen. Zudem kann er während der Gesprächssituation vom Interviewer genutzt werden, um sicherzustellen, dass alle forschungsrelevanten Themenkomplexe angesprochen werden (vgl. Misoch 2015: 66; Mayer 2013: 37; Schnell / Hill / Esser 2013: 378). Ergänzt werden können die verbalen Elemente des Leitfadens durch die

Einbindung von Erzählaufforderungen oder den Einsatz diverser Stimuli, wie etwa Filme oder Bilder (vgl. Helfferich 2014: 565).

Je nachdem, wie sehr die Interviewsituation strukturiert sein soll, kann die Unterhaltung mehr oder weniger stark von dem konstruierten Leitfaden abweichen. So sind beispielsweise bei einer starken Strukturierung die Freiheitsspielräume des Interviewers äußerst eingeschränkt; auch Fragen zu Verständnisproblemen sind meist nicht zulässig. Liegt dagegen eine geringe Strukturierung vor, folgt das Gespräch in der Regel „nicht den Fragen des Interviewers, sondern die jeweils nächste Aussage ergibt sich aus den Aussagen des Befragten“ (Atteslander 2008: 125; vgl. auch Helfferich 2014: 566). Ebenfalls flexibel ist die teilstrukturierte Form der Befragung. Bei dieser wird sich zwar an den Fragen des Leitfadens orientiert, die Reihenfolge dieser ist jedoch offen. Zudem besteht die Möglichkeit, einzelne Punkte zu überspringen oder vom Leitfaden leicht abweichende Themen, die sich aus dem Gespräch heraus ergeben, aufzugreifen und weiter zu verfolgen (vgl. Atteslander 2008: 125). Themenferne Ausschweifungen sollten jedoch verhindert werden (vgl. Mayer 2013: 38). Um die Gespräche später auswerten zu können, werden sie in der Regel elektronisch aufgezeichnet (vgl. Schnell / Hill / Esser 2013: 378).

So wie bei allen Befragungstechniken, ergeben sich auch beim Einsatz von Leitfadeninterviews einige Nachteile, auf die an dieser Stelle kurz eingegangen werden soll. Zunächst sei der höhere Zeitaufwand im Vergleich zu standardisierten Befragungen genannt. Je nach Gesprächsbereitschaft, Thematik und Artikulationskompetenz der befragten Person kann ein Interview zwischen 30 Minuten und mehreren Stunden dauern (vgl. Lamnek 2010: 323). Wird die Unterhaltung anschließend transkribiert, muss hierfür ebenfalls ein Zeitraum von mehreren Stunden oder Tagen eingeplant werden. Gleichzeitig bedeutet ein Leitfadeninterview ebenso für die Befragten selbst einen höheren Zeitaufwand als das Ausfüllen eines Fragebogens, was eine geringe Teilnahmebereitschaft zur Folge haben kann. Nicht zu vergessen sind zudem die höheren sprachlichen Anforderungen, die bei einem Face-to-Face-Interview an die Studienteilnehmer gestellt werden (vgl. Schnell / Hill / Esser 2013: 379). Außerdem kann die geringere Anonymität der Live-Situation die Beantwortung heikler Fragen erschweren, was möglicherweise eine

stärkere Verzerrung der Antworten (zum Beispiel im Sinne der sozialen Erwünschtheit) hervorruft (vgl. Döring / Bortz 2016a: 357). Nicht zuletzt kann es bei qualitativen Befragungen zudem zu stärkeren Interviewereinflüssen kommen. Aus diesem Grund sollte der Interviewer stets versuchen, unterstützende Bemerkungen zu machen, ohne die Aussagen der Studienteilnehmer zu bewerten (vgl. Atteslander 2008: 125). Gleichwohl kann aber nie vermieden werden, dass sich ein Befragter Vorstellungen über den Interviewer und dessen Einstellungen macht (vgl. ebd.).

6.1.2 Leitfadenkonstruktion

Mithilfe des Leitfadens kann der Kommunikationsprozess während des Interviews strukturiert werden (vgl. Misoch 2015: 66). Im Rahmen der hier beschriebenen Untersuchung sollte während der Gespräche allerdings dennoch die Möglichkeit bestehen, Fragen auszulassen, ihre Reihenfolge zu variieren oder neue Sachverhalte aufzugreifen. Aus diesem Grund wurde sich für ein teilstrukturiertes Interview entschieden (vgl. Atteslander 2008: 125, 135). Der Aufbau des Leitfadens orientierte sich dabei an dem weiter oben explizierten Analyserahmen und wurde demzufolge in unterschiedliche Themenkomplexe unterteilt (vgl. Kap. 5.3).

Vorangestellt wurden dem ersten Themenblock einige Informationen zur Interviewerin, zum Forschungsprojekt sowie zum Datenschutz (s. Anhang 2). Anschließend wurde sich bei den Geflüchteten erkundigt, ob diese noch Fragen haben. Waren jene nicht vorhanden bzw. geklärt, folgte der erste Themenkomplex, mit dem der biografische Hintergrund sowie die aktuelle Lebenssituation der Befragten thematisiert wurden. Um den Beginn des Gesprächs leicht verständlich zu gestalten und den Studienteilnehmern somit ein gutes und sicheres Gefühl zu vermitteln, wurden zunächst einige demografische Informationen eingeholt. Nachfolgend stand das Lernen des Deutschen im Fokus. Wie bereits in Kapitel 3.3.1 und Kapitel 5.1 erläutert wurde, stellen die Sprachkenntnisse einen relevanten Faktor im Integrationsprozess dar. Ergo war es nicht nur wichtig, zu erfragen, welches Sprachniveau hinsichtlich der deutschen Sprache die Studienteilnehmer vorweisen können und wie gut sie ihre Sprachkenntnisse einschätzen, sondern auch,

wie oft und in welchen Situationen sie von der deutschen Sprache im Alltag Gebrauch machen. Zudem sollte später eruiert werden können, wie leicht bzw. schwer den Flüchtlingen das Lernen des Deutschen fällt und ob es für sie wichtig ist, Deutsch gut sprechen und verstehen zu können. Darüber hinaus enthielt der erste Block Fragen zur Wohnsituation, zum Tagesablauf sowie zur Freizeitgestaltung und zum sozialen Umfeld (insbesondere zu Freund- und Bekanntschaften mit deutschen und ausländischen Personen) der Untersuchungsteilnehmer, um ein besseres Bild von ihrer momentanen Lebenssituation gewinnen zu können.

Der zweite Themenkomplex rekurrierte auf die Mediennutzung und die medialen Bedürfnisse der Interviewpartner. Hierbei wurde zwischen dem Fernsehen, dem Radio, Zeitungen und Zeitschriften sowie dem Internet differenziert. Anfangs wurde zunächst geklärt, ob die Geflüchteten überhaupt Zugang zu dem jeweiligen Medium haben bzw. ob sie dieses nutzen. War dies zutreffend, so folgten weitere Fragen, um herauszubekommen, welche spezifischen Inhalte mithilfe des jeweiligen Mediums rezipiert werden. Auch die Sprache spielte hierbei erneut eine wichtige Rolle, da die entsprechenden Kenntnisse der Flüchtlinge mitbestimmen, wie gut deutsche Medien verstanden werden. Um den Erinnerungsprozess der Geflüchteten unterstützen zu können, stand der Interviewerin an dieser Stelle des Gesprächs ein Ausdruck mit den Logos der acht deutschen TV-Sender mit dem höchsten Marktanteil (ARD, ZDF, RTL, *ProSieben*, SAT.1, VOX, RTL II und *kabel eins*; vgl. AGF 2017) bzw. ausgewählten deutschsprachigen Zeitungen und Zeitschriften als Stimulus zur Verfügung. Letzterer zeigte mit den Logos der *Bild*, der *Frankfurter Allgemeinen*, der *Süddeutschen Zeitung* sowie der *Welt* und der *taz* fünf der auflagestärksten überregionalen Tageszeitungen (vgl. statista 2017). Zusätzlich wurden dem Ausdruck die Logos der Zeitschriften *Stern* und *Spiegel* hinzugefügt sowie die *Thüringer Allgemeine* und *Freie Presse* als Exempel regionaler Tageszeitungen für die Interviews in Thüringen bzw. Sachsen ergänzt. Im Abschnitt zur Internetnutzung lag außerdem ein Schwerpunkt auf den Social Media-Aktivitäten der Befragten, da es aufgrund anderer Studienergebnisse (vgl. Kap. 4.4.2) nahelag, dass diese einen nicht zu unterschätzenden Anteil der Internetnutzung ausmachen.

Gleichzeitig sollte in dieser Phase des Interviews versucht werden, durch gezieltes Nachfragen die Mediennutzungsmotive der Geflüchteten zur Sprache zu bringen. Waren diese nicht deutlich erkennbar, so wurde im Anschluss noch einmal spezifischer nach den Gründen der Medienrezeption sowie nach eventuell vorhandenen Mediennutzungsmustern gefragt.

Nachfolgend standen die Medien im Mittelpunkt, die entweder von Deutschen, von den Flüchtlingen selbst oder von anderen Ausländern speziell für Geflohene und andere Migranten produziert werden. Hierbei sollte insbesondere darüber gesprochen werden, welche dieser Medienarten den Interviewpartnern bekannt sind bzw. von diesen genutzt werden. Anschließend wurde sich noch einmal über das generelle Informationsbedürfnis der Studienteilnehmer erkundigt, um zu der Fragestellung übergehen zu können, ob die Medien ihnen dabei helfen, etwas über die deutsche Kultur zu lernen. Danach sah der Leitfaden vor, die Interviewpartner zu fragen, wie sie die Medienberichterstattung über Flüchtlinge bzw. ihr Heimatland einschätzen und ob sie diese für glaubwürdig halten. Am Ende des Themenkomplexes wurden die Befragten selbst in die Rolle eines Journalisten versetzt. Auf diese Weise sollten Informationen darüber gewonnen werden, was sich die Geflohenen von den deutschen Medien wünschen.

Im dritten Block des Leitfadens standen schließlich die Aspekte der Integration im Zentrum des Interesses, die durch das Sprechen über die aktuelle Lebenssituation und das Mediennutzungsverhalten sowie den dahinterstehenden Bedürfnissen noch nicht erfasst werden konnten. Ein Faktor, der dabei im Hinblick auf die im Vorfeld vorgenommene Operationalisierung des Begriffs *Integration* (vgl. Kap. 5.4) noch nicht beleuchtet wurde, waren die Kenntnisse über das politische System des Aufnahmelandes. Daher wurde neben dem Politikinteresse auch das Wissen inkl. der Meinung der Interviewteilnehmer über das deutsche Grundgesetz (zumindest ansatzweise) abgefragt. Verbunden mit dieser Thematik sind zudem die Rechte und Pflichten, die die Geflüchteten in Abhängigkeit von ihrem jeweiligen Aufenthaltsstatus in der Bundesrepublik haben und kennen sollten; ergo wurden diese ebenfalls angesprochen. Die anschließenden Fragen zielten noch einmal auf die emotionale Dimension der Integration ab. Hierbei ging es unter anderem

darum, zu erfahren, was den Geflüchteten an Deutschland gefällt bzw. nicht gefällt. Zudem wurden die Befragten dazu aufgefordert, den Begriff *Integration* mit ihren eigenen Worten zu definieren. Da in der Literatur empfohlen wird, heikle Fragen an das Ende eines Gesprächs zu setzen (vgl. Klöckner / Friedrichs 2014: 677), wurden zum Abschluss das Zugehörigkeitsgefühl der Flüchtlinge zur deutschen Gesellschaft, ihr aktueller Aufenthaltsstatus sowie ihre Bleibeperspektive resp. ihr Bleibewunsch thematisiert.

Danach folgte der Ausstieg aus dem Interview. An dieser Stelle bekamen die Flüchtlinge die Gelegenheit, Themen anzusprechen, die ihres Erachtens nach im Interview zu kurz kamen oder fehlten. Abschließend bedankte sich die Forscherin für die Teilnahmebereitschaft und verabschiedete sich von den Befragten.

Insgesamt umfasst der erstellte Leitfaden 16 Seiten und erscheint somit auf den ersten Blick recht lang. Der Umfang relativiert sich allerdings deutlich, wenn man bedenkt, dass durch eine Vielzahl eingebauter Filterfragen in keinem Interview alle Punkte abgearbeitet wurden. Ferner wurde bei der Konstruktion darauf geachtet, dass möglichst viele Fragen offen, kurz und mit einfachen Worten formuliert werden. Letzteres war vor allem aufgrund der eher gering zu erwartenden Deutschkenntnisse der Geflüchteten von Bedeutung. Darüber hinaus wurde mit kurzen Überleitungstexten zwischen den verschiedenen thematischen Abschnitten versucht, die Verständlichkeit der Fragen zu fördern. Die Verwendung der „Du“-Form sollte zusätzlich zu einer Lockerung der Interviewatmosphäre und dem Aufbau von Nähe führen. Nach der Fertigstellung des Leitfadens wurde dieser ins Englische übersetzt, um auch bei einer Durchführung der Interviews in dieser Sprache die Richtigkeit der Fragen bzw. die Vergleichbarkeit der Ergebnisse gewährleisten zu können.

6.2 Rekrutierung der Interviewpartner

Während sich die quantitative Sozialforschung dadurch auszeichnet, dass eine möglichst große Anzahl von Personen auf der Grundlage von Zufallsstichproben befragt wird, beruht die qualitative Forschung auf einer intensiven interpretativen Analyse von Einzelfällen (vgl. Kelle /

Kluge 1999: 39). Statt der statistischen Repräsentativität ist ergo vielmehr die Angemessenheit der Auswahl der Studienteilnehmer bezüglich der Forschungsfrage entscheidend. Um diese sicherzustellen, werden in qualitativen Untersuchungen bewusste Auswahlverfahren eingesetzt (vgl. Lamnek 2010: 169, 172). Da die Befragten bei den im Rahmen der vorliegenden Arbeit durchgeführten Interviews unter anderem über ihre aktuelle persönliche Situation sprechen sollten und dies ein gewisses Maß an Vertrauen gegenüber dem Forscher voraussetzt, erfolgte die Rekrutierung größtenteils über Gatekeeper. Darüber hinaus wurde auf das Schneeballverfahren sowie die direkte Recherche zurückgegriffen.

Wie bei jedem bewussten Auswahlverfahren wurden auch hierfür zunächst bestimmte Kriterien festgelegt, die die zu befragenden Personen erfüllen sollten. Der wichtigste Punkt war dabei, dass die Interviewpartner der zuvor eigens aufgestellten Definition eines Flüchtlings entsprechen sollten (vgl. Kap. 2.1.3). Darüber hinaus sollte sich die Gruppe der Befragten durch Geflüchtete unterschiedlichen Alters (allerdings ohne Minderjährige) sowie verschiedener Herkunftsländer und Sprachniveaus auszeichnen. Außerdem war beabsichtigt, dass nicht alle Studienteilnehmer den gleichen Wohnort haben, weil nicht ausgeschlossen werden konnte, dass die Zugangsmöglichkeiten zu bestimmten Medien (z. B. zu gedruckten ausländischen Zeitungen) auch von der Größe der Stadt abhängig sind. Ferner war angestrebt, etwa gleich viele Männer und Frauen zu befragen. Dieser Anspruch musste jedoch letztlich als einziger verworfen werden. Im Wesentlichen beruhte dies auf zwei Gründen: Zum einen zeigte sich eine generelle Unterrepräsentation von Frauen in den für die Rekrutierung besuchten Sprachkursen und bei diversen Veranstaltungen von Flüchtlingsorganisationen; zum anderen waren die wenigen angetroffenen Frauen nur selten dazu bereit, an der Studie teilzunehmen. Ursachen hierfür könnten in den Persönlichkeitsmerkmalen oder der Kultur der entsprechenden Personen zu finden sein (vgl. Bachleitner / Weichbold / Aschauer 2010: 19). Daneben ist es denkbar, dass generell kein Interesse am Thema oder keine zeitlichen Ressourcen vorhanden waren. Um dennoch Frauen für ein Interview gewinnen zu können, wurde ihnen das Angebot unterbreitet, die Gespräche gemeinsam mit einer anderen geflüchteten Person

durchzuführen. Somit konnte die Anzahl der Befragten durch einige weibliche Befragte erweitert werden (vgl. Kap. 6.3).

Prinzipiell wurde versucht, die Angst vor negativen Konsequenzen seitens der Studienteilnehmer durch die Zusicherung von Anonymität und Datenschutz abzubauen. Dies war nicht nur gegenüber den Flüchtlingen wichtig, sondern ebenso bei den Vorgesprächen mit den Mitarbeitern der verschiedenen Bildungseinrichtungen und Flüchtlingsorganisationen. Die geplante Zusammenarbeit mit diesen gestaltete sich schwieriger als zunächst angenommen, da nur wenige die Bereitschaft für eine Kooperation zeigten. Als Gründe hierfür wurden allerdings nicht immer fehlendes Interesse, sondern auch organisatorische Dinge angeführt. Letztendlich erteilten jedoch drei Institutionen die Zusage für eine Zusammenarbeit: ein Bildungswerk in Jena, eine Berufsschule in Arnstadt sowie eine staatliche Schule in Breitenbrunn. (Für Letztere war neben der Erlaubnis der Schulleiterin zudem eine Antragstellung bei der Sächsischen Bildungsagentur notwendig.) Die Leiter bzw. Mitarbeiter der Institutionen erwiesen sich im Laufe der empirischen Phase als wertvolle Gatekeeper, weil durch diese insbesondere der Zugang zu den Flüchtlingen, die in einer kleinen Stadt leben, geschaffen wurde. Da in ebendiesen Orten keine sozialen Einrichtungen bzw. Organisationen speziell für Geflüchtete vorzufinden sind, hätten entsprechende Interviewpartner ohne die erfolgten Vermittlungen nur schwer ausfindig gemacht werden können.

Als Nachteil der Rekrutierung über Gatekeeper wird oft angeführt, dass diese selbst das Forschungsfeld selektieren, indem sie die Personen auswählen, mit denen der Forscher in Kontakt treten darf (vgl. Kruse 2015: 252; Kruse et al. 2012: 32; Helfferich 2011: 175). Im vorliegenden Fall wurde jedoch in der Regel so vorgegangen, dass die Forscherin sich selbst sowie ihr Projekt vor den eigentlichen Leitfadenterviews in den entsprechenden Klassen der Bildungseinrichtungen vorstellte und auftretende Fragen beantwortete. Hierbei wurde das Thema der Mediennutzung in den Fokus gerückt, sodass im Vorfeld keine Informationen zu den anderen Fragestellungen (wie etwa dem Aspekt der Integration) bekannt wurden. Anschließend wurde mit den Flüchtlingen, die zu einem Interview bereit waren, ein Termin für ebendieses vereinbart.

Darüber hinaus wurde die Möglichkeit der direkten Recherche genutzt. Diese geht üblicherweise etwa über Internetforen oder durch das Verteilen von Flyern vonstatten (vgl. Kruse 2015: 253; Helfferich 2011: 176). Nachdem sich jedoch durch Aushänge in der Universität sowie Aufrufe in diversen *Facebook*-Gruppen keine geeigneten Interviewpartner finden ließen, besuchte die Forscherin verschiedene Gruppentreffen von Flüchtlingsorganisationen, um potenzielle Studienteilnehmer direkt anzusprechen. Mittels dieses Vorgehens konnten einige weitere Personen rekrutiert werden. Hierfür musste aber deutlich mehr Überzeugungsarbeit geleistet werden als bei dem Besuch der Bildungseinrichtungen, da kein Schulleiter bzw. Lehrer die Vertrauenswürdigkeit der Forscherin bestätigen konnte. Allerdings galt auch hier das Prinzip, nicht zu viele Informationen zu den Forschungsfragen der Studie preiszugeben.

Als dritter Weg der Rekrutierung wurde das Schneeballverfahren ausgewählt. Dieses wird oftmals dann eingesetzt, wenn wie im Fall der vorliegenden Dissertation Angehörige „seltener Populationen“ befragt werden sollen (Schnell / Hill / Esser 2013: 292; Misoch 2015: 194). Das Vorgehen gestaltet sich folgendermaßen: „Beim Schneeballsystem werden Personen, die man kennt, gefragt, ob sie Personen kennen, die bestimmte Kriterien für die Interviewteilnahme erfüllen“ und folglich im Zuge der Studie befragt werden könnten (Helfferich 2011: 176). Ein Vorteil dieser Vorgehensweise wird in der Möglichkeit gesehen, dass die Suche nach Interviewpartnern durch die Festlegung spezieller Merkmale gezielter gestaltet werden kann als bei anderen Auswahlverfahren (vgl. ebd.; Misoch 2015: 193). Zudem kann sich ein bestehendes Vertrauensverhältnis zwischen der rekrutierten Person und der Person, die diese vorgeschlagen hat, positiv auf das Interview auswirken. Problematisch ist dagegen, dass die die Empfehlung aussprechende Person bereits selbst eine (bewusste oder unbewusste) Vorselektion vornimmt, „indem sie bestimmte Personen nennt und andere wiederum nicht nennt“ (Misoch 2015: 195). Darüber hinaus kann es passieren, dass die Rekrutierungskreise zu homogen bleiben (vgl. Helfferich 2011: 176). Im Rahmen der hier dargelegten Untersuchung wurden für das Schneeballsystem Flüchtlinge kontaktiert, die der Forscherin durch ihre ehemalige Arbeitsstelle im Volkshochschulverband bekannt waren. Meldeten

sich diese zurück, erhielten sie nähere Informationen darüber, welche Kriterien die zu befragenden Personen erfüllen müssen. Entstand daraufhin ein Kontakt mit einem potenziellen Studienteilnehmer, wurde mit diesem in der Regel ein kurzes Gespräch geführt, um die Rahmenbedingungen festzulegen und eine Vertrauensbasis für die Durchführung der Interviews zu schaffen. Selbstredend wurde sowohl bei den der Forscherin bekannten als auch den ihr unbekannten Personen darauf geachtet, keine detaillierten Hinweise zu den Fragestellungen der Dissertation preiszugeben.

6.3 Durchführung der Interviews

Die eben beschriebenen Rekrutierungsstrategien erwiesen sich als guter Weg, um eine ausreichende Anzahl an Interviewpartnern für den empirischen Teil dieser Dissertation zu gewinnen. Bevor allerdings mit dem Fragebogen ins Feld gegangen wurde, fand zunächst ein Pretest statt. Der hierzu ausgewählte Geflüchtete wurde über das Schneeballverfahren rekrutiert, war männlich, 33 Jahre alt und stammt aus dem Irak. Während des Gesprächs wurde insbesondere darauf geachtet, dass der Leitfaden sinnvoll strukturiert bzw. gut handhabbar ist, alle Fragen vom Interviewten verstanden werden und die Tonaufzeichnung eine gute Qualität aufweist. Insgesamt dauerte das Interview 69 Minuten. Da dies als guter Wert angesehen wurde, war es nicht nötig, den Leitfaden zu kürzen oder weiter auszubauen. Änderungsbedarf gab es hingegen bei der Reihenfolge und Formulierung einiger Fragen. Weil jedoch keine größeren Korrekturen nötig waren, wurde entschieden, das Pretest-Interview ebenfalls in die spätere Auswertung einzubeziehen.

Im Zeitraum vom 21. Januar 2017 bis 30. März 2017 wurden dann weitere 26 Flüchtlinge in Form von 11 Einzel- und 8 Doppelinterviews Face-to-Face befragt (s. Anhang 1). Davon sind fünf Personen weiblichen Geschlechts. Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 26 Jahren, die Altersspanne reicht von 18 Jahren bis 38 Jahren. Ein Großteil der Gesprächspartner stammt aus Syrien (17 Personen), acht flüchteten aus Afghanistan und ein Befragter hat seine Wurzeln in Eritrea. Den Irak gab lediglich die beim Pretest befragte Person als Heimatland an. Die Zusammensetzung der Studienteilnehmer entspricht somit

nicht exakt der offiziellen Asylgeschäftsstatistik des BAMF (2016e), ähnelt dieser aber in wesentlichen Zügen (vgl. Kap. 2.3.4).

Die damals aktuellen Wohnorte der Geflüchteten befanden sich in Thüringen und Sachsen. Unter ihnen waren sowohl sehr kleine Orte (z. B. Stadtilm, Pößneck oder Neustadt an der Orla) als auch mittelgroße Städte (wie Ilmenau) und Großstädte (beispielsweise Erfurt und Leipzig) vertreten. In Deutschland lebten die meisten der Geflohenen zum Zeitpunkt der Befragung zwischen ein und zwei Jahren, zwei Personen bereits seit über drei Jahren. Das Sprachniveau erstreckte sich von A2 bis B2. Um dieses zu ermitteln, wurden die Interviewpartner – wie weiter oben erläutert – zu Beginn des Gesprächs gefragt, ob sie gerade in einen Sprach- oder Integrationskurs eingebunden sind bzw. einen solchen abgeschlossen haben (vgl. Kap. 6.1.2; Anhang 2). War dies der Fall, so wurde das Sprachniveau bei der vorherigen Stufe festgesetzt. Besuchte ein Flüchtling also beispielsweise aktuell einen Integrationskurs auf dem Niveau B1, so wurde das zuvor abgeschlossene A2-Level als aktuelles Sprachniveau festgehalten. Dies ist damit zu begründen, dass sich die Befragten sowohl noch am Beginn als auch am Ende einer Sprachlernstufe befinden konnten. Folglich war es möglich, dass ihre Deutschkenntnisse trotz eines Kurses auf dem gleichen Sprachniveau sehr unterschiedlich ausfallen können. Hatten die Studienteilnehmer noch nie einen Integrations- oder Sprachkurs besucht, wurde ihr Sprachniveau von der Interviewerin (auf der Basis ihrer Kenntnisse durch die Arbeit als Dozentin für *Deutsch als Zweitsprache*²⁰) eingeschätzt. Die Dauer der Interviews war sehr unterschiedlich; meist erstreckten sie sich jedoch mindestens über eine Stunde. Das kürzeste Einzelinterview war nach 36 Minuten abgeschlossen, das längste nach 97 Minuten. Bei den Doppelinterviews dauerte das kürzeste 44 Minuten und das längste 82 Minuten.

Die Intervieworte wurden entweder von den Befragten selbst ausgewählt oder von der jeweiligen Institution vorgegeben. Sofern dies

²⁰ Die Verfasserin dieser Dissertation unterrichtete von November 2015 bis Februar 2016 an der Volkshochschule Arnstadt einen Sprachkurs für Geflüchtete. Zudem ist sie seit Oktober 2015 als Dozentin in den Fachbereichen *Deutsch als Fremdsprache* und *Deutsch als Zweitsprache* tätig.

genehmigt wurde, erfolgten die Gespräche mit den durch das Gatekeeper-Verfahren gewonnenen Geflüchteten während ihrer Unterrichtszeit. In anderen Fällen wurde sich für den Nachmittag verabredet. Die Interviews mit den Personen, die durch direkte Recherche oder das Schneeballverfahren rekrutiert wurden, fanden entweder im Arbeitsraum einer Bibliothek oder direkt bei ihnen zu Hause statt. Letzteres hatte den Vorteil, dass sich die Studienteilnehmer in einer vertrauten Atmosphäre aufhielten. In einem Fall war jedoch zusätzlich zur Interviewerin eine weitere Besucherin anwesend, die sich zuweilen in das Interview einschaltete.

Interviewausfälle traten nicht ein. Allerdings kam es vor, dass Gesprächstermine von den Geflohenen oder den Schulleitern kurzfristig um einige Stunden bzw. Tage verschoben wurden. Der Einsatz eines Übersetzers wäre daher nur schwer zu realisieren gewesen. Ein weiterer Grund, weshalb auf einen Dolmetscher verzichtet wurde, sind die verschiedenen Muttersprachen der Flüchtlinge (z. B. Persisch, Kurdisch oder Tigrinisch). Da es nahezu unmöglich ist, eine Person zu finden, die neben Deutsch (oder Englisch) alle infrage kommenden Heimatsprachen der Geflüchteten spricht, hätte unter großem Mehraufwand auf verschiedene Übersetzer zurückgegriffen werden müssen. Ferner ist umstritten, ob die Einbindung eines Dolmetschers in die Erhebungssituation einer wissenschaftlichen Untersuchung förderlich oder hinderlich ist, weil sich dessen Anwesenheit negativ auf die Vertrauensbeziehung zwischen Interviewer und Interviewtem auswirken kann. Zuweilen wird überdies darauf hingewiesen, dass die Zusammenarbeit mit Übersetzern zu einem Qualitätsverlust hinsichtlich der Untersuchungsergebnisse führen kann, wenn diese keine fachlichen und methodischen Kenntnisse vorweisen können bzw. nicht in den Forschungsprozess eingebunden werden (vgl. Kruse et al. 2012: 34f., 57 ff.). Des Weiteren ist bekannt, dass sprachliche Defizite seitens der Gesprächspartner nicht zwangsläufig „kommunikativ ins Gewicht fallen, [...] also keine Behinderung der Kommunikation darstellen [müssen]“ (Berkenbusch 2012: 241). So wird beispielsweise auch bei einer fehlerhaften Grammatik deutlich, was der Befragte mitteilen möchte.

Den Interviewpartnern der hier beschriebenen Studie wurde freigestellt, ob sie in Deutsch oder Englisch antworten möchten. Auch

ein Wechsel zwischen den beiden Sprachen war jederzeit möglich. Nahezu alle Flüchtlinge entschieden sich dazu, das Interview in deutscher Sprache zu beginnen. Wie aus dem weiteren Verlauf der Gespräche deutlich wurde, lässt sich dies unter anderem damit begründen, dass die deutsche Sprache von den meisten Interviewpartnern besser beherrscht wurde als die Englische, weil sie ohnehin jeden Tag zur alltäglichen Kommunikation und / oder im Sprachunterricht genutzt wird. Hinzu kommt, dass die englische Sprache von einigen Befragten nie gelernt wurde. Den Flüchtlingen, deren Deutschkenntnisse eher gering eingeschätzt wurden (und die auch die englische Sprache nicht beherrschten), wurde das Angebot unterbreitet, die Unterhaltung zu dritt (das heißt mit der Interviewerin und einem weiteren Interviewpartner) zu führen. Auf diese Weise war es den Geflüchteten möglich, sich die Fragen und Antworten gegenseitig in ihre Muttersprache bzw. zurück ins Deutsche zu übersetzen. Zugleich schien es insbesondere den weiblichen Befragten Sicherheit zu vermitteln, wenn eine weitere Person während des Interviews anwesend war. Allerdings kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Anwesenheit eines zweiten Gesprächspartners bei den Befragten zugleich Hemmnisse aufbaute, private Informationen preiszugeben oder die eigene Meinung zu vertreten.

Fand das Interview nicht bei den Geflohenen zu Hause statt, wurde der Durchführungsort einige Minuten zuvor von der Interviewerin vorbereitet. Hierzu gehörte, dass das Mikrofon aufgestellt, an den Laptop angeschlossen und die Aufnahmequalität getestet wurde. Zudem wurde, insofern dies möglich war, eine Sitzanordnung gewählt, bei der sich die Interviewerin und die befragte(n) Person(en) an einem Tisch schräg gegenüber saßen. Nach dem Eintreffen des Interviewpartners bzw. der beiden Interviewpartner wurde versucht, durch ein wenig Smalltalk und das Anbieten des „Du“ eine offene, entspannte Atmosphäre zu schaffen. Besuchte die Interviewerin die Studienteilnehmer in deren Wohnung, war die Begrüßungsphase meist etwas länger, da der Aufbau des technischen Equipments in ebendiese integriert werden musste. Anschließend wurde von allen Befragten die Genehmigung für die Aufzeichnung und Verwendung des Gesprächs eingeholt; hierbei fand auch die Anonymisierung der Daten noch einmal Erwähnung.

Während des Gesprächs wurde seitens der Forscherin eine gelockerte Form des neutralen Interviewverhaltens angestrebt (vgl. Diekmann 2010: 439 f.; Atteslander 2008: 126 ff.). Um die Befragten in ihrem Verhalten nicht zu beeinflussen und die Vergleichbarkeit der Informationen zu erhöhen, hielt die Interviewerin ihre eigene Meinung stets zurück. Gleichzeitig wurde jedoch versucht, den Flüchtlingen zu vermitteln, dass ihre Gefühle ernst genommen werden. So wurde beispielsweise gelacht, wenn diese etwas Lustiges erzählten. Löste eine Frage bei einem Interviewpartner eine zu große negative Emotion hervor oder wollte er nicht antworten, so wurde in der Regel nicht weiter nachgefragt und zum nächsten Thema übergegangen. Derartige Situationen traten allerdings nur selten auf und bezogen sich meist auf Erinnerungen an das Heimatland der Geflohenen. Zudem wurden Aussagen wie „Ich weiß nicht“ akzeptiert, um die Befragten nicht zu einer falschen Antwort zu zwingen.

Ergänzend zur Tonaufzeichnung wurde parallel bzw. im Anschluss an das Gespräch ein Protokoll angefertigt. Hierin wurden neben Datum und Ort des jeweiligen Interviews ebenfalls Notizen zur Atmosphäre und zu demografischen Angaben festgehalten. Zudem wurden die Deutschkenntnisse der Studienteilnehmer durch die Interviewerin eingeschätzt. Während der Interviewsituation wurden insbesondere Gesten wie Nicken oder Kopfschütteln schriftlich festgehalten, um diese später dem Transkript hinzuzufügen.

Nach dem Interview folgte eine kurze Verabschiedung. Überdies erhielten die Geflüchteten die Möglichkeit, eine Visitenkarte der Forscherin für eventuelle, später auftretende Fragen mitzunehmen.

6.4 Probleme bei der Durchführung

Trotz sorgfältiger Vorbereitung der Interviews ließen sich während der Durchführung auftretende Probleme nicht vollständig vermeiden. Außerdem kann nicht ausgeschlossen werden, dass das Interviewverhalten der Befragten durch diverse Faktoren beeinflusst wurde.

Um die äußeren Einflussfaktoren so gering wie möglich zu halten, wurde mittels eines ruhigen Intervieworts sowie ausreichend Zeit seitens der Interviewerin und der Befragten stets für günstige Rahmen-

bedingungen gesorgt. Abgesehen von diesen Dingen können sich aber auch die Eigenschaften des Interviewers (z. B. sein Geschlecht, seine Ethnie, die Körpersprache sowie sein verbales Verhalten) auf die Antworten der Studienteilnehmer auswirken (vgl. Brosius / Haas / Koschel 2016: 126; Glantz / Michael 2014: 316). Darum sollten die persönlichen Merkmale der Forscherin mit einem neutralen Interviewverhalten in den Hintergrund gerückt werden.

Weniger Einfluss konnte demgegenüber auf die generelle Erinnerungsleistung der Geflüchteten genommen werden. So sind zurückliegende Ereignisse und Aktivitäten in der Regel „nur unscharf im Gedächtnis gespeichert“ und die Genauigkeit der Antworten auf retropektive Fragen von den verfügbaren Gedächtnisinhalten abhängig (Diekmann 2010: 445; Bachleitner / Weichbold / Aschauer 2010: 20). Auch während der Interviews fiel auf, dass es einigen Geflüchteten schwerfiel, ihr Mediennutzungsverhalten detailliert zu beschreiben. Durch das getrennte Abfragen verschiedener Medienarten (Fernsehen, Radio, Print und Internet mit dem Schwerpunkt Social Media) wurde jedoch versucht, das Rezeptionsverhalten möglichst genau zu erfassen. Dennoch kann nicht ausgeschlossen werden, dass hinsichtlich der Mediennutzung unvollständige Angaben von den Studienteilnehmern gemacht wurden.

Eine weitere Schwierigkeit, die im Zuge von Befragungen häufig auftritt, ist die Neigung von Menschen, Antworten zu geben, die ihres Erachtens nach den sozialen Normen entsprechen (vgl. Schnell / Hill / Esser 2013: 347; Raab-Steiner / Benesch 2008: 60). Der Grund hierfür wird auf die Tatsache zurückgeführt, dass Untersuchungsteilnehmer „nur ungern eine sozial nicht akzeptierte Meinung äußern“, die eine gesellschaftliche Isolierung zur Folge haben könnte (Brosius / Haas / Koschel 2016: 92). Obwohl den Befragten der hier beschriebenen Studie im Vorfeld mehrmals versichert wurde, dass im Anschluss an das Interview alle Daten anonymisiert werden, wurde der Effekt der sozialen Erwünschtheit möglicherweise dennoch durch die Furcht vor negativen Konsequenzen (z. B. der generell vorherrschenden Angst vor einer Abschiebung) verstärkt. In diesem Zusammenhang fiel der Forscherin zuweilen auch die Zustimmungstendenz (Akquieszenz) von einigen Geflüchteten auf. Dies war etwa bei der Frage der Fall, ob sich

die Befragten in Deutschland integriert fühlen. Bei dieser antworteten auch einige der Personen mit „ja“, die laut ihrer eigenen Definition des Begriffs Integration noch nicht in die deutsche Gesellschaft eingegliedert waren.

Des Weiteren kann die Meinungslosigkeit von Befragten ein Problem der sozialen Erwünschtheit darstellen (vgl. Schnell / Hill / Esser 2013: 347). Dabei versuchen die Interviewpartner durch eine Verweigerung der Antwort bzw. durch eine angebliche Meinungslosigkeit unangenehme Fragen zu umgehen „oder sozial unerwünschte Eigenschaften abzustreiten“ (ebd.). Deutlich wurde dieses Problem im Zuge des durchgeführten Promotionsprojekts insbesondere bei der Frage, was den Geflohenen an Deutschland nicht gefällt. Als Antwort wurde oft nichts oder lediglich das Wetter genannt (vgl. Kap. 7.1.10). Ferner ist es denkbar, dass die Gegenwart eines zweiten Flüchtlings bei den Doppelinterviews bzw. in einem Fall das Beisein der Lebenspartnerin während des Gesprächs das Antwortverhalten verzerrt hat, da eventuell auftretenden Konflikten aus dem Weg gegangen werden wollte (vgl. ebd.: 129). So sagte etwa Djamal, dessen Lebensgefährtin während des Gesprächs anwesend war, dass er nicht mehr in sein Heimatland zurückkehren wolle. Bei den Doppelinterviews fiel dagegen zuweilen auf, dass sich die Gesprächspartner oftmals gegenseitig zustimmten.

Zuletzt sei schließlich die Sprachbarriere als Faktor genannt, der sich während der geführten Interviews hin und wieder als problematisch erwies. Dies trifft vor allem auf die Gespräche mit den Personen zu, die nur geringe Deutschkenntnisse nachweisen konnten. Durch einen Wechsel der Sprache vom Deutschen ins Englische bzw. vom Englischen ins Deutsche sowie dem Umformulieren von Sätzen konnte jedoch großen Datenverlusten entgegengewirkt werden. Zudem stellte es sich als Vorteil heraus, die Gespräche teilweise als Doppelinterviews durchzuführen, sodass sich die Befragten untereinander beim Verstehen und Beantworten der Fragen unterstützen konnten. Dass aufgrund der unterschiedlichen Sprachen dennoch einzelne Aspekte der Erzählungen der Interviewpartner nicht erfasst werden konnten, war nicht vermeidbar. So kam es beispielsweise immer wieder vor, dass einem Befragten weder die deutsche noch die englische Übersetzung für ein Wort einfiel und die Aussage dann umschrieben oder weggelassen wur-

de. Da jede Übersetzung jedoch immer auch mit einer Interpretation der jeweiligen Aussage verbunden ist, hätte der Einsatz eines Übersetzers zur Vermeidung dieses Problems neben den bereits erwähnten Nachteilen möglicherweise Fehler bei der Analyse des Datenmaterials mit sich gebracht (vgl. Kruse et al. 2012: 45, 48; Kap. 6.3). Zudem wäre für die Forscherin nicht überprüfbar gewesen, wie exakt ihre Fragen bzw. die Antworten der Interviewpartner von einem Dolmetscher übersetzt werden.

6.5 Transkription und Auswertung

Nach der Durchführung wurden das erhobene Datenmaterial transkribiert. Hierfür musste zu Beginn festgelegt werden, welche verbalen und nonverbalen Bestandteile der durchgeführten Interviews für die Beantwortung der Forschungsfragen relevant sind und welche im Gegensatz hierzu nicht verschriftlicht werden müssen. Im Anschluss folgte die Auswertung der Transkripte, bei der sich für eine deduktiv-induktive Verfahrensweise entschieden wurde.

6.5.1 Transkription

Bevor die aufgezeichneten Interviews analysiert werden konnten, mussten sie zunächst transkribiert werden. Um hierbei keine wichtigen Aussagen zu übersehen, wurde sich für eine Volltranskription entschieden. Diese ist dadurch gekennzeichnet, dass für alle Audioaufzeichnungen eine vollständige Textfassung angefertigt wird (vgl. Döring / Bortz 2016b: 583). Zugunsten der Lesbarkeit wurde bei den Transkripten weitestgehend auf die Verschriftlichung linguistischer und paraverbaler Details wie etwa Betonungen oder Tonhöhen verzichtet, zumal die Auswertung ohnehin auf die inhaltliche Ebene des Gesagten abzielte (vgl. Kuckartz 2014: 136; Fuß / Karbach 2014: 57; Gläser / Laudel 2010: 193 f.). Ausnahmen galten für nonverbale Elemente, die für die spätere Interpretation von Bedeutung waren. So antworteten beispielsweise manche der Befragten nicht mit „ja“ oder „nein“, sondern nickten mit dem Kopf bzw. schüttelten diesen. Derartige Äußerungen wurden, ebenso wie Störungen während des Interviews, nicht verstandene Wörter und

langes Überlegen bzw. gegenseitiges Übersetzen seitens der Befragten in Form einer eckigen Klammer notiert. Kürzere Pausen und Satzabbrüche wurden dagegen durch Auslassungspunkte gekennzeichnet.

Darüber hinaus enthält jedes Transkript eine fortlaufende Nummerierung der Interviewzeilen, damit analysierte Textstellen im Nachhinein leicht aufgefunden werden können. Neue Absätze wurden – insbesondere zugunsten der Übersichtlichkeit und Lesefreundlichkeit während der Auswertung – nicht bei jedem Sprecherwechsel hinzugefügt, sondern wenn thematisch ein neuer Abschnitt angesprochen wurde. Gekennzeichnet sind die Gesprächsteilnehmer durch den Buchstaben „I“ für die Interviewerin und „B“ für den Befragten. Nahmen zwei Personen am Gespräch teil, so wurde diesen der Code „B1“ (Befragte/r 1) beziehungsweise „B2“ (Befragte/r 2) zugeteilt. Zusätzlich hat jedes Transkript einen Transkriptionskopf, in dem das Datum und der Ort der Durchführung des Interviews sowie Angaben zur Atmosphäre und Interviewlänge vermerkt sind. Ergänzend hierzu bestand die Möglichkeit, das Transkript mit sonstigen Anmerkungen zu ergänzen. Des Weiteren wurden in jedem Dokument ein (zugunsten der Anonymität von der Forscherin ausgewählter) Name, das Geschlecht, das Alter sowie das Herkunftsland und der aktuelle Wohnort der befragten Person bzw. Personen notiert. Die entsprechenden Informationen wurden entweder während des Interviews oder zuvor abgefragt. Ferner wurden aus Datenschutzgründen alle Namen, die während des Gesprächs von den Interviewten genannt wurden, durch ein Pseudonym ersetzt. Wäre es überdies möglich gewesen, nicht anwesende Dritte anhand sonstiger Merkmale oder Aussagen zu identifizieren, wurden die Passagen aus dem Transkript gelöscht und mit einem entsprechenden Vermerk versehen.

Obwohl es sich negativ auf die Lesbarkeit auswirken kann, wurde darüber hinaus beschlossen, die Sprache der Interviewpartner bei der Erstellung des Transkripts nicht zu glätten bzw. nicht ins Hochdeutsche zu übersetzen. Zum einen können die Deutschkenntnisse der Befragten auf diese Weise auch im Nachhinein noch realistisch eingeschätzt werden; zum anderen wird sichergestellt, dass keine wichtigen Informationen für die Interpretation der Daten verloren gehen.

6.5.2 Auswertung

Nachdem alle Interviews transkribiert waren, wurden sie mittels einer Inhaltsanalyse, bei der die „zentralen manifesten und latenten Bedeutungen“ aus dem erhobenen Datenmaterial herausgearbeitet werden, ausgewertet (Döring / Bortz 2016a: 542; Früh 2011; Rössler 2005). Orientiert wurde sich dabei am Verfahren der strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2002: 118 ff.). Bei dieser wird das Kategoriensystem vor der Codierung deduktiv erstellt und anschließend induktiv erweitert (vgl. Mayring / Fenzl 2014: 548). Die zentrale Grundlage hierfür stellte der aus der Theorie heraus entwickelte Leitfaden dar, aus dem die Haupt- sowie einige Subkategorien abgeleitet wurden. Ergänzt wurde jede Oberkategorie durch eine entsprechende Definition im Codierhandbuch. Bei den Unterkategorien erfolgte diese jedoch nur dann, wenn dies für das Verständnis vonnöten war. Da an der Codierung nicht mehrere Personen beteiligt waren, sondern diese von der Forscherin allein durchgeführt wurde, konnte auf die Festlegung von Ankerbeispielen und gesonderten Codierregeln verzichtet werden. Auf eine klare, gegenseitige Abgrenzung der Kategorien wurde bereits beim Definieren dieser geachtet.

Bevor die Transkripte vollständig codiert werden konnten, fand ein erster Pretest an rund 25 Prozent des Materials statt, mit der die erarbeiteten Kategorien sowie deren Erläuterungen auf Vollständigkeit und Trennschärfe überprüft wurden. Nach der Einarbeitung einiger Änderungen folgte dann ein zweiter Pretest. Dabei wurden die theoriebasierten aufgestellten Ober- und Unterkategorien induktiv ergänzt, um eine Komplexitätsreduktion zu vermeiden und den zu erforschenden Gegenstandsbereich erschöpfend erfassen zu können (vgl. Brosius / Haas / Koschel 2016: 169; Döring / Bortz 2016a: 542; Gläser / Laudel 2010: 198).

Im Anschluss an einige Modifizierungen ging schließlich der endgültige Materialdurchgang mithilfe der QDA-Software MAXQDA vorstatten. Da bei diesem weiterhin die Offenheit der qualitativen Inhaltsanalyse gewahrt werden sollte, fand eine fortlaufende induktive Anpassung der Kategorien am Untersuchungsmaterial statt (zu diesem Verfahren s. auch Steigleder 2008: 188 ff.). Trat also beispielsweise eine

neue Unterkategorie zutage, wurde diese in das Codierhandbuch aufgenommen und ggf. definiert. Abschließend fand eine Rücküberprüfung des gesamten Kategoriensystems mithilfe eines zweiten Materialdurchlaufs statt. Insgesamt wurden auf diese Weise 53 Oberkategorien erschlossen und in einem weiteren Schritt zu einem zweiten, finalen Kategoriensystem verdichtet:

- K1: Sprachkenntnisse
- K2: Mediennutzung
- K3: Interesse am Geschehen in Deutschland
- K4: Politische Kenntnisse
- K5: Ausbildung / Beruf
- K6: Wohnsituation
- K7: Soziale Kontakte
- K8: Gebrauch des Deutschen im Alltag
- K9: Beurteilung der deutschen Medien
- K10: Beurteilung deutscher Normen und Werte
- K11: Beurteilung der deutschen Politik
- K12: Zugehörigkeitsgefühl

Nachdem der Codiervorgang abgeschlossen war, konnten die Resultate unter Rückbezug auf die Fragestellungen des Forschungsprojekts interpretiert werden. Dies geschah mithilfe einer Gesamt- und Einzelbetrachtung der Interviews sowie einer Typenbildung. Letztere kommt in qualitativen Studien vor allem deshalb häufig zum Einsatz, weil es aufgrund der im Vergleich zur quantitativen Sozialforschung kleinen Anzahl und bewussten Auswahl von Studienteilnehmern oftmals schwierig ist, allgemeingültige Resultate zu formulieren. Da die Typenbildung darauf basiert, „Ähnlichkeiten zwischen Individuen (Fällen) zu analysieren und diese Fälle entsprechend zu gruppieren, wodurch der Charakter des Singulären zugunsten des Allgemeinen zurückgedrängt wird“, können mithilfe dieses Verfahrens allerdings dennoch generalisierende Aussagen getroffen werden (Kuckartz 2016: 41).

Bei der Typenbildung handelt es sich ergo um einen „Gruppierungsprozess[.], bei dem ein Objektbereich anhand eines [Merkmals] oder mehrerer Merkmale in Gruppen bzw. Typen eingeteilt wird“ (Klu-

ge 2000: o. S.). Mit dem Terminus *Typ* werden die auf diese Weise entstehenden Untergruppen bezeichnet, „die gemeinsame Eigenschaften aufweisen und anhand der spezifischen Konstellation dieser Eigenschaften beschrieben und charakterisiert werden können“ (Kelle / Kluge 2010: 85). Überdies zeichnet sich die empirische Typenbildung dadurch aus, dass jedes Element bzw. Individuum nur einem Typ angehört und die gebildeten Typen „intern möglichst homogen und extern möglichst heterogen“ sein sollen (ebd.; vgl. auch Kuckartz 2016: 43).

Mithilfe einer Typologie ist es also möglich, eine komplexe Wirklichkeit auf wenige Gruppen zu reduzieren und sie somit verständlicher zu machen (vgl. Kluge 1999: 85). Die Grundlage hierfür bilden im Rahmen dieser Dissertation die durchgeführte Inhaltsanalyse sowie die Einzelbetrachtung der Interviews, durch die die Befragten anhand von ausgesuchten Merkmalen (Dimensionen) miteinander verglichen und einem Typ zugeordnet werden können. Dies bedeutet, dass sich bereits durch die Betrachtung eines Merkmals eine Typologie konstruieren lässt (vgl. ebd. 267 ff.). Im Falle der vorliegenden Arbeit sollten jedoch unter Bezugnahme auf das Erkenntnisinteresse jeweils zwei Merkmale miteinander kombiniert werden, was zur Entstehung mehrdimensionaler Typologien (Konzept des Merkmalsraums) führte (vgl. Kelle / Kluge 2010: 87 ff.; Kluge 1999: 92 ff.).

Als relevante Vergleichsdimensionen wurden zum einen die Mediennutzung und der Integrationsgrad²¹ sowie zum anderen die Sprachkompetenz und Mediennutzung der Interviewpartner ausgewählt. Anschließend wurden alle Fälle, d. h. alle Individuen, anhand dieser Merkmale gruppiert und bezüglich empirischer Regelmäßigkeiten bzw. bestehender Sinnzusammenhänge sowohl innerhalb als auch zwischen den Gruppen untersucht. Im nächsten Schritt erfolgte dann die Charakterisierung der gebildeten Typen. Diese können weder als reine Ideal- noch als Realtypen betrachtet werden, sondern stellen eine Mischform beider Arten dar. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Typologien einerseits auf der Basis von selbst erhobenen Daten generiert wurden, andererseits jedoch aufgrund ihrer teilweise sehr unter-

²¹ Der Integrationsgrad eines jeden Befragten wurde auf der Grundlage der in Kapitel 5.4 festgelegten Kriterien im Zuge der Detailanalyse der Interviews (Kap. 7.2) eruiert.

schiedlichen Merkmale stellenweise idealisiert werden mussten, um ein Muster herausfiltern zu können (vgl. Kelle / Kluge 2010: 83, 106; Weber 1973: 191). Letzteres ist auch darauf zurückzuführen, dass die Einschätzung des Integrationsgrades der Befragten im Rahmen dieser Arbeit auf einer Reihe diverser Faktoren beruht (vgl. Kap. 5.4). Ferner erscheint eine strikte Trennung zwischen reinen Real- und Idealtypen auch deshalb nicht sinnvoll, da selbst bei empirischen Typologien „eine Annäherung an die Realität [...] nur teilweise geleistet werden kann“, weil lediglich die Realitätsausschnitte abgebildet werden (können), „die anhand der zuvor ausgewählten Merkmale bestimmt werden“ (Kluge 1999: 74).

Aufbauend auf den beiden konzipierten Typologien können ferner das Schema der migrantischen Mediennutzungstypen (Kap. 5.2) bzw. das Konzept der Typen der sprachlichen Kompetenzen bei Migranten (Kap. 5.1) weiterentwickelt und alle potenziellen Kombinationsmöglichkeiten der in die Typenbildung einbezogenen Dimensionen aufgezeigt werden (vgl. Kap. 9).

Im Folgenden werden nun die Resultate der vorliegenden Dissertation präsentiert.

7. Ergebnisse

Um die Resultate der Studie ausführlich abbilden zu können, wird zunächst eine Gesamtbetrachtung der Interviews vorgenommen. Anschließend folgt eine Detailanalyse der geführten Gespräche, die gleichzeitig als Basis für die danach folgende Typenbildung dienen soll. Zu beachten ist, dass es sich bei den Ergebnissen aufgrund des explorativen Charakters dieses Forschungsprojektes nicht um repräsentative Aussagen handelt.

7.1 Gesamtbetrachtung der Interviews

An dieser Stelle erfolgt nun entlang des zweiten, verdichteten Kategoriensystems (vgl. Kap. 6.5.2) eine Gesamtbetrachtung der Interviews mit den Geflüchteten. Um jede der zwölf Kategorien genauer betrachten zu können, werden sie den entsprechenden Stellen des ersten Kategoriensystems (s. Anhang 3) zugeordnet und anschließend ausgewertet.

7.1.1 Sprachkenntnisse

Mithilfe dieser Kategorie werden die Sprachkenntnisse der Geflüchteten sowie deren Einfluss auf die Mediennutzung in den Blick genommen. Einbezogen werden hierfür K1 (Selbsteinschätzung: Deutsche Sprachkenntnisse)²² und K2 (Sprach-/ Integrationskurs), K3 (Lernen der deutschen Sprache), K6 (Sonstige Sprachkenntnisse) sowie K24 (Verständnis deutscher Medien: Fernsehen), K25 (Verständnis deutscher Medien: Radio), K26 (Verständnis deutscher Medien: Printmedien) und K32 (Sprache als Hindernis der Nutzung deutscher Medien).

Wie die Selbsteinschätzung der Sprachkenntnisse zeigt, schätzt die überwiegende Zahl der Interviewpartner ihre Deutschkenntnisse als gut oder mittelmäßig ein. Manchen Studienteilnehmern fällt insbesondere das Verstehen von deutschsprachigen Menschen bzw. Texten schwer, andere haben bei der Artikulation der eigenen Gedanken Probleme. Treten die Befragten in einen Dialog mit deutschen Personen, scheinen hinsichtlich der Verstehensleistung vor allem die Sprechge-

²² Gemeint sind stets die Kategorien aus dem ersten Kategoriensystem (s. Anhang 3).

schwindigkeit und die Wortwahl eine wichtige Rolle einzunehmen: „Wenn Leute sprechen langsame oder einfache Wörter, wir können gut verstehen. Aber die Leute, die schwere Wörter sprechen, das geht nicht“ (Fatih, Z. 43 f.). In manchen Regionen wird das Verständnis zudem durch den Dialekt beeinflusst: „Ich verstehe nicht ganz Dialekte. Viele mit Dialekte sprechen, die macht für mich Schwierigkeit“ (Farid, Z. 38).

Ihre Sprachkenntnisse erwerben bzw. erwarben die meisten Flüchtlinge in einem Integrationskurs. Ausnahmen stellen die Personen dar, die diesen aufgrund ihrer Herkunft nicht absolvieren dürfen bzw. hierzulande eine allgemeinbildende Schule besuchen. Letztere versuchen in der Regel, ihre Sprachkenntnisse durch den schulischen Alltag zu verbessern. Manche der Befragten, die nicht zu einem Integrationskurs zugelassen wurden, besuchten stattdessen einen Deutschkurs in einer anderen Bildungseinrichtung (zum Beispiel in einer Berufsschule oder Universität). Insgesamt betrachtet hatte ein Großteil der Interviewten zum Zeitpunkt der Befragung²³ das Sprachniveau B1 erreicht, gefolgt vom Niveau A2. Drei Interviewpartner hatten bereits das Sprachniveau B2 erlangt.

Das Erlernen der deutschen Sprache fiel vielen Gesprächspartnern zumindest zu Beginn schwer und war mit „viel Arbeit“ (Banu, Z. 70) verbunden. „Mit der Zeit“ (Abdul, Z. 60) und durch den Kontakt zu deutschsprachigen Menschen ist es den meisten jedoch Stück für Stück leichter gefallen, mit der neuen Sprache umzugehen. Vor allem diejenigen, die schon andere Fremdsprachen gut beherrschen, bereitet das Lernen des Deutschen als Zweitsprache offenbar eher wenige Probleme. Die von den Flüchtlingen am häufigsten gesprochene Fremdsprache ist Englisch; jedoch wird diese nur von wenigen Interviewten gut beherrscht.

Wird das Verständnis deutscher Medien durch die Flüchtlinge betrachtet, sticht hervor, dass Printmedien schlechter verstanden werden als Fernseh- und Radioinhalte. Laut einiger Interviewpartner lässt sich dies damit begründen, dass Zeitungsartikel häufig in der Vergangenheitsform geschrieben sind und verstärkt unbekannte Wörter enthal-

²³ Alle Aussagen bzw. Angaben der Befragten, die in dieser Arbeit thematisiert werden, beziehen sich auf den jeweiligen Zeitpunkt der Befragung im Frühjahr 2017.

ten. Zudem führt die Silbentrennung am Ende einer Zeile mitunter zu Problemen beim Lesen eines Textes. Als Alternative zu Zeitungen, Zeitschriften und Literatur für Erwachsene wird daher auch auf Kinderbücher zurückgegriffen, die aufgrund ihres Aufbaus und ihrer Sprache einfacher zu verstehen sind.

Hinsichtlich der Inhalte des Radio- und Fernsehprogramms lässt sich eruieren, dass diese nur in Ausnahmefällen überhaupt nicht verstanden werden. Als Vorteil des Radios wurden insbesondere die deutlich sprechenden Moderatoren genannt, beim Fernsehen das Vorhandensein von Bildern sowie die (gelegentliche) Möglichkeit des Einblendens von Untertiteln. Allerdings zeigen sich auch hier ähnliche Verständnisbarrieren wie in der alltäglichen Kommunikation mit deutschsprachigen Menschen: Reden die Personen im TV bzw. im Radio zu schnell oder benutzen sie zu viele unbekannte resp. schwierige Wörter, führt dies leicht dazu, dass die gesendeten Inhalte nicht mehr verstanden werden. Bezüglich des Fernsehens ist dies sowohl bei Nachrichtensendungen als auch bei Filmen der Fall. Aus diesem Grund wird bei der TV-Rezeption ebenfalls oftmals auf Kinderprogramme zurückgegriffen.

Infolge dieser Ergebnisse scheint es nicht verwunderlich, dass fast alle Befragten äußerten, die deutsche Sprache als Hindernis bei der Mediennutzung wahrzunehmen. Dies kann zur Folge haben, dass die Geflohenen trotz Interesse nur wenige oder gar keine deutschsprachigen Medien konsumieren. So äußerte zum Beispiel eine Befragte: „Ja, also ich mag sehr Zeitung lesen. Aber das finde ich sehr schwer, deswegen lese ich gar nichts“ (Banu, Z. 386 f.). Selbst bei den Flüchtlingen, die schon gute Deutschkenntnisse vorweisen können, nimmt die Sprache im Zuge der Mediennutzung des Öfteren noch die Rolle eines Hemmfaktors ein.

7.1.2 Mediennutzung

Um zu wissen, auf welche Medien die Geflüchteten in ihrem Alltag generell zugreifen können, muss zunächst erst einmal herausgefunden werden, welche technischen Geräte sie besitzen (K18). Hiernach soll eruiert werden, von welchen Medienarten die Befragten Gebrauch ma-

chen und ob sie dabei eher deutsche oder ausländische Inhalte rezipieren (K19, K20, K21, K22, K23). In einem weiteren Schritt werden dann die Mediennutzungsgründe der Gesprächspartner erörtert (K27, K28, K 29, K30, K31), bevor ein gesonderter Blick auf spezielle Medienangebote, die für Flüchtlinge bzw. von Flüchtlingen produziert werden, geworfen wird (K33).

Dass bis auf eine Person jeder Interviewpartner ein Smartphone mit Internetzugang besitzt, ist bereits ein Hinweis auf die Bedeutsamkeit dieses Gerätes und lässt vermuten, dass auf die damit abrufbaren Nutzungsinhalte häufig zurückgegriffen wird. Überdies ist in nahezu allen Haushalten der Geflüchteten ein Fernseher vorhanden. Einen Laptop besitzen dagegen nur elf und ein Radio acht Gesprächspartner. Über ein Tablet verfügen lediglich vereinzelte Befragte.

Wird nun allein die Fernsehnutzung näher betrachtet, fällt auf, dass sich keiner der Interviewpartner ausschließlich TV-Sendungen aus seiner Heimat zuwendet. Vielmehr rezipiert ein Großteil der Studienteilnehmer sowohl deutsche als auch ausländische (d. h. muttersprachliche und / oder beispielsweise englische) Fernsehproduktionen. Da jedoch viele der Interviewten keine muttersprachlichen Sender über ihren Fernseher empfangen können, greifen sie hierzu auf Angebote von Streaming-Portalen oder Social Media-Plattformen wie *YouTube* zurück. Meist werden dann Serien oder Filme aus dem Mutterland sowie vereinzelt auch englischsprachige Videos angeschaut. Deutsche Fernsehsender kommen laut den Erzählungen der Geflüchteten dagegen vor allem beim Rezipieren von Nachrichten (hauptsächlich die des ZDF sowie der ARD) oder von Unterhaltungssendungen (z. B. auf RTL, SAT.1 oder VOX) zum Einsatz. Zudem wird mit den eigenen Kindern oder Geschwistern gelegentlich auf den KiKA, einen Fernsehkanal für Kinder und Jugendliche, zurückgegriffen. Einige der befragten Flüchtlinge äußerten darüber hinaus, ausnahmslos deutsches Fernsehen zu schauen. Allerdings werden auch von diesen weniger deutschsprachige Filme, sondern hauptsächlich Nachrichten- und Unterhaltungssendungen rezipiert.

Im Gegensatz zum Fernsehen wird bei der Radionutzung öfter auch ausschließlich auf deutsche Sender zurückgegriffen, weil sich durch deren Nutzung beispielsweise eine Verbesserung des eigenen

Hörverstehens versprochen wird. Oftmals wählen die Geflüchteten hierbei einen Sender aus, den sie dann habituell rezipieren. Über das Internet wird hingegen eher selten Radio gehört – und wenn doch, dann werden nicht zwangsläufig muttersprachliche, sondern ebenso englische Programme genutzt. Generell wird im Vergleich zu den anderen Medienarten vom Radio aber nur in geringem Umfang Gebrauch gemacht.

Hinsichtlich der Printmedien lässt sich feststellen, dass sich bis auf vereinzelte Ausnahmen keiner der Geflüchteten jemals eine deutschsprachige Zeitung oder Zeitschrift gekauft hat. Allerdings folgen einige der Befragten den Angeboten von deutschen Zeitungsredaktionen auf *Facebook* bzw. nutzen die entsprechende Homepage oder greifen auf die Apps der Printmedien zurück. Des Weiteren werden mitunter kostenlose Werbezeitungen gelesen, die die Flüchtlinge in ihrem Briefkasten finden. Die Rezeption von Zeitungen aus der Heimat wurde fast nie explizit geäußert bzw. zuweilen zunächst verneint. Da jedoch den deutschen Printmedien vorwiegend über *Facebook* gefolgt wird und die Studienteilnehmer zudem erzählten, Informationen über die Geschehnisse im Herkunftsland in erster Linie über ebendiese Social Media-Plattform zu erhalten, kann vermutet werden, dass dies gleichermaßen für die ausländische Presse gilt (und sich die Geflüchteten während des Interviews nicht bewusst daran erinnerten). Darüber hinaus äußerten einige Gesprächspartner, bereits in einem deutschen (Kinder-)Buch gelesen zu haben.

Bezüglich der Internetnutzung ist es schwer, detaillierte Ergebnisse zu eruieren. Durch die Vielzahl an Web- und *Facebook*-Seiten bereitete es den Interviewpartnern immer wieder Probleme, sich die rezipierten Inhalte im Einzelnen ins Gedächtnis zu rufen. Dennoch konnte herausgefunden werden, dass die meisten Studienteilnehmer bei *Facebook* neben muttersprachlichen Seiten bzw. Profilen auch einigen deutschen Seiten folgen. Lediglich eine Person erwähnte ausdrücklich, keine deutschsprachige Seite geliked zu haben.

Da Social Media-Seiten für diverse Dinge genutzt werden (können), ist es kaum verwunderlich, dass sie mit einer Ausnahme von jedem Befragten regelmäßig aufgerufen werden. Zudem surfen nahezu alle Gesprächspartner häufig Suchmaschinen wie beispielsweise *Google*

an, um benötigte Informationen einzuholen. Darüber hinaus greifen viele der Studienteilnehmer auf Messenger- und Streaming-Dienste sowie Wörterbücher bzw. Webseiten oder Apps zum Deutschlernen zurück. Auf Homepages aus dem Heimatland wird dagegen, genauso wie auf in Deutschland produzierte Internetseiten, abseits von *Facebook* nur in vereinzelten Fällen zurückgegriffen. Ferner kommt es gelegentlich vor, dass von Shoppingseiten bzw. Verkaufsportalen Gebrauch gemacht wird.

Aus dem Mediennutzungsverhalten der Geflüchteten lassen sich nun diverse Mediennutzungsgründe ableiten. Hinsichtlich des Internets lässt sich feststellen, dass die Befragten über Suchmaschinen wie *Google*, Social Media-Portale und die Webseiten von Zeitungen bzw. Rundfunksendern einen Großteil ihrer Informationen sowohl zum Leben hierzulande als auch zum aktuellen Geschehen in der Bundesrepublik, in ihrem Heimatland und der Welt erhalten. Zudem werden Messengerdienste (wie beispielsweise *WhatsApp*, *Skype* und *imo*) sowie *Facebook* von den Studienteilnehmern genutzt, um mit Freunden, Verwandten und Bekannten auch über weite Entfernungen hinweg ohne große Kosten in Kontakt zu bleiben. Ebenfalls bereits erwähnt wurde, dass das Internet häufig dazu verwendet wird, um unbekannte deutsche Wörter nachzuschlagen oder die eigenen Sprachkenntnisse zu verbessern. Hierbei wird jedoch nicht nur auf Apps oder Übersetzungsprogramme zurückgegriffen, sondern auch auf spezielle Lernvideos bzw. leicht verständliche Filme bei *YouTube*.

Darüber hinaus werden die Angebote des World Wide Webs – und erneut insbesondere die Social Media-Plattformen – von allen Interviewpartnern genutzt, um unterhalten zu werden und Langeweile zu bekämpfen. Entspannung und Eskapismus wurden von den Studienteilnehmern nur selten bzw. auf Nachfrage der Interviewerin als Nutzungsmotive bezüglich des Internets genannt. Allerdings ist es denkbar, dass diese eher latent im Bewusstsein verankert sind und den Geflohenen daher während der Gesprächssituation nicht in den Sinn kamen. Ebenso verhält es sich mit der Heimatsehnsucht. Einerseits äußerten die Flüchtlinge kaum explizit, dass sie durch die Nutzung diverser Internetseiten bzw. der sozialen Netzwerke eine Verbundenheit zur Heimat schaffen resp. diese aufrechterhalten möchten; andererseits erzählte

jedoch ein Großteil der Befragten, dass mithilfe des Internets fortwährend neue Meldungen empfangen werden, die dabei helfen, über die aktuellen Geschehnisse im Herkunftsland auf dem Laufenden zu bleiben. Des Weiteren lässt der alltägliche Zugriff auf Social Media-Plattformen und Webseiten wie *Google* auf eine ausgeprägte habituelle Nutzung des Webs schließen. Abgesehen hiervon versuchen manche Flüchtlinge, mithilfe des Internets neue soziale Kontakte zu Einheimischen sowie zu anderen Migranten im Aufnahmeland zu knüpfen.

Die häufigsten Rezeptionsmotive bei der Fernsehnutzung wurden weiter oben bereits angesprochen: Werden deutsche Sendungen angeschaut, sind dies häufig Nachrichten oder leicht verständliche Unterhaltungsangebote (z. B. Fußballspiele, Cartoons oder Comedy); TV-Sendungen in der Muttersprache werden meist aus einem spezifischen Informationsbedürfnis heraus rezipiert. Dies ist beispielsweise dann der Fall, wenn die Befragten nähere Kenntnisse über das gegenwärtige Geschehen in ihrem Herkunftsstaat erwerben möchten. Zudem wird beim Anschauen von Filmen und Serien gern auf muttersprachliche Angebote zurückgegriffen. Des Weiteren werden sowohl das Fernsehen als auch über das Internet verfügbare Filme von den Befragten gelegentlich genutzt, um die eigenen Deutschkenntnisse weiter zu verbessern oder um mit Freunden bzw. Familienmitgliedern etwas gemeinsam zu rezipieren. Entspannung und Eskapismus wurden ebenfalls einige Male als generelle Rezeptionsmotive angesprochen. Überdies wurde bei einigen Studienteilnehmern ein habituelles TV-Nutzungsmuster sowie die Verwendung des Fernsehens als Nebenbei-Medium sichtbar.

Das Radio wird vorzugsweise aus Gewohnheit oder / und als Nebenbei-Medium gebraucht. Werden deutsche Rundfunksender gehört, so erhoffen sich die Interviewpartner hiervon neben musikalischer Unterhaltung vor allem einen kurzen Nachrichtenüberblick sowie die Möglichkeit, ihr Hörverstehen trainieren zu können. Die Angebote von Printmedien dienen, wie schon expliziert wurde, vor allem über *Facebook* als wichtige Informationsquelle und werden dort regelmäßig rezipiert (vgl. auch Kap. 7.1.3); gedruckte Zeitungen oder Zeitschriften werden dagegen so gut wie gar nicht gekauft bzw. gelesen. Allerdings greifen einige der Befragten hin und wieder auf die Internetauftritte deut-

scher Printmedien oder auf deutsche Bücher zurück, um ihre Deutschkenntnisse zu verbessern.

Ferner machen fast alle Studienteilnehmer zumindest hin und wieder von speziellen Medienangeboten Gebrauch, die entweder für Migranten im Allgemeinen oder speziell für Flüchtlinge (bzw. teilweise auch von diesen selbst) produziert werden. *Facebook* und *YouTube* kommt dabei erneut eine relevante Bedeutung zu, da die Befragten für gewöhnlich keine bestimmten Webseiten aufsuchen, um an neue Informationen zu kommen, sondern über die Social Media-Plattformen auf diese aufmerksam werden. Genutzt werden Medien für Flüchtlinge von den Interviewpartnern meist, um etwas über die aktuellen Geschehnisse in der Bundesrepublik zu erfahren, Wissen über die deutsche Kultur resp. die deutsche Lebensweise zu erlangen oder Hilfe beim Lernen des Deutschen zu erhalten. Da sie im Unterschied zu anderen deutschen Medien meist in mehreren Sprachen produziert werden, sind sie für die Studienteilnehmer leichter zu verstehen. Daneben erfreuen sich beispielsweise *YouTube*-Videos von Asylbewerbern bzw. -berechtigten, die sich bereits länger in der Bundesrepublik aufhalten und anderen Flüchtlingen aus ihrer Heimat helfen möchten, bei den Befragten einer großen Beliebtheit. Möglicherweise spielt in diesem Zusammenhang auch das Moment der Identifikation eine Rolle. Werden ausschließlich Angebote betrachtet, die von deutschen Medienanstalten speziell für Zugewanderte produziert werden, machen die Gesprächspartner insbesondere von der *Deutschen Welle* und dem *WDR for you* Gebrauch. Die App *Ankommen* wird bzw. wurde von vereinzelt Studienteilnehmern genutzt, um Informationen über das Asylverfahren und das Leben in Deutschland zu bekommen.

7.1.3 Interesse am Geschehen in Deutschland

Anhand dieser Kategorie soll eruiert werden, wie groß das Interesse der Befragten am aktuellen (kulturellen und politischen) Geschehen in Deutschland ist. Hierzu werden zuerst die Informationsquellen der Geflüchteten (K38) ermittelt. Anschließend soll anhand der Mediennutzungsgründe der Interviewten genauer betrachtet werden, auf welchen Themenbereichen je nach Medium (Fernsehen – K27.1, Radio – K28.1,

Printmedien – K29.1, Internet – K30.1 sowie Social Media – K31.1) die Schwerpunkte ihres Interesses liegen. Ergänzend hierzu wird das Politikinteresse der Befragten (K43) in die Auswertung einbezogen. Des Weiteren soll, um die Stärke der Wissbegierde bezüglich des aktuellen Geschehens in der Bundesrepublik besser beurteilen zu können, das Rezipieren von News aus dem Herkunftsstaat als Gegenpol mitberücksichtigt werden (K27.2, K28.2, K29.2, K30.2, K31.2, K37). Zuletzt soll schließlich der Frage nachgegangen werden, ob die Befragten schon vor ihrer Flucht zielgerichtet Informationen über Deutschland gesucht (K35) oder zum Beispiel durch die Medienberichterstattung in ihrem Heimatland erhalten haben (K36).

Zunächst lässt sich festhalten, dass die Social Media-Plattform *Facebook* für fast alle Gesprächspartner die Hauptinformationsquelle darstellt, wenn es darum geht, Neuigkeiten über aktuelle Geschehnisse in der Bundesrepublik Deutschland zu erfahren. Hierfür folgen die Geflüchteten zum Beispiel der *Deutschen Welle*, dem *WDR for you* oder dem *Spiegel* sowie der *Thüringer Allgemeinen*. Einige Gesprächspartner greifen zudem auf *YouTube* zurück, um bezüglich der gegenwärtigen Entwicklungen hierzulande auf dem Laufenden zu bleiben. Abseits der Social Media-Aktivitäten wird das Internet dagegen fast gar nicht genutzt, um auf Deutschland bezogene News zu erhalten. Anders verhält es sich mit dem Fernsehen: Von diesem wird zumindest ab und zu von rund einem Drittel der Interviewpartner Gebrauch gemacht, um Nachrichten zu schauen. Printmedien und das Radio werden im Gegensatz hierzu kaum als Informationsquellen genutzt. Neben den Medien sind zum einen deutsche Freunde und Mitbewohner sowie deutsche Partner, zum anderen aber auch andere Flüchtlinge und Verwandte, die bereits länger in der Bundesrepublik leben, wichtige Informationsgeber.

Werden die Rezeptionsmotive der Studienteilnehmer betrachtet, fällt auf, dass zuweilen von unterschiedlichen Mediengattungen verschiedenartige Informationen erwartet werden. So werden etwa deutschsprachige TV-Kanäle vorrangig zum Anschauen von Nachrichtensendungen, Serien und Filmen genutzt, um etwas über die deutsche Kultur oder Geschichte zu lernen. Ferner wird vereinzelt auf das deutsche TV-Programm zurückgegriffen, um Informationen über politische Entwicklungen bzw. neue Gesetze zu erhalten oder Fußballübertragun-

gen anzusehen. Für die Radiohörer unter den Befragten scheinen dagegen vor allem die Wetter- und Verkehrsnachrichten von Bedeutung zu sein. (Gratis-)Zeitungen werden, sofern sie nicht mittels *Facebook* rezipiert werden, von den Interviewpartnern sehr spezifisch gebraucht, um beispielsweise nach freien Wohnungen und Arbeitsplätzen zu suchen oder regionale Meldungen zu lesen.

Ein anderes Bild zeigt sich, wenn die Nutzungsgründe von Social Media-Plattformen in den Fokus gerückt werden. Über diese, bzw. im Speziellen über *Facebook*, erfahren die Geflüchteten sowohl allgemeine aktuelle, auf Deutschland bezogene Meldungen als auch regionale Informationen aus dem kulturellen und politischen Bereich. Einige haben zudem gezielt Seiten abonniert, die deutschlandbezogene Meldungen für Flüchtlinge aufbereiten. Des Weiteren erwerben die Studienteilnehmer mithilfe des gesamten Internets Kenntnisse über die Lebensweise der Deutschen und die hierzulande üblichen sozialen bzw. kulturellen Gepflogenheiten. Um an spezifische Informationen zu gelangen, wird von einigen Befragten die Suchmaschine *Google* verwendet.

Schlussfolgern lässt sich aus diesen Ergebnissen, dass das Interesse am aktuellen Geschehen in der Bundesrepublik thematisch verschiedenartig ausgeprägt sein kann. Hieraus ergibt sich eine Rezeption unterschiedlicher Medienarten durch die Studienteilnehmer. Verknüpft man diese Erkenntnis mit den Resultaten hinsichtlich der Mediennutzung aus Kapitel 7.1.2, kann zudem festgestellt werden, dass die Befragten vor allem dann Interesse an den aktuellen Entwicklungen in Deutschland zeigen, wenn sie selbst von diesen betroffen sind bzw. eine Präferenz für ein bestimmtes Thema besitzen. Von dieser Betroffenheit bzw. der persönlichen Neigung wird dann wiederum das Ausmaß der Mediennutzung beeinflusst. Interessiert sich eine Person beispielsweise verstärkt für die deutsche Politik, so schaut sie eher eine TV-Nachrichtensendung als jemand, der ebendieses Interesse nicht besitzt (und aktuelle Meldungen diesbezüglich z. B. nur zufällig bei *Facebook* entdeckt). Gleiches gilt für die Geflüchteten, die glauben, dass die Entscheidungen der deutschen Regierung Auswirkungen auf ihr Leben haben können und folglich hinsichtlich aktueller Entwicklungen durch die Medienrezeption stets auf dem Laufenden bleiben möchten.

In diesem Zusammenhang wurde auch ein Blick auf das Politikinteresse der Interviewpartner geworfen. Diejenigen, die hinsichtlich dieser eine große Wissbegierde zum Ausdruck brachten, begründeten diese meist damit, dass es für sie persönlich wichtig ist, neu beschlossene Gesetze zu kennen (um beispielsweise zu wissen, welche Rechte sie als Asylberechtigte haben). Insgesamt betrachtet ist das Politikinteresse unter den Interviewten jedoch eher gering ausgeprägt. Zwar behauptete ein Großteil der Befragten, politischen Neuigkeiten durchaus Beachtung zu schenken; allerdings wurden diese Aussagen hin und wieder mit Ergänzungen wie „ein bisschen“ relativiert. Zudem schilderten nur wenige Flüchtlinge konkret, dass bzw. wie sie sich über aktuelle politische Entwicklungen informieren. Ergo besitzt vermutlich nur ein kleiner Teil der Gesprächspartner tatsächlich ein ausgeprägtes Interesse an der deutschen Politik.

Dass die Medien ferner von den Geflüchteten dazu genutzt werden, aktuelle Informationen über das Herkunftsland zu erhalten, wurde bereits in Kap. 7.1.2 erwähnt und soll an dieser Stelle noch einmal genauer eruiert werden. Es zeigt sich, dass die Befragten unabhängig von ihren Deutschkenntnissen eine unterschiedlich große Präferenz bezüglich dieser Materie aufweisen. Während sich ein Teil der Studienteilnehmer täglich einen Überblick über die Entwicklungen im Geburtsland verschafft, möchten andere Flüchtlinge aufgrund der belastenden Vergangenheit nichts über ebendiese wissen. Wiederum andere Befragte informieren sich gelegentlich über das gegenwärtige Geschehen in ihrer Heimat. Darüber hinaus existiert unter den Studienteilnehmern eine kleine Gruppe, die die Nachrichten aus dem Herkunftsstaat einerseits als falsch bzw. belastend bewertet und sie daher eigentlich nicht rezipieren möchte, andererseits jedoch durch *Facebook* ständig neue Meldungen empfängt, da sie über die Social Media-Plattform mit ihrer Heimat verbunden bleiben möchte.

Grundsätzlich stellt *Facebook* für alle Befragten erneut die Hauptinformationsquelle dar, um über die Entwicklungen im Mutterland auf dem Laufenden zu bleiben. Dabei werden aber nicht nur die Beiträge der abonnierten Seiten gelesen, sondern ebenso Nachrichten mit Freunden, Verwandten und Bekannten ausgetauscht, die meist noch vor Ort leben. Auf andere Internetseiten wird dagegen nur selten

zurückgegriffen. Weitere Medien spielen so gut wie gar keine Rolle, wenn sich die Geflüchteten über die Situation in ihrer Heimat informieren möchten. Lediglich vereinzelte Personen greifen auf den arabischen TV-Sender *Al Jazeera* oder das Online-Angebot von muttersprachlichen Zeitungen zurück. Das Radio wird von keinem der Befragten genutzt, um Neuigkeiten aus dem Herkunftsstaat zu erfahren.

Insgesamt betrachtet besitzen die meisten Studienteilnehmer ein Interesse daran, regelmäßig etwas über das Geschehen im Geburtsland zu erfahren. Einige Interviewpartner betonten sogar, dass ihnen dies besonders wichtig ist. Aktuelle heimatbezogene Informationen zu meiden, versuchen dagegen nur einzelne Gesprächspartner. Ob ihnen dies allerdings tatsächlich gelingt, solange sie auf Social Media-Plattformen Personen, Heimatmedien oder ähnlichen Seiten aus ihrem Herkunftsland folgen, ist fraglich. Zudem ist das Bedürfnis, etwas über die gegenwärtigen Entwicklungen im Mutterland erfahren zu wollen, oftmals selbst bei den Personen noch stark ausgeprägt, die zum Ausdruck brachten, sich entsprechenden Nachrichten eigentlich entziehen zu wollen. Nicht zuletzt wird das große Interesse an Neuigkeiten aus dem Herkunftsstaat daran sichtbar, dass die meisten Informationen sowohl für die Geschehnisse im Inland als auch im Ausland über *Facebook* bezogen werden und die Geflüchteten dort in der Regel mehr Seiten aus ihrer Heimat als aus Deutschland geliked haben. Somit empfangen sie wesentlich mehr Neuigkeiten, die sich auf ihren Herkunftsstaat beziehen.

Im Vorfeld der Flucht hat lediglich ein kleiner Teil der Befragten gezielt Informationen über Deutschland eingeholt. Hauptsächlich wurde hierzu das Internet genutzt. Einige der Geflohenen erwarben außerdem durch Verwandte bzw. Bekannte Kenntnisse über die Bundesrepublik. Darüber hinaus erzählten manche Interviewpartner, in der Schule Wissen über Deutschland vermittelt bekommen zu haben. Dieses bezog sich allerdings meist auf geschichtliche Aspekte, wie beispielsweise den Zweiten Weltkrieg. Dass eine große Zahl der Geflohenen vor ihrer Ankunft hierzulande keine Informationen über Deutschland gesucht hat, ist darauf zurückzuführen, dass viele der Studienteilnehmer zu Beginn ihrer Reise noch nicht wussten, dass sie ihren Asylantrag in der Bundesrepublik stellen werden und daher auch keine Aus-

künfte über ebendiese einholten. Des Weiteren äußerten einige Gesprächspartner, dass in den Medien des Herkunftsstaates nie resp. kaum Meldungen über Deutschland zu finden gewesen sind. Ergo konnte hierüber kein Wissen über die Bundesrepublik gewonnen werden. War dies doch der Fall, so sei ein überwiegend gutes Deutschlandbild vermittelt worden. Sofern die Geflüchteten auch weiterhin Medien aus ihrem Mutterland rezipieren, kann sich diese positive Art der Berichterstattung möglicherweise auch unterstützend auf ihre Integration hierzulande auswirken.

7.1.4 Politische Kenntnisse

Ein weiterer wichtiger Faktor, der bei der Integration eine relevante Rolle einnimmt, sind die politischen Kenntnisse der Flüchtlinge – insbesondere das Wissen über das hierzulande vorherrschende politische System sowie die geltenden Gesetze (K44). Dieses kann entweder durch den Besuch eines Integrationskurses erworben oder / und sich aus eigenem Interesse heraus angeeignet werden.

Bei der Betrachtung der Aussagen der Befragten fällt auf, dass diese vorwiegend Kenntnisse über die gesetzlichen Regelungen besitzen, die sie selbst betreffen. So sprach etwa Khalil im Gespräch die Wohnsitzauflage an: „Zum Beispiel in 2014 und 15 kann man einfach in ein anderes Bundesland oder andere Stadt, aber in diesem Jahr kann man nicht. [...] Wenn zum Beispiel jetzt, wenn man möchte in andere Stadt, muss der eine Arbeit oder ein starker Grund, ja.“ (Z. 544 – 549). Ali dagegen thematisierte, dass er keine Fahrerlaubnis erwerben dürfe: „Ja, ich darf auch nicht Führerschein machen, weil ich keinen richtigen Pass habe. [...] Und das finde ich nicht so schön, weil ich Führerschein wirklich brauche. Ja, auf der Arbeit. Wie gesagt, wir arbeiten als Montage und muss ich fahren“ (Z. 956 – 959).

Gute Kenntnisse über das deutsche Grund- bzw. das Asylgesetz konnten in der Interviewsituation nur wenige Flüchtlinge nachweisen. Nachdem seitens der Interviewerin eine Hilfestellung geboten wurde, erinnerten sich jedoch einige der Befragten daran, Gesetzesinhalte wie beispielsweise die Religions- und Meinungsfreiheit im Orientierungskurs (als Teil des Integrationskurses) gelernt zu haben. Offen geblieben

ist dabei allerdings, ob die Bezeugung des Wissens dem Effekt der sozialen Erwünschtheit unterlag oder die anfänglich herausstechende Unkenntnis bezüglich der deutschen Politik auf andere Faktoren (Verständigungsprobleme, Unsicherheit etc.) zurückgeführt werden kann. Darüber hinaus gaben Personen, die noch keinen Orientierungskurs absolviert hatten, oftmals an, noch nichts über die Inhalte des deutschen Grundgesetzes gehört zu haben.

Des Weiteren lässt sich eruieren, dass ein politisches Interesse nicht zwangsläufig zu mehr Politikkenntnissen führen muss. Vielmehr entscheidet offenbar eine ganze Reihe von Faktoren über den politischen Wissensschatz der Geflüchteten. Hierzu zählen die eben bereits angesprochene persönliche Betroffenheit, die Absolvierung eines Orientierungskurses sowie nicht zuletzt die Mediennutzung und entsprechende Gespräche mit anderen Zuwanderern oder Einheimischen. Vor allem durch *Facebook*-Auftritte deutscher Medien können Flüchtlinge erreicht und folglich über neue politische Entwicklungen informiert werden (vgl. Kap. 7.1.2).

7.1.5 Ausbildung / Beruf

Unter dieser Kategorie wurden K9 (Arbeit), K10 (Arbeit im Heimatland) sowie K11 (Höchster Bildungsabschluss) zusammengefasst. Insbesondere der Bildungsabschluss nimmt bei der Integration eine relevante Rolle ein, da er darüber entscheidet, für welche Berufe die Flüchtlinge prinzipiell qualifiziert sind. Bei der Auswertung fällt auf, dass ein Großteil der Befragten im Heimatland einen Schulabschluss erworben hat, der mit dem deutschen Abitur gleichzusetzen ist. Zudem zeigt sich, dass über die Hälfte der Interviewpartner ein Studium im Herkunftsland begonnen hat; nur wenige konnten dieses allerdings aufgrund der Kriegssituation bzw. wegen ihrer Flucht abschließen. So berichtete Ahmed: „Ja, in mein Heimatland ich habe zuerst ein Semester eine Chemieingenieur gemacht. [...] Die Krieg hat angefangen. Eigentlich Krieg war schon, aber meine Uni war kaputt und es war sehr schlecht. Und dann konnte ich nicht mehr studieren“ (Ahmed, Z. 201 ff.).

Die von den Befragten gewählten Ausbildungs- und Studienrichtungen lassen sich unterschiedlichen Bereichen zuordnen. So stu-

dierte beispielsweise Omar Biologie, Samira zahnärztliche Prothetik, Mohammad Pharmazie, Abdul Informatik und Mustafa Jura. Ein syrischer Geflüchteter hatte zudem ein Journalistik-Studium begonnen, musste es jedoch nach einem Semester wieder abbrechen. Eine Berufsausbildung haben lediglich vereinzelte Interviewpartner absolviert: Daja machte eine Ausbildung zur Modedesignerin und Tarek ging nach Dubai, um Koch zu werden. Ergo wohnte er bereits vor seiner Flucht in die Bundesrepublik in einem anderen Land. Werden die Lebensgeschichten der Geflüchteten genauer betrachtet, stellt dies keinen Einzelfall dar. Auch andere Studienteilnehmer hielten sich vor ihrem Asylgesuch in der Bundesrepublik in anderen Staaten wie den Niederlanden, Großbritannien oder China auf, um dort zum Beispiel ihre Schule zu beenden oder zu promovieren.

Da Geflüchtete hierzulande gute bis sehr gute Deutschkenntnisse vorweisen müssen, um eine Ausbildung bzw. ein Studium beginnen zu können, konnte bis zum Frühjahr 2017 noch kein Gesprächspartner diesen Schritt gehen. Viele äußerten jedoch den Wunsch, zukünftig in Deutschland ein Studium oder eine Ausbildung zu absolvieren (s. Kap 7.1.12). Die Befragten, die noch keinen Schulabschluss erworben haben, sind in verschiedene Schultypen eingebunden. Banu besucht ein Gymnasium, Yasemin eine Realschule und Sami sowie Khaled gehen auf ein Berufskolleg, um innerhalb eines Zeitraums von vier Jahren ihr Abitur zu machen. Da sie hierbei in Klassen eingebunden sind, die auch von Schülern mit deutscher Staatsbürgerschaft besucht werden, besteht ein fast täglicher Kontakt mit einheimischen Personen, der den Integrationsprozess begünstigen kann. Anders verhält es sich bei Ramiz und Ezel, die zwar ebenfalls durch den Besuch eines Berufskollegs die deutsche allgemeine Hochschulreife erlangen wollen, dabei aber in einer Klasse untergebracht sind, die ausschließlich aus Flüchtlingen besteht. Somit wird auf einen im Sinne der Integration potenziellen zusätzlichen Nutzen des Schulbesuchs verzichtet.

Die Geflüchteten, die ihre Ausbildung bzw. ihr Studium in ihrem Heimatland absolvieren konnten, sind dort in der Regel bereits einer Arbeit nachgegangen; andere Geflüchtete hatten während ihres Studiums einen Nebenjob. Die beruflich ausgeübten Tätigkeiten entsprachen allerdings nicht immer dem, was zuvor gelernt wurde. So hat

etwa Omar, der drei Jahre Biologie studierte, in Syrien für eine Regionalzeitung geschrieben, während Navid einen Abschluss als Zahntechniker erwarb und anschließend als Ersthelfer bei der Polizei arbeitete. Djamal suchte sich noch vor seinem Journalismus-Studium einen Nebenjob und arbeitete ungelernt vier Jahre als Frisör. Die Beispiele machen deutlich, dass es in den Herkunftsländern der Befragten oftmals einfacher ist, ohne eine vorherige Ausbildung diverse Berufe auszuüben. Das beweist auch folgende Aussage von Djamal: „Zum Beispiel, wenn ich in Syrien arbeiten will, ich kann sofort in einer Minute eine Arbeit finden. [...] In Deutschland [...] Anschreiben, Zeugnis, welche Niveau und wir prüfen das [...]. So schwer!“ (Z. 818 ff.). Diese bürokratischen Richtlinien wurden neben den gesetzlichen Regelungen, die für Flüchtlinge bei der Arbeitssuche gelten, ebenso von anderen Gesprächspartnern kritisiert, die hierzulande gern schneller einen Job finden würden.

Trotz dieser Hürden und der Sprachbarriere ist es einzelnen Interviewpartnern gelungen, eine Arbeitsstelle in Deutschland zu finden. Eine Person engagiert sich zudem ehrenamtlich als Übersetzer. Ob es die anderen Geflüchteten ebenfalls schaffen, in Deutschland eine Anstellung zu erhalten bzw. ihren erlernten Beruf weiter ausüben zu können und somit auch einen höheren sozialen Status zu erlangen, wird sich erst nach Abschluss der Sprach- bzw. Integrationskurse zeigen und konnte somit im vorliegenden Forschungsprojekt nicht eruiert werden. Wird dies nicht der Fall sein, weil beispielsweise keine freien Stellen vorhanden sind, ausländische Berufsabschlüsse nicht anerkannt werden oder Vorurteile seitens deutscher Arbeitgeber eine Anstellung verhindern, geht auf Dauer ein für die Integration relevanter Faktor – der ausgeübte Beruf – sowie die damit verbundene Möglichkeit zum Aufbau sozialer Kontakte mit Deutschen verloren.

7.1.6 Wohnsituation

Ebenso von Bedeutung für die Integration ist die Wohnsituation der Befragten (K7). Lediglich ein geringer Teil von ihnen ist in einem Einzelzimmer oder einer Wohngemeinschaft im Wohnheim ansässig. Der überwiegende Teil der Geflüchteten hat entweder eine Wohnung für

sich allein oder teilt sich diese mit anderen Personen, wie beispielsweise befreundeten Flüchtlingen oder dem Partner (und gegebenenfalls den eigenen Kindern). Darüber hinaus leben einige der Interviewpartner mit ihren Eltern bzw. einem Elternteil und / oder ihren Geschwistern zusammen in einer Wohnung. Dies kann sich gegenüber dem Aufenthalt in einem Wohnheim als Vorteil erweisen, weil die Geflüchteten auf diese Weise meist deutsche Nachbarn haben, mit denen sie sozial interagieren können.

Des Weiteren können die interethnischen Kontakte mit Deutschen durch den Wohnort beeinflusst werden. Während in großen oder mittelgroßen Städten wie Erfurt oder Ilmenau diverse Angebote von Vereinen oder Organisationen für Geflohene zur Verfügung stehen, bei denen ebendiese regelmäßig mit deutschen Personen in Kontakt treten können, existieren in kleinen Orten in der Regel keine Anlaufpunkte für den kulturellen Austausch. Daher organisieren sich die Geflüchteten entweder selbst zu einer Gruppe oder greifen auf Tätigkeiten zurück, die sie allein ausüben können (beispielsweise in ein Fitnessstudio gehen oder zu Hause fernsehen).

7.1.7 Soziale Kontakte

Mithilfe dieser Kategorie werden die ethnischen und interethnischen Kontakte und Beziehungen der Geflüchteten analysiert. Daher müssen die Kontakte zu Verwandten (K8) sowie die Beziehungen zu nicht-deutschen Personen (K14) ebenso in die Betrachtung einbezogen werden wie Kontakte (K16) und Beziehungen (K15) zu Menschen deutscher Herkunft. Eine wichtige Rolle spielen in diesem Zusammenhang kollektive Freizeitaktivitäten (K12). Ebenfalls Beachtung finden soll die Frage, ob seitens der Geflüchteten der Wunsch nach mehr Kontakt zu Deutschen besteht (K17).

Weil Flüchtlinge, die allein reisen, bei ihrer Ankunft in Deutschland in der Regel noch keine anderen Personen kennen, spielt der Aufbau sozialer Beziehungen hierzulande sowie die Aufrechterhaltung des Kontakts zur Familie für sie eine besonders wichtige Rolle. Fast alle der Befragten halten daher mithilfe diverser Messenger (zum Beispiel *WhatsApp*, *Facebook Messenger*, *Skype* oder *imo*) regelmäßigen

Kontakt zu Verwandten und Bekannten, die entweder noch im Heimatland leben oder in einen anderen Staat geflüchtet sind. Telefonie sowie das Schreiben von SMS werden eher vermieden, da die Kosten hierfür zu hoch sind: „Immer wir kontaktieren über soziale Netzwerk: *Line*, *Facebook*, *WhatsApp*, *Viber*. [...] Meisten Flüchtling benutzen das zum Kontaktieren. Eigentlich telefonieren viel in normale Tarif nicht so. [...] Weil ... wegen das sehr teuer ist“ (Tarek, Z. 85 f.). Darüber hinaus haben einige der Befragten Verwandte, die ebenfalls in Deutschland leben; oftmals ist deren Wohnort allerdings mehrere Hundert Kilometer entfernt. Lediglich eine Person, die allein nach Deutschland gekommen ist, hat überhaupt keinen Kontakt mehr zu ihrer Familie. Überdies pflegt bis auf einen Geflüchteten, der laut eigener Aussage ausschließlich deutsche Freunde hat, jeder der Studienteilnehmer zumindest einige Freundschaften zu anderen Geflüchteten und / oder Migranten.

Kontakte zu Einheimischen zu knüpfen, ist für viele Flüchtlinge auch dann noch schwierig, wenn sie bereits einige Zeit in Deutschland leben. Rund ein Drittel der Interviewten erzählte, gar keine deutschen Freunde zu haben. Alle anderen pflegen zumindest vereinzelte Freundschaften mit einheimischen Personen; drei Geflüchtete sprachen sogar von vielen deutschen Freunden. Ferner thematisierten vier männliche Befragte, eine deutsche Partnerin zu haben.

Dass so wenige freundschaftliche Beziehungen zwischen Einheimischen und Flüchtlingen bestehen, liegt nach Meinung der Interviewten vor allem am fehlenden Interesse der Deutschen. Nahezu alle Studienteilnehmer sagten aus, dass sie sich mehr Kontakt zu Einheimischen wünschen. Diesen herzustellen, sei jedoch zum einen aufgrund von gesellschaftlich bestehenden Vorurteilen gegenüber Flüchtlingen sowie zum anderen wegen einer hierzulande kulturell üblichen sozialen Distanz schwer. Setzt man den Kontakt bzw. die Beziehungen der Flüchtlinge zu Einheimischen allerdings in Relation zu den kollektiven Freizeitaktivitäten, wird deutlich, dass die Erklärungsversuche der Befragten die Problematik nicht hinreichend begründen. Vielmehr muss ergänzt werden, dass die Gesprächspartner, die in einen sportlichen bzw. sozialen Verein eingebunden sind, mehr deutsche Freunde haben als diejenigen, die diese Option nicht nutzen oder aufgrund ihres Wohnorts nicht besitzen. Möglicherweise fehlen in kleineren Städten also

vor allem Begegnungsorte, die ein zwangloses (und zugleich gezieltes) gegenseitiges Kennenlernen von interessierten Geflüchteten und Einheimischen ermöglichen.

Gleichzeitig nehmen die vorhandenen bzw. fehlenden Freund- und Bekanntschaften zu Deutschen Einfluss auf den generellen Kontakt zu ebendiesen. So kommunizieren die Studienteilnehmer, die angaben, keine deutschen Freunde zu haben, im Alltag meist generell nicht mit deutschen Menschen, sofern sie nicht durch Behördengänge, Arztbesuche oder Ähnliches dazu gezwungen sind. Andererseits haben die Geflüchteten, die in kollektive Freizeitaktivitäten mit einheimischen Personen eingebunden sind oder einen deutschen Lebenspartner haben, häufigen bzw. täglichen Kontakt zu Menschen mit deutscher Staatsbürgerschaft.

7.1.8 Gebrauch des Deutschen im Alltag

Eng mit den sozialen Kontakten verbunden ist der Gebrauch der deutschen Sprache im Alltag (K4) sowie die Relevanz, die ebendiese für die Befragten besitzt (K5).

Auffallend ist, dass alle Interviewteilnehmer aussagten, die deutsche Sprache zu beherrschen sei (sehr) wichtig. Begründet haben sie dies unter anderem damit, dass sie in Deutschland leben und arbeiten bzw. studieren möchten. Überdies sei das Lernen der deutschen Sprache die Voraussetzung dafür, mit Einheimischen kommunizieren zu können. Diese Einstellung der Flüchtlinge bedeutet allerdings nicht, dass sie die deutsche Sprache auch tatsächlich regelmäßig in ihrem Alltag nutzen.

Wie bereits in Kap. 7.1.7 angesprochen, äußerten einige Studienteilnehmer, dass sie keine Bekanntschaften zu deutschen Menschen pflegen. Aus diesem Grund gebrauchen sie die deutsche Sprache vorwiegend in der Schule bzw. im Sprach- oder Integrationskurs sowie bei Gesprächen mit Ärzten oder Mitarbeitern der Ausländerbehörde und des Jobcenters. Abgesehen davon wird mit Freunden, deren Muttersprache nicht beherrscht wird, manchmal auf Deutsch kommuniziert. Ein Grund hierfür ist in der Tatsache zu sehen, dass nur wenige der Befragten Englisch sprechen und für die gemeinsame Kommunika-

tion daher eine andere Sprache – in diesem Fall Deutsch – gesucht wird. Ferner sehen einige der Geflüchteten diese Situationen offenbar zugleich als Gelegenheit an, ihre Deutschkenntnisse zu verbessern.

Daneben kommt die deutsche Sprache vor allem in der Schule bzw. in den Integrationskursen und bei Freizeitaktivitäten (z. B. in Sportvereinen) zur Anwendung. Überdies nutzen manche der Interviewpartner die Möglichkeit, mit ihren Nachbarn zu kommunizieren. Mit Familienmitgliedern sprechen nur vereinzelte Befragte Deutsch; dies gilt auch dann, wenn sie mit diesen zusammenwohnen oder sich die Verwandten schon länger in der Bundesrepublik aufhalten. Ähnliche Resultate zeigen sich für die Flüchtlinge, die mit anderen Geflüchteten in einer Wohngemeinschaft zusammenleben; fast alle von ihnen unterhalten sich mit ihren Mitbewohnern in ihrer Muttersprache, lediglich manchmal wird auf die deutsche Sprache zurückgegriffen. Eine Ausnahme stellt Ahmed dar, der mit vier deutschen Personen zusammenwohnt und sich mit diesen stets in der deutschen Sprache verständigt. Darüber hinaus unterhalten sich die befragten Geflüchteten, die einen deutschen Partner haben, mit diesem regelmäßig auf Deutsch.

Weitere Situationen, in denen die deutsche Sprache benötigt wird, sind Behördengänge sowie das Tätigen von Einkäufen. Außerdem sprechen diejenigen, die hierzulande bereits einer Arbeit nachgehen, bei dieser überwiegend Deutsch.

7.1.9 Beurteilung der deutschen Medien

Da das Bild, das die Flüchtlinge von den deutschen Medien haben, ihr mediales Nutzungsverhalten womöglich mit beeinflusst, soll dieses nun einer genaueren Betrachtung unterzogen werden. Zurückgegriffen wird hierfür auf K39 (Glaubwürdigkeit der Medien), K 40 (Meinung der Medien zu Flüchtlingen) sowie K41 (Umfang der Berichterstattung über Flüchtlinge). Zudem sollen die Wünsche der Interviewten an die deutschen Medien (K42, K34) eruiert werden.

Wird ein Blick auf die Aussagen der Befragten geworfen, die sich auf deren Wahrnehmung der Glaubwürdigkeit der deutschen Medienberichterstattung über Flüchtlinge beziehen, wird zunächst sichtbar, dass die Beurteilungen relativ unterschiedlich ausfallen: So wurde

die Berichterstattung in etwa genauso häufig als „wahrheitsgemäß“ wie „nicht wahrheitsgemäß“ bewertet. Einige Befragte hatten diesbezüglich zudem einen sehr gemischten Eindruck von den deutschen Medien. Zieht man zusätzlich die von den Gesprächspartnern wahrgenommene Meinung der hierzulande produzierten Medien zur Flüchtlingsthematik heran, zeigt sich ein recht ausgeglichenes bzw. leicht negativ verzerrtes Bild. Begründen lässt sich dies damit, dass manche der Studienteilnehmer zwar oftmals eine negative Berichterstattung wahrnehmen, diese jedoch nicht unbedingt als falsch ansehen. So erzählte Ahmed:

„Zum Beispiel in der letzte Mal ich hab gelesen, dass ein paar Flüchtlinge möchten eine verbrennen ... eine Mann in Berlin. Er hat keine Wohnung und er ist auf der Straße, dann die Flüchtlinge möchten ihn verbrennen. [...] So eigentlich ich habe jetzt Angst, wegen was lese ich ab und zu in die Nachricht wegen die Flüchtlinge“ (Ahmed, Z. 760 – 769).

Des Weiteren wurde die Glaubhaftigkeit deutscher Medien zuweilen indirekt mit einer positiven oder ausgewogenen Berichterstattung begründet. Die Befragten dagegen, die die Beiträge in deutschen Medien eher als unglaubwürdig ansehen, empfinden die Berichterstattung über Flüchtlinge meist entweder als zu negativ oder besitzen eine grundlegend skeptische Grundeinstellung gegenüber Medien.

Die Wünsche der Flüchtlinge an die deutschen Medien rekurren zum Teil auf die wahrgenommene Berichterstattung. So wird etwa gefordert, positiver bzw. neutraler und differenzierter über Geflohene zu berichten und mehr Ressourcen in die Recherchen für einen Beitrag zu investieren. Zudem wurde von vereinzelt Befragten moniert, dass zu wenige Einzelschicksale bzw. Probleme von Geflüchteten in den deutschen Medien erwähnt werden und sie nur selten selbst zu Wort kommen. Überdies werden deutsche Medien in der Idealvorstellung der Studienteilnehmer nicht nur auf Deutsch, sondern zugleich in ihrer Heimatsprache produziert. In diesem Zusammenhang wurde auch der Vorteil von teilweise vorhandenen (muttersprachlichen oder deutschen) Untertiteln bei der TV- bzw. der Videorezeption erwähnt. Kritisiert wurde ferner, dass die deutschen Medien zu wenige Informationen über Themen bieten, die für Zugewanderte von Bedeutung sind

(z. B. Tipps für die Suche eines Arbeitsplatzes). Obendrein wünschen sich einige der Befragten mehr Medien, die eigens für Geflohene produziert werden.

Ein weiterer relevanter Punkt, über den in den durchgeführten Interviews gesprochen wurde, ist der Umfang der Berichterstattung über Flüchtlinge in den deutschen Medien. Viele der Interviewten waren sich diesbezüglich einig, dass ebendiese oft genug im medialen Mittelpunkt stehen und die Häufigkeit der Berichterstattung eher ab- als zunehmen sollte. Die Meinung, dass zu wenig über Flüchtlinge berichtet wird, vertraten dagegen nur vereinzelte Studienteilnehmer. Bedacht werden sollte bei diesen Resultaten, dass die Befragten aufgrund der eigenen Betroffenheit womöglich selbst besonders an Meldungen zum Thema *Flucht und Asyl* interessiert sind und gezielt nach diesen suchen oder sie besonders stark wahrnehmen.

7.1.10 Beurteilung deutscher Normen und Werte

Ein Faktor, der die Integration positiv beeinflussen kann, ist die Befürwortung der hierzulande geltenden Normen und Werte durch die Asylbewerber bzw. die Asylberechtigten. Um herauszubekommen, inwieweit den Interviewpartnern die in Deutschland existierenden gesellschaftlichen Regeln bekannt sind und wie sie diese beurteilen, wurde mit ihnen über die positiven Aspekte (K47) und die negativen Aspekte (K48) des Lebens in der Bundesrepublik gesprochen. Überdies wurden sie gebeten, den Begriff *Integration* aus ihrer Sichtweise heraus zu definieren (K49).

Hierbei wurden die Freiheiten, die die Menschen in Deutschland genießen (z. B. die Religions-, Meinungs- und Pressefreiheit), sowie das deutsche Bildungssystem am häufigsten positiv von den Befragten hervorgehoben. Daneben lobten einige Studienteilnehmer das vorherrschende demokratische System, die Sicherheit und die wirtschaftlichen Faktoren (wie etwa viele vorhandene Arbeitsplätze). Auch die Arbeitsmoral der deutschen Bevölkerung sowie ihre Verlässlichkeit und Pünktlichkeit stellen für manche der Befragten positive Aspekte dar. Vereinzelte Flüchtlinge befürworteten im Gespräch außerdem die

Gleichberechtigung aller Menschen, die deutsche Kultur sowie das gut ausgebaute Verkehrsnetz.

Darüber hinaus wurde zwar die Freundlichkeit der Einheimischen des Öfteren gelobt, gleichzeitig jedoch von vielen Befragten die bei einem Teil der Deutschen dominierenden Vorurteile gegenüber Flüchtlingen bemängelt. Folglich thematisierten einige Studienteilnehmer ihr wenig ausgeprägtes Sozialleben sowie die Schwierigkeit, deutsche Menschen kennenzulernen. Auch die körperliche Distanz, die deutsche Menschen nach Meinung der Befragten bei Gesprächen mit unbekannten Personen generell zueinander wahren, wurde in diesem Zusammenhang kritisch angemerkt. Des Weiteren erzählten fast alle Gesprächspartner, ihr Heimatland und ihre Familie zu vermissen. Als negative Aspekte wurden ferner die Bürokratie, zu wenig Rechte für Geflüchtete und Probleme bei der Arbeitsplatzsuche genannt. Außerdem wurden Alltagsprobleme aufgrund der Sprachbarriere und zu wenigen öffentlich verbreiteten Informationen für Flüchtlinge geschildert.

Hinsichtlich der (eigenen) Integration nimmt die Sprache für alle Geflüchteten eine besonders relevante Rolle ein, da sie die Grundlage für die Kommunikation mit den Einheimischen darstellt. Des Weiteren gehört für einen Großteil der Gesprächspartner das Verstehen der deutschen Kultur, das Kennen und Einhalten von Regeln bzw. Gesetzen sowie das Arbeiten bzw. Studieren zu einer erfolgreichen Eingliederung dazu. Die Toleranz gegenüber anderen Menschen sowie ein soziales Verhalten wurden ebenfalls als wichtige Integrationsfaktoren genannt. Ein Interviewteilnehmer hob zudem hervor, dass eine Integration zwar immer mit einer Anpassung an das Aufnahmeland verbunden sei, man deswegen aber seine Muttersprache und eigenen Traditionen aus dem Herkunftsland nicht vergessen müsse.

Insgesamt betrachtet machen die von den Studienteilnehmern genannten positiven und negativen Aspekte an Deutschland sowie ihr Verständnis des Integrationsbegriffs deutlich, dass sie die hierzulande geltenden Normen und Werte (z. B. Pünktlichkeit und den gegenseitigen Respekt voreinander) kennen und akzeptieren bzw. sich teilweise mit diesen identifizieren. Probleme können für die Befragten dann entstehen, wenn die deutsche Gesellschaft ihre eigenen Normen – beispielsweise die Gleichbehandlung aller Menschen – missachtet und

Flüchtlinge aufgrund ihrer Herkunft sozial benachteiligt resp. ausgegrenzt, sodass diese etwa keinen Arbeitsplatz finden oder keine Kontakte zu Einheimischen knüpfen können. Darüber hinaus äußerten die Befragten einige negative Aspekte, die nicht unmittelbar mit den deutschen Normen und Werten in Verbindung stehen. Hierzu gehören etwa die Kritik an der Bürokratie und das Vermissen von Verwandten. Da die meisten bürokratischen Angelegenheiten sowie der Familiennachzug jedoch formalrechtlich geregelt sind, lassen sie sich indirekt mit den hierzulande geltenden Gesetzen in Verbindung bringen, deren Einhaltung wiederum für viele Interviewte einen Teil der Integration darstellt. Es ist daher davon auszugehen, dass die Geflüchteten auch die Regelungen akzeptieren, die sie nicht befürworten.

7.1.11 Beurteilung der deutschen Politik

Nachdem bereits das Politikinteresse und die politischen Kenntnisse der Befragten thematisiert wurden (vgl. Kap. 7.1.3 und 7.1.4), soll nun danach gefragt werden, wie die Geflüchteten die aktuellen politischen Entscheidungen (K45) sowie das hierzulande geltende Grundgesetz (K46) bewerten.

Zunächst fällt auf, dass die Inhalte des deutschen Grundgesetzes von fast allen Befragten, die schon Kenntnisse über ebendieses erworben haben, befürwortet werden. Begründet wurde dies etwa mit der darin festgesetzten Meinungs- und Religionsfreiheit. Kritik am Grundgesetz äußerten lediglich zwei Personen. Die Gründe hierfür wollten sie allerdings nicht näher erläutern. Vermutlich spielte hierbei der Effekt der sozialen Erwünschtheit eine Rolle.

Ebenso größtenteils positiv bewertet wurden die aktuelle deutsche Regierung sowie deren Beschlüsse. Vor allem Angela Merkel wurde einige Male namentlich hervorgehoben. Ein Interviewpartner bezeichnete sie sogar als „Mutter aller Flüchtlinge“ (Ramiz, Z. 766). Lediglich vereinzelte Studienteilnehmer äußerten sich differenziert bzw. kritisch zu vergangenen politischen Entscheidungen und / oder Politikern. Bemängelt wurde hierbei etwa, dass die gesetzlichen Neuerungen (die z. B. im Integrationsgesetz verankert sind) den Geflüchteten viele Freiheiten nehmen würden.

7.1.12 Zugehörigkeitsgefühl

Zuletzt soll das Zugehörigkeitsgefühl der Befragten zur deutschen Gesellschaft näher betrachtet werden. Hierzu werden neben K50 (Zugehörigkeitsgefühl zu Deutschland) auch K51 (Ziele und Wünsche), K52 (Aufenthaltsstatus) sowie K53 (Bleibewunsch) herangezogen.

Wie stark die Studienteilnehmer aus ihrer eigenen Sicht heraus den Eindruck haben, in die Gesellschaft eingegliedert zu sein, war nicht immer eindeutig zu eruieren. So sagten zum Beispiel nahezu alle Interviewteilnehmer, dass sie sich in Deutschland wohl resp. integriert fühlen; gleichzeitig bemängelten aber viele eine vorherrschende Intoleranz oder bestehende Vorurteile seitens der Deutschen gegenüber Geflüchteten. Andere Studienteilnehmer vertraten demgegenüber die Meinung, dass sie zwar zu Teilen in die Bundesrepublik integriert sind, es ihnen für ein starkes Zugehörigkeitsgefühl jedoch noch an Sprachkenntnissen bzw. Kontakten zu Deutschen mangle.

Angemerkt werden muss an dieser Stelle, dass einige der Geflohenen, die ohne zu zögern angaben, sich in der Bundesrepublik wohlfühlen, ihre Antwort womöglich an der sozialen Erwünschtheit ausrichteten. Ähnliches trifft vermutlich ebenso auf die Äußerungen zum Bleibewunsch der Befragten zu: Einerseits erklärte zunächst ein Großteil der interviewten Personen, dauerhaft in Deutschland leben zu wollen; andererseits würden manche von ebendiesen Befragten (sofort) in ihre Heimat zurückgehen, wenn sie dort sicher leben könnten. Da sich ferner unter den Interviewpartnern, die keine Rückkehrabsicht bekundeten, auch Flüchtlinge befanden, die sich selbst noch nicht in Deutschland integriert fühlen, scheint das Zugehörigkeitsgefühl offenbar nur bedingt mit dem Bleibewunsch zu korrelieren. Des Weiteren existiert neben den Personen, die im Falle eines Kriegsendes in jedem Fall in ihr Geburtsland zurückgehen würden, unter den Befragten eine Gruppe, deren Zugehörige sich nicht sicher sind, ob sie (irgendwann) in ihre Heimat zurückkehren wollen.

Unabhängig vom Bleibewunsch möchten alle Befragten – sofern sie die Schule bereits abgeschlossen haben – zukünftig bzw. weiterhin in Deutschland arbeiten, studieren oder eine Ausbildung absolvieren. Ferner wünschen sich einige Studienteilnehmer, ihre Deutsch-

kenntnisse weiter verbessern und ein höheres Sprachniveau erreichen zu können. Vereinzelte Interviewpartner äußerten zudem, vorzuhaben, deutsche Freunde zu finden, eine eigene Familie zu gründen resp. Familienmitglieder nach Deutschland zu holen, den Führerschein zu erwerben, in eine andere Stadt zu ziehen oder Urlaub im Heimatland zu machen.

Ob die Geflüchteten ihre Pläne realisieren können, ist unter anderem von ihrem Aufenthaltsstatus abhängig. Zum Zeitpunkt der Befragung war der Großteil der Studienteilnehmer nach eigenen Angaben asylberechtigt bzw. geduldet. Einige wenige Personen befanden sich in einem offenen Asylverfahren. Diese ungewisse Situation nahm in den betrachteten Fällen anscheinend allerdings keinen Einfluss auf das Zugehörigkeitsgefühl der Befragten, da alle drei Betroffenen erzählten, sich in Deutschland wohl und größtenteils akzeptiert bzw. integriert zu fühlen. Zudem ging ein Gesprächspartner, der noch keinen endgültigen Asylbescheid erhalten hatte, einer Arbeit nach; ein anderer engagierte sich ehrenamtlich als Übersetzer. Dies zeigt, dass es möglich ist, mit der Integration von Flüchtlingen ab dem Tag der Stellung des Asylantrags zu beginnen.

7.2 Detailanalyse der Interviews

An dieser Stelle werden die durchgeführten Interviews im Einzelnen²⁴ betrachtet und interpretiert. Dabei wird für jeden Befragten festgehalten, wie gut er sich bereits in die deutsche Gesellschaft integriert hat. Bei der anschließenden Typenbildung werden diese Informationen dann erneut aufgegriffen.

7.2.1 Ali

Ali ist 33 Jahre alt, stammt aus dem Irak und hält sich seit 27 Monaten in Deutschland auf. In dieser Zeit absolvierte er zunächst einen Sprachkurs auf dem Niveau B1 und begann anschließend, als Kältebauer zu

²⁴ Für eine Übersicht hinsichtlich des Geschlechts und Alters, des Herkunftslandes, Wohnorts sowie des Sprachniveaus der Befragten siehe Anhang 1.

arbeiten. Einen ähnlichen Beruf übte er schon nach seinem Wirtschaftsstudium im Heimatland aus. Da er mit seinen Arbeitskollegen wöchentlich Deutsch spreche und auch abgesehen davon Kontakt zu deutschen Personen habe, könne er deutsche Menschen gut verstehen und sich mit ihnen unterhalten. Auch während des Interviews bestätigte sich, dass er sich ohne große Probleme in der deutschen Sprache verständigen kann. Texte inhaltlich zu begreifen, bereitet ihm nach eigenen Aussagen allerdings noch einige Probleme.

Darüber hinaus rezipiert Ali überwiegend deutsche Medien (insb. das Radio, zuweilen auch das Fernsehen) und interessiert sich für das aktuelle Geschehen in der Bundesrepublik. Die ebenfalls vorhandene Präferenz für Neuigkeiten, die seine Heimat betreffen, sowie die Verwendung seiner Muttersprache zu Hause und bei der Kommunikation mit bestimmten Freunden, stellen in diesem Fall kein Hindernis für eine erfolgreiche Eingliederung dar. Die Informationen über sein Mutterland bezieht er meist durch Unterhaltungen mit Bekannten und Freunden. Hierfür greife er auf das Telefon oder auf Messenger bzw. Social Media-Kanäle zurück, da er irakischen Medienangeboten nicht traue. Des Weiteren nutze er das Internet, um auf deutsche Webseiten mehr aktuelle Informationen über Deutschland zu beziehen.

Dass sich der Befragte selbst noch nicht hierzulande integriert fühlt, ist unter anderem drauf zurückzuführen, dass er diesen Status mit hohen Ansprüchen (z. B. perfektes Deutsch zu sprechen) verknüpft. Ferner wurde der Wunsch Alis deutlich, in seine Heimat zurückzukehren. Da er jedoch nicht glaubt, dass er dieses Vorhaben aufgrund des anhaltenden Krieges in die Tat umsetzen kann, möchte er längerfristig in Deutschland leben und könne sich sogar vorstellen, die deutsche Staatsbürgerschaft zu erwerben. Dies lässt darauf schließen, dass sich der Befragte in der Bundesrepublik wohlfühlt und bereit ist, sich zukünftig noch stärker hierzulande zu integrieren. Insgesamt lässt sich festhalten, dass Ali bereits gut in Deutschland integriert ist.

7.2.2 Tarek

Der zweite Befragte ist ein 29-jähriger Syrer, der sich seit 18 Monaten in Deutschland aufhält. Nachdem er zunächst in Arnstadt gewohnt hatte,

zog er nach dem Abschluss seines Integrationskurses in eine eigene Wohnung nach Erfurt und begann dort einen Sprachkurs auf dem Niveau B2. Seine Deutschkenntnisse schätze er als „sehr gut“ ein, lediglich das Sprechen bereite ihm noch kleine Schwierigkeiten. Letzteres wurde auch während des durchgeführten Interviews deutlich. Des Weiteren kann Tarek eine berufliche Nebentätigkeit und einige soziale Kontakte zu Einheimischen vorweisen. Ferner ist er bereit, die hiesigen vorherrschenden Gesetze zu respektieren, obwohl er diese nicht voll und ganz befürwortet. Nähere Einzelheiten wollte er diesbezüglich nicht preisgeben.

Auffallend war sein starkes Interesse am aktuellen Geschehen in der Heimat, was zu einer starken Rezeption muttersprachlicher Medienangebote führt. Diese Präferenz muss allerdings kein Hindernis für eine erfolgreiche Integration darstellen, da er gleichzeitig auch häufig von deutschen Medien (vorrangig seinem Fernseher) Gebrauch macht, um sich beispielsweise über die politischen Entwicklungen hierzulande zu informieren. Darüber hinaus rezipiere der Befragte täglich aktuelle News über *Facebook*. Neben Nachrichtenseiten aus seiner Heimat folge er dort auch deutschen Medien wie der *Thüringer Allgemeinen*, der *Bild*, der *Welt* und dem *Spiegel*. Ergänzend greife er außerdem auf diverse regionale Internetseiten (z. B. die der Feuerwehr in Arnstadt) sowie spezielle Online-Angebote für Geflüchtete zurück. Überdies mache Tarek zur Kommunikation mit Freunden, zum Übersetzen und Einkaufen sowie für die Suche nach spezifischen Informationen vom Internet Gebrauch.

Ferner fiel auf, dass sich der Befragte selbst noch nicht in Deutschland integriert fühlt. Das lässt sich vor allem auf die (im Vergleich zu seinem Leben im Herkunftsland geringe) Anzahl seiner sozialen Kontakte zurückführen, die für den Gesprächspartner eine große Bedeutung haben. Gelingt es Tarek, eine von ihm angestrebte feste Vollzeitstelle als Koch zu finden, können womöglich weitere Freundschaften aufgebaut und das Zugehörigkeitsgefühl gestärkt werden. Wie die erste befragte Person befindet sich auch Tarek auf einem guten Weg, stark in die deutsche Gesellschaft integriert zu werden.

7.2.3 Banu

Banu ist eine 18 Jahre alte Syrerin und wohnt seit 14 Monaten in Ilmenau, wo sie ein Gymnasium besucht. Zuvor ging sie einige Zeit in eine berufsvorbereitende Schule, um einen Sprachkurs auf dem Niveau A1 zu absolvieren. Ihre Deutschkenntnisse halte sie für mittelmäßig. Zudem koste es die Befragte viel Zeit und Mühe, die deutsche Sprache zu lernen. Diese Anstrengung scheint sich jedoch zu lohnen, denn das Interview verlief bis auf wenige Stellen flüssig. Überdies hat sie zuweilen für die zweite anwesende Interviewpartnerin übersetzt. Außerhalb der Schule spreche sie unter anderem mit Freunden, die kein Arabisch beherrschen, meist Deutsch.

Wenn die Interviewpartnerin den Fernseher nutzt, rezipiere sie hierbei entweder Nachrichten oder schaue mit ihrem Bruder Kinder-sendungen an. Letztere verstehe sie wesentlich besser. Darüber hinaus greife sie gern auf türkische Filme und Nachrichten mit arabischen Übersetzungen zurück. Für arabische Fernsehbeiträge bzw. Videoproduktionen und Unterrichtsvideos für die Schule mache sie zudem von *YouTube* Gebrauch. Radiosender sowie Zeitungen oder Zeitschriften nutze Banu aktuell nicht. Der Schwerpunkt bezüglich ihrer Internetnutzung liegt auf *Facebook*, da sie hierüber eine Fülle an aktuellen Informationen über Deutschland sowie ihre Heimat erhalte und zugleich neue Menschen kennenlernen bzw. – so wie auch über *WhatsApp* – mit ihren Freunden in Kontakt bleiben könne. Überdies geben ihr der *Facebook*-Auftritt und die Homepage der *Deutschen Welle* Hilfe beim Erlernen der deutschen Sprache. Wünschen würde sie sich mehr deutsche Filme mit arabischen Untertiteln.

Auch, wenn Banu ihre Heimat vermisst, zeigen ihre Äußerungen, dass sie sich in der Bundesrepublik wohlfühlt und sich ein Leben hierzulande durchaus vorstellen kann. Darüber hinaus kann die Befragte, trotz des geringen politischen Interesses, ein solides Basiswissen über das deutsche Grundgesetz vorweisen und befürwortet dessen Inhalte. Das Interesse am deutschen Geschehen ist in etwa genauso stark ausgeprägt wie der Wunsch, Neuigkeiten aus ihrer Heimat zu erfahren. Generell lässt sich festhalten, dass sich die Befragte recht gut hierzulande integriert hat.

7.2.4 Yasemin

Yasemin kommt ebenfalls aus Syrien, ist 19 Jahre alt und besucht in Ilmenau die zehnte Klasse einer berufsvorbereitenden Schule. Im Vorfeld absolvierte sie in dieser einen Sprachkurs auf dem Niveau A1. Ihre Deutschkenntnisse schätze sie nach zwei Jahren in der Bundesrepublik noch immer als stark verbesserungswürdig ein. Außerdem falle es ihr generell schwer, die deutsche Sprache zu lernen, was sich auch während des Interviews zeigte. Ohne die Übersetzungshilfen der zweiten Befragten, Banu, wären inhaltlich einige Aspekte verlorengegangen, da manche Fragen von der Interviewten nicht verstanden wurden. Überdies bediente sich die Studienteilnehmerin bei ihren Antworten gern an den Vorlagen von Banu.

Im Vergleich zu den zuvor befragten Geflüchteten konnte sich Yasemin bislang eher wenig in die deutsche Gesellschaft integrieren. Zwar bemüht sie sich einerseits, Kontakte zu Deutschen zu knüpfen, andererseits erfährt sie durch das Mobbing ihrer Mitschüler regelmäßig eine soziale Ausgrenzung. Des Weiteren wurde in dem Interview deutlich, dass sie sich lediglich selten über das politische und tagesaktuelle Geschehen in der Bundesrepublik erkundigt. Letzteres trifft allerdings ebenso auf Informationen zu, die sich auf ihren Herkunftsstaat beziehen. Dieses Desinteresse ist womöglich auch ein Grund dafür, dass die Befragte so gut wie nie auf klassische Medien zurückgreift, sondern fast ausschließlich von *Facebook* Gebrauch macht. Lediglich manchmal schaue sie vereinzelte Sendungen auf RTL oder im KiKA an. TV-Kanäle aus ihrer Heimat sowie Radiosender und Printmedien jeglicher Art rezipiere sie immer dann, wenn Personen aus ihrer Umgebung (z. B. Familienmitglieder) diese gebrauchen. Überdies erzählte die Studienteilnehmerin, dass sie sich in Deutschland wohl, aber noch nicht integriert fühlt und gern in ihre Heimat zurückkehren möchte, wenn es dort keinen Krieg mehr gibt.

7.2.5 Ahmed

Der fünfte Interviewpartner, ein 24 Jahre alter Syrer, hält sich zwar erst seit 14 Monaten in der Bundesrepublik auf, hat jedoch bereits einen

Sprachkurs auf dem Niveau B2 abgeschlossen. Daher ist es kaum verwunderlich, dass er sich selbst gute Deutschkenntnisse zuschreibt, zumal er die deutsche Sprache mittlerweile häufiger gebrauche als seine Muttersprache. Die Verständigung während des Interviews verlief nahezu problemlos und äußerst flüssig. Begründen lässt sich dies sicherlich auch damit, dass er nicht nur viele Freundschaften zu Einheimischen aufgebaut hat, sondern sich darüber hinaus in zwei sozialen Organisationen für Geflüchtete engagiert.

Den Fernseher benutze Ahmed nur selten – und wenn doch, schalte er in der Regel ZDF oder RTL ein. Ebenso wenig Gebrauch mache er von syrischen TV-Kanälen. Syrische Filme und Serien sehe sich der Syrer dagegen oft an, wenn er sich entspannen bzw. von Problemen ablenken möchte. Überdies treffe sich der Geflüchtete manchmal mit Freunden, um sich gemeinsam mit diesen einen deutschen oder arabischen Film anzuschauen. An deutsch- und muttersprachlichen Radiosendern sowie Zeitungen habe er kein Interesse. Eine Ausnahme stellen Bücher dar, die sich der Interviewpartner manchmal aus der Bibliothek ausleihe. Darüber hinaus nutze der Befragte das Internet, um aufkommende Langeweile zu vertreiben oder um sich mithilfe von *Google*, *Wikipedia*, *YouTube* oder *Facebook* über Dinge zu informieren, die ihn gerade interessieren. Möchte er hierbei insbesondere etwas über aktuelle Geschehnisse erfahren, so stelle *Facebook* für Ahmed den wichtigsten Anlaufpunkt dar, weil er dort die Seiten vieler TV-Kanäle (beispielsweise ZDF, RTL, *Al Jazeera*, CNN und BBC) abonniert habe. Das zeigt, dass es dem Studienteilnehmer wichtig ist, nicht nur deutsche und / oder syrische Medien zu rezipieren, sondern er Nachrichten aus den verschiedensten Regionen erhalten möchte. Überdies mache Ahmed mithilfe des Internets von speziellen Medien Gebrauch, die sowohl für Migranten bzw. Geflüchtete als auch von Geflüchteten produziert werden. Hierfür greife er auf diverse *Facebook*-Auftritte und Webseiten (z. B. die der *Deutschen Welle*) sowie einige Apps zurück.

Generell lässt sich festhalten, dass sein Interesse am aktuellen deutschen Geschehen größer ist als jenes am Heimatland. Darüber hinaus zeigt er bezüglich der deutschen Kultur sowie den politischen Entwicklungen eine große Wissbegierde und identifiziert sich mit den hierzulande geltenden Normen und Werten. Als erster Befragter äußer-

te er zudem, sich vorstellen zu können, auch im Falle eines Kriegsendes im Heimatland den Rest seines Lebens in Deutschland zu verbringen. Insgesamt lässt sich somit festhalten, dass der Befragte relativ stark in die deutsche Gesellschaft integriert ist.

7.2.6 Samira

Diese Interviewpartnerin ist 27 Jahre alt, stammt aus Syrien und wohnt seit Kurzem in Leipzig. Während ihres 18-monatigen Aufenthalts in Deutschland hat sie einen Integrationskurs abgeschlossen und somit das Sprachniveau B1 erlangt. Im Alltag könne sie ihre erworbenen Sprachkenntnisse jedoch kaum anwenden. Daher ist es auch kaum verwunderlich, dass sie während des Interviews zuweilen ins Stocken geriet bzw. einige Fragen nicht sofort verstand.

Nichtsdestotrotz kann festgehalten werden, dass die Grundvoraussetzungen für eine erfolgreiche Integration der Befragten gegeben sind, sie ihre Ressourcen aber noch nicht nutzt. So kann sie sich – wenn auch mit einigen Problemen – mithilfe der deutschen Sprache verständigen, möchte hierzulande einer Arbeit nachgehen und habe nicht vor, demnächst in ihr Herkunftsland zurückzugehen, weil sie sich in Deutschland wohlfühle. Allerdings pflegt Samira noch keinen Kontakt zu Einheimischen und macht daher kaum von ihren Sprachkenntnissen Gebrauch.

Deutsche Medien rezipiere sie eher unregelmäßig. Bezüglich des Fernsehens greife Samira hauptsächlich auf syrische Online-Angebote zurück. Mitunter rezipiere sie außerdem deutsche Nachrichtensendungen der ARD und des ZDF oder schaue sich über *YouTube* deutsche Filme an. Möchte die Befragte Radio hören, konsumiere sie vor allem deutschsprachige Sender. Von deutschen Zeitungen mache sie dagegen nie Gebrauch, da sie befürchte, deren Inhalte nicht zu verstehen. Allerdings folge sie auf *Facebook* der Frauenzeitschrift *Brigitte*. Das Internet werde von der Interviewpartnerin überdies genutzt, um mit ihrer Familie Kontakt zu halten, spezifisches Wissen einzuholen sowie um auf *Facebook* aktuelle News zu lesen. Weil sie ihre Heimat sehr vermisse, liege der Fokus ihrer Social Media-Aktivitäten dabei vor allem auf der Rezeption von Neuigkeiten aus Syrien. Ihr Interesse am

aktuellen Geschehen in der Bundesrepublik – und insbesondere an politischen Neuigkeiten – ist hingegen eher gering ausgeprägt ist.

Gelingt es der Interviewpartnerin in Zukunft, ihre Ziele zu verwirklichen und in der Bundesrepublik eine Arbeitsstelle zu finden, so könnte sie ihre Deutschkenntnisse weiter verbessern und vielleicht auch soziale Beziehungen zu Einheimischen aufbauen, was wiederum eine stärkere Eingliederung in die Gesellschaft zur Folge hätte.

7.2.7 Djamal

Djamal ist der jüngere Bruder von Samira, 20 Jahre alt und ebenfalls seit 18 Monaten in Deutschland. Er wohnt allein in Arnstadt und besucht dort einen Integrationskurs, im Rahmen dessen er bereits das Sprachniveau A2 erreicht hat. Grundsätzlich falle es ihm leicht, Deutsch zu lernen. Im Alltag benutze Djamal die deutsche Sprache vorwiegend, um sich mit seiner deutschen Partnerin zu verständigen; nähere Kontakte zu anderen Einheimischen sind nicht vorhanden. Im Interview hingen die Sprachkenntnisse Djamals sehr vom jeweiligen Themengebiet ab, entsprachen aber insgesamt dem A2-Niveau.

Besonders deutlich wurde, dass Djamal hauptsächlich durch seine Lebensgefährtin dazu motiviert wird, deutsche Medien zu nutzen. So schaue er mit dieser beispielsweise verschiedene deutsche Filme oder Serien über das Internet an. Manchmal rezipiere er zudem deutsche TV-Sender. Auf Produktionen aus seinem Heimatland greife er immer dann zurück, wenn er eine arabische Serie sehen möchte. Ferner höre er zwar mitunter deutsches Radio, achte hierbei jedoch nicht auf die Nachrichten. Zeitungen bzw. Zeitschriften nutze er ebenso wie seine Schwester weder in gedruckter noch in digitaler Form. Allerdings habe er im Gegensatz zu ihr schon in einem deutschen Kinderbuch gelesen, um seine Deutschkenntnisse zu verbessern. Geht Djamal ins Internet, so mache er fast ausschließlich von *Facebook* Gebrauch, um beispielsweise Neuigkeiten über seine Heimat zu lesen oder den Kontakt zu Freunden zu pflegen. Darüber hinaus rufe er manchmal spezifische Webseiten von anderen in Deutschland lebenden Flüchtlingen auf.

Im weiteren Verlauf des Gesprächs äußerte Djamal den Wunsch, hierzulande eine Arbeitsstelle zu finden. Interesse am aktuel-

len deutschen Geschehen war dagegen genauso wenig erkennbar wie Kenntnisse über das politische System der Bundesrepublik. Insgesamt betrachtet ließ sich daher feststellen, dass vorrangig seine Lebensgefährtin dazu beiträgt, dass sich der Syrer nach und nach hierzulande in die Gesellschaft eingliedert. Bislang ist er hierzulande jedoch nur wenig integriert.

7.2.8 Fatih

Dieser geflüchtete Syrer ist 25 Jahre alt, hält sich seit acht Monaten in der Bundesrepublik auf und lebt in Arnstadt. Dort besucht er einen Integrationskurs auf dem Niveau B1. Zu Beginn des Interviews erzählte der Befragte, dass ihm insbesondere das Lesen deutscher Texte noch schwerfalle, er aber gut Deutsch sprechen und Einheimische verstehen könne, solange diese einfache Wörter benutzen. Doch obwohl bei der Erstellung des Interviewleitfadens auf eine leicht verständliche Sprache geachtet wurde, fiel ihm sowohl das Verstehen als auch das Beantworten der Fragen des Öfteren schwer.

Hinsichtlich der Mediennutzung lässt sich feststellen, dass Fatih den Fernseher hauptsächlich habituell zur Unterhaltung nutzt. Dabei mache er von RTL, VOX und dem ZDF Gebrauch. Überdies rezipiere er über das Internet Filme mit deutschen Untertiteln, um seine Sprachkenntnisse zu verbessern. Auf arabische Videoproduktionen greife er nur noch selten zurück. Gleiches treffe ebenso auf Radiosender seines Heimatlandes zu. Hin und wieder nutze er zudem deutsche Radiokanäle, um die Nachrichten oder den Wetterbericht zu hören. Diese zu verstehen, sei jedoch nicht einfach. Des Weiteren erzählte der Befragte, dass er bezüglich der Printmedien lediglich arabische Zeitungen über das Internet rezipiere. Ferner benutze er das World Wide Web, um mithilfe von *WhatsApp* mit seiner Familie in Kontakt zu bleiben und um über *Twitter* und *Facebook* Neuigkeiten aus dem Heimatland zu erfahren. Möchte er aktuelle Informationen über die Bundesrepublik erhalten, so schaue er auf die *Facebook*-Seite der *Deutschen Welle*.

Interesse an den gegenwärtigen Geschehnissen in der Bundesrepublik waren, ebenso wie ein evidenter Bleibewunsch, nicht erkennbar. Allerdings hegt Fatih den Wunsch, hierzulande einer Arbeit nach-

zugehen und in einigen Jahren nach Westdeutschland umziehen zu können, da er glaube, dass die Akzeptanz von Geflüchteten dort größer ist. Insgesamt betrachtet hat sich Fatih bislang nur mäßig in die deutsche Gesellschaft integriert.

7.2.9 Alia

Alia, eine 18 Jahre alte Syrerin, ist vor 16 Monaten mit ihren Eltern und ihrer Schwester nach Deutschland gekommen und wohnt mit diesen in Arnstadt. Sie absolviert den gleichen Integrationskurs wie Fatih, der vorherige Interviewpartner. Das Lernen der deutschen Sprache fällt ihr nach eigener Aussage sehr schwer. Inzwischen könne sie aber gut Deutsch sprechen und Einheimische verstehen, sofern diese langsam reden. Im Interview zeigten sich an vielen Stellen noch große Sprachprobleme, die dank der Übersetzungshilfe von Fatih jedoch nicht zum Abbruch des Gesprächs führten. Allerdings erhielt die Interviewerin an vielen Stellen sehr kurze bzw. einsilbige Antworten, die sich an den Aussagen von Fatih orientierten.

In ihrer Freizeit schaue Alia gern vom deutschen Fernsehen ausgestrahlte Kindersendungen oder Filme an; für arabische Filme greife sie auf das Internet zurück. Radio höre sie im Gegensatz hierzu nie. Ferner habe Alia bereits ab und zu eine deutsche Zeitung bzw. ein deutsches Buch gelesen. Damit beabsichtige sie, ihre Deutschkenntnisse zu verbessern. Oftmals benutze sie zu diesem Zweck auch Angebote auf *Facebook* oder die Video-Plattform *YouTube*. Im weiteren Verlauf des Gesprächs erzählte Alia, dass sie vor ihrer Flucht nach Deutschland zunächst zwei Jahre in der Türkei lebte und daher nicht mehr an syrischen Nachrichten interessiert sei. Ebenso wenig habe sie allerdings den Wunsch, etwas über die gegenwärtigen Ereignisse in der Türkei zu erfahren. Dies lässt darauf schließen, dass sie Medien aus ihrem Herkunftsland ausschließlich zu Unterhaltungszwecken konsumiert. Neuigkeiten, die Deutschland betreffen, erfahre die Geflüchtete über *Facebook* oder Nachrichtensendungen im deutschen Fernsehen. Zudem äußerte sie, manchmal im Radio Nachrichten zu hören. Diese Aussage widerspricht jedoch ihrer zuvor gemachten Bemerkung, nie vom Radio Gebrauch zu machen.

Des Weiteren war festzustellen, dass die Befragte kein politisches Interesse besitzt und lediglich äußerst spärliche Kenntnisse hinsichtlich der in Deutschland geltenden Gesetze vorweisen kann. Alles in allem hat sich die Interviewpartnerin trotz eines ausgeprägten Bleibewunsches erst wenig hierzulande integrieren können.

7.2.10 Emal

Emal stammt aus Afghanistan, lebt seit 17 Monaten in Deutschland und wohnt in Stadtilm, wo er einen Integrationskurs auf dem Niveau B1 besucht. Mit einem Alter von 37 Jahren ist er der zweitälteste Befragte der Studie. Obwohl ihm das Lesen von deutschen Texten noch schwerfalle, könne er sich mittlerweile gut auf Deutsch unterhalten. Dies kann von der Interviewerin bestätigt werden.

Wenn er den Fernseher nutzt, so rezipiere der Geflüchtete entweder zusammen mit seiner Tochter (mit der er sich täglich auf Deutsch unterhalte) Kindersendungen oder schaue gemeinsam mit seiner Frau die Nachrichten. Zudem diene ihm das Fernsehen am Abend bevorzugt dazu, seine Probleme zu vergessen und anschließend gut schlafen zu können. Interesse zeigte er diesbezüglich insbesondere an indischen Filmen, die er entweder auf dem deutschsprachigen TV-Sender *Zee.One* anschau oder bei seinem Nachbar über das Internet mit deutschen Untertiteln herunterlade. In beiden Fällen könne er den Inhalt gut verstehen. Von deutschen sowie ausländischen Radiosendern und Printmedien mache er dagegen nie Gebrauch. Eine Ausnahme stellen die Angebotsblätter der kostenlosen Zeitungen dar, die jede Woche frei Haus geliefert werden. Messenger und Webseiten werden von Emal (abgesehen von dem gelegentlichen Zugriff auf Download-Plattformen) nicht genutzt, da er kein internetfähiges Handy besitze und auch über den Laptop nur bei seinem Nachbar auf das World Wide Web zugreifen könne. Abgesehen davon habe er aufgrund des Kabelfernsehens nicht die Chance, afghanische TV-Kanäle mittels Fernseher zu rezipieren. Dies ist für Emal nach eigenen Angaben aber auch nicht wichtig. Er sei ausschließlich daran interessiert, zu erfahren, was in Deutschland passiert. Nachrichten aus Afghanistan spielen für ihn ergo keine Rolle mehr.

Seine Informationen über die Bundesrepublik erhalte der Befragte nicht nur über die Medien, sondern zugleich durch Gespräche mit deutschen Nachbarn, zu denen er ein gutes Verhältnis pflege. Für seine Zukunft wünsche sich der Studienteilnehmer, hierzulande ein geregeltes Leben führen zu können. Als Gesamteindruck des Interviews lässt sich festhalten, dass Emal bemüht ist, sich in Deutschland zu integrieren und ihm dies auch bereits recht gut gelingt.

7.2.11 Navid

Wie der vorherige Interviewpartner ist Navid mit seiner Frau und Tochter aus Afghanistan geflüchtet. Er ist 33 Jahre alt, seit einem Jahr in Deutschland und wohnt in Arnstadt. Dort besucht er einen Integrationskurs, in dessen Rahmen er das Sprachniveau A2 erreicht hat. Seine Deutschkenntnisse bewertete er als gut. Diese Einschätzung kann durch die Interviewerin allerdings nicht bestätigt werden, da im Laufe des Gesprächs immer wieder Verständigungsprobleme auftraten.

Wenn der Interviewpartner fernsieht, mache er lediglich von einem deutschen Sender Gebrauch: Im ZDF schaue er sowohl Nachrichten als auch Filme an. Des Weiteren nutze er die Möglichkeit, TV-Kanäle aus seinem Herkunftsstaat zu empfangen. Ergänzt wird Navids Medienkonsum zuweilen durch das Hören deutscher Radiosender sowie das Lesen von deutschen Kinderbüchern und Zeitungen. Um weitere Nachrichten rezipieren zu können, greife er auf das Online-Angebot der *Deutschen Welle* zurück. Überdies besuche er *Facebook*, wenn er nähere Informationen darüber erhalten möchte, was es in seiner Heimat Neues gibt. *WhatsApp* und *Viber* dienen ihm dazu, mit seinen Freunden und seiner Familie in Kontakt zu bleiben.

Insgesamt betrachtet konnte sich Navid trotz vorhandenen Bleibewunsches bisher nur mäßig in Deutschland integrieren. Die deutsche Sprache kommt in seinem Alltag kaum zur Anwendung, da er sich zu Hause und mit seinen Freunden fast ausschließlich auf Dari unterhält. Näheren Kontakt zu deutschen Personen hat der Gesprächspartner in der Regel lediglich einmal pro Woche. Wenn er von Medien Gebrauch macht, scheint sein Interesse an den aktuellen Entwicklungen in der Bundesrepublik stärker ausgeprägt zu sein als jenes an Afgha-

nistan. Dennoch konnte er während des Interviews nur geringe Kenntnisse bezüglich der deutschen Politik nachweisen.

7.2.12 Hasim

Der 22-jährige Afghane Hasim lebt seit einem Jahr in Deutschland und wohnt mit anderen Geflüchteten in einem Arnstädter Wohnheim. Auch er besucht einen Integrationskurs und hat in dessen Rahmen das Sprachniveau A2 abgeschlossen. Dies ermöglicht es ihm, Unterhaltungen auf Deutsch zu führen und deutsche Medien zu rezipieren. Während des Interviews wurde deutlich, dass er sich bereits über sein Sprachniveau hinaus in der deutschen Sprache verständigen kann.

Darüber hinaus erzählte der Interviewpartner, hauptsächlich deutsche Medien zu konsumieren. Vor allem am Nachmittag bzw. Abend greife er immer wieder auf das Fernsehen zurück, um deutschsprachige Filme oder Comedysendungen zu rezipieren. An Videoproduktionen aus seinem Heimatland habe er dagegen kein Interesse mehr. Auf Printmedien greife der Befragte immer dann zurück, wenn er im Wartezimmer eines Arztes die Zeit bis zu seinem Termin überbrücken muss. Radio hört Hasim laut seinen Äußerungen nie. Im Internet sei er dagegen oft unterwegs, um über *Google* bzw. *YouTube* bestimmte Informationen über Deutschland oder seine Heimat zu suchen. Ferner stelle *Facebook* für ihn gewissermaßen das *Tor zur Welt* dar, weil er über die Social Media-Plattform Neuigkeiten aus einer Vielzahl von Ländern erfahren und mit Personen verschiedener Nationalitäten schreiben kann. Aus diesem Grund sei es neben *YouTube* für ihn auch die Hauptinformationsquelle, wenn er aktuelle Informationen zum Geschehen in Deutschland erhalten möchte. Vorrangig greife er dabei auf die Posts der *Deutschen Welle* zurück.

Abgesehen hiervon weist Hasim sowohl ein großes Politikinteresse als auch Kenntnisse bezüglich der aktuellen Regierung auf, obwohl er noch keinen Orientierungskurs besucht hat. Defizite im Integrationsprozess zeigt er dagegen vor allem im sozialen Bereich, da er noch keine Freundschaften zu Einheimischen knüpfen konnte. Beginnt er nach dem Abschluss des Integrationskurses wie geplant eine Ausbildung, so wird sich dies möglicherweise ändern. Dass er innerhalb der

nächsten Jahre in sein Herkunftsland zurückkehren kann, betrachtet der Befragte aufgrund der aktuellen Sicherheitslage in Afghanistan als unrealistisch. Als Fazit soll festgehalten werden, dass sich der Afghane schon gut in die Bundesrepublik integriert hat.

7.2.13 Raoul

Raoul stammt aus Afghanistan, ist 29 Jahre alt und seit 17 Monaten in Deutschland. Ebenso wie Hasim ist auch er in einem Wohnheim in Arnstadt zu Hause und absolviert aktuell einen Integrationskurs auf dem Niveau B1. Zuvor habe er auf eigenen Wunsch bereits an einem anderen Sprachkurs teilgenommen. Überdies war er in der Vergangenheit als Übersetzer für das Sozialamt tätig war. Es ist somit kaum verwunderlich, dass das Interview mit ihm flüssig und ohne größere Probleme verlief.

Am Abend schaue der Befragte oftmals deutsches Fernsehen an. Gern rezipiere er dabei Filme oder – aufgrund der besseren Verständlichkeit – Cartoons für Kinder. Hierbei könne er sich gut entspannen. Auf afghanische TV-Sendungen greife der Interviewpartner nicht mehr zurück. Gleiches gelte für deutsche und ausländische Radioprogramme. Zeitungen nutze Raoul gelegentlich, um in den darin veröffentlichten Anzeigen nach einer neuen Wohnung zu schauen. Des Weiteren habe er ein deutschsprachiges Kinderbuch gelesen. Wenn er sich über die aktuellen Geschehnisse in der Welt informieren möchte, besuche Raoul die Social Media-Plattform *Facebook*. Meldungen aus seinem Herkunftsland nehme er dort allerdings nicht gern wahr, da diese seiner Meinung nach fast immer Kriegsgeschehnisse dokumentieren. Ferner sehe er sich häufig Videos für Geflüchtete bzw. von Geflüchteten auf *YouTube* an, um sich über die deutsche Kultur und Politik zu informieren oder Hilfe beim Deutschlernen zu bekommen.

Zuweilen erweitere Raoul sein Wissen außerdem durch Gespräche mit Deutschen. Vermutlich vermitteln ihm diese Interaktionen auch das von ihm geäußerte Gefühl, gut über die Politik der Bundesrepublik informiert zu sein. Im Verlauf des Interviews stellten sich jedoch vor allem bezüglich der geltenden Gesetze noch große Wissenslücken heraus. Dies ändert allerdings nichts daran, dass sich der Studienteil-

nehmer schon recht stark in Deutschland integrieren konnte. In sein Heimatland zurückkehren wolle der Interviewpartner erst bzw. nur dann, wenn dort kein Krieg mehr herrscht.

7.2.14 Mohammad

Mohammad ist ein 21-jähriger Syrer, der sich seit 14 Monaten in der Bundesrepublik aufhält und in einem Einzelzimmer eines Arnstädter Wohnheims lebt. Im Rahmen des Integrationskurses, den er besucht, hat er bisher das Sprachniveau A2 erreicht. Obwohl es ihm nicht leicht falle, die deutsche Sprache zu lernen, kann er laut eigener Einschätzung bereits gut Deutsch verstehen und sprechen. Die Interviewerin hatte allerdings vielmehr den Eindruck, dass ihm die Verständigung auf Deutsch noch große Probleme bereitet. Vermutlich ist dies unter anderem darauf zurückzuführen, dass er in seinem Alltag kaum Kontakt zu deutschen Personen hat und seine Sprachkenntnisse daher nur selten Anwendung finden.

Seinen Fernseher, über den er ausschließlich deutsche Kanäle empfangen könne, benutze der Geflüchtete zum Anschauen von Filmen und Sportberichterstattungen, die er größtenteils gut verstehe. Daneben rezipiere er über das Internet oft syrische Serien. Von Radiosendern und Printmedien mache er demgegenüber nie Gebrauch. Um mit seiner Familie in Kontakt zu bleiben, greife der Befragte auf *WhatsApp* zurück. Informationen zu aktuellen Geschehnissen in Deutsch- bzw. in seinem Herkunftsland erhalte Mohammad fast ausschließlich über *Facebook*. Zusätzlich sehe er sich über *Facebook* oder *YouTube* Videos an, die ihn beim Lernen der deutschen Sprache unterstützen oder Kenntnisse über die Bundesrepublik vermitteln.

Alles in allem lässt sich eruieren, dass der Schwerpunkt des medialen Interesses von Mohammad auf Inhalten zu liegen scheint, die seine Heimat thematisieren. Daher überrascht es wenig, dass während des Interviews nur geringe Kenntnisse bezüglich der deutschen Politik zutage traten und der Syrer irgendwann gern wieder in seinem Herkunftsland leben würde. Wird das Interview in seiner Gesamtheit betrachtet, so lässt sich eruieren, dass der Befragte noch am Anfang der Integration steht.

7.2.15 Daja

Auch Daja kommt aus Syrien, ist 32 Jahre alt und lebt mit ihrem Mann und drei Kindern seit etwa zwei Jahren in Deutschland. In Arnstadt, ihrem Wohnort, besucht sie einen Integrationskurs auf dem Niveau B1. Ihre Deutschkenntnisse schätze sie selbst als gut ein. Während des Interviews zeigten sich allerdings große Verständigungsprobleme. Es ist daher davon auszugehen, dass ihr die Verwendung der deutschen Sprache große Schwierigkeiten bereitet.

Nutzt die Interviewpartnerin den Fernseher, schaue sie meist zusammen mit ihren Kindern den KiKA an, um ihr Deutsch zu verbessern. Das Verstehen von TV-Sendungen falle ihr aber noch immer schwer. Dies ist als weiterer Hinweis darauf anzusehen, dass ihre Deutschkenntnisse bislang lediglich gering ausgeprägt sind. Mithilfe des Internets rezipiere Daja regelmäßig syrische Serien und besuche die Homepage des Senders *Al Jazeera*, um sich über die aktuellen Geschehnisse in ihrem Herkunftsland zu informieren. Nach deutschlandbezogenen Neuigkeiten suche sie dagegen nicht gezielt. Diese erfahre sie, wenn ihr Mann, der die deutsche Sprache gut beherrsche, eine deutsche TV-Nachrichtensendung ansieht und sie zufällig mithört. Von *Facebook* mache Daja keinen Gebrauch. Allerdings nutze sie diverse Messenger wie *WhatsApp* oder *Viber*, um mit ihren Verwandten Kontakt zu halten. Daneben greife die Befragte manchmal auf deutsche Radiosender zurück, um ihre Sprachkenntnisse auszubauen. Hilfe beim Verstehen der Moderationen bzw. Nachrichten erhalte sie dann von ihrem Partner. Ferner lese Daja Kinderbücher sowie die Kleinanzeigen von den Zeitungen, die sie wöchentlich kostenlos in ihrem Briefkasten finde.

Kulturelle Normen und Werte lerne Daja vor allem durch das deutsche Fernsehen sowie die Gespräche mit ihren deutschen Nachbarn. Während des Interviews traten jedoch große Lücken hinsichtlich des Wissen um deutsche Gesetze, politische Geschehnisse sowie der deutschen Lebensweise zutage. Darüber hinaus schien sie im Vergleich zu den anderen Studienteilnehmern mehr Antworten an der sozialen Erwünschtheit auszurichten, viele Fragen beantwortete sie kurz und zurückhaltend. Abgesehen davon deuten viele Punkte darauf

hin, dass sich die Studienteilnehmerin lediglich gering in die Bundesrepublik integriert hat.

7.2.16 Abdul

Abdul ist ein 32 Jahre alter Syrer, der sich 16 Monaten in Deutschland aufhält. Nachdem er zunächst nur mit seiner Frau geflüchtet war, konnte er seinen Sohn später in die Bundesrepublik nachholen. Mit diesem, seiner Frau sowie einer hier geborenen Tochter lebt er nun in einer Wohnung in Jena. Im Anschluss an die Absolvierung seines Integrationskurses besuchte er einen weiteren Deutschkurs auf dem Niveau B2, den er wenige Tage vor dem Interview abschloss. Seine Deutschkenntnisse bewertete er schlechter als die Interviewerin. Während des Gesprächs traten kaum Verständigungsprobleme auf.

Seinen Fernseher nutze der Studienteilnehmer nie. Ebenso rezipiere er fast keine Videoproduktionen aus seinem Herkunftsland, sondern schaue über *YouTube* englische Filme und Serien an. Des Weiteren suche er über ebendieses Videoportal oder eine Streaming-Plattform des Öfteren nach deutschsprachigen Sendungen oder Filmen, um seine Sprachkenntnisse zu verbessern. Auf das Radio greife der Gesprächspartner jeden Morgen zurück. Oftmals höre er dabei *Deutschlandfunk Kultur* oder den englischsprachigen Sender *Radio Paradise*. Ferner lese Abdul kostenlose Wochenzeitungen und besuche den *Facebook*-Auftritt des *Spiegels*. Die dort veröffentlichten Inhalte verstehe er, ebenso wie deutsche Radionachrichten und Filme auf *YouTube*, recht gut. Auch von speziellen Online-Angeboten für Geflüchtete, die ihm beispielsweise die deutsche Kultur näherbringen, mache der Befragte Gebrauch. Zu nennen sind diesbezüglich etwa die Internetauftritte von *GLS (German Lifestyle)* sowie des *WDR for you*.

Wie sich während des Gesprächs zeigte, hat sich der Studienteilnehmer gut in die deutsche Gesellschaft integriert. Freundschaften zu Deutschen zu knüpfen gelang ihm zwar noch nicht, allerdings ist er als Übersetzer in eine soziale Organisation eingebunden. Darüber hinaus ist sehr am kulturellen und politischen Geschehen hierzulande interessiert. Für die nahe Zukunft wünsche sich Abdul besonders, hierzulande eine Arbeit zu finden, um sich noch stärker in die Gesellschaft

eingliedern zu können und die Möglichkeit zu haben, sich ein Leben in Deutschland aufzubauen.

7.2.17 Khalil

Khalil ist mit 38 Jahren der älteste Studienteilnehmer. Nachdem er zunächst von Syrien nach China gegangen war, um dort zu promovieren, flüchtete er vor über drei Jahren nach Deutschland. Mittlerweile hat er eine eigene Wohnung in Jena bezogen. Seine Deutschkenntnisse sind auf dem Niveau B2. Dennoch bereite ihm das Verstehen der deutschen Sprache zuweilen noch Probleme. Dies sei vor allem dann der Fall, wenn sein Gegenüber sehr schnell spricht. Das Interview verlief allerdings nahezu problemlos.

Obwohl Khalil einen Fernseher besitzt, nutze er diesen nur selten. Meist sehe er sich dann Dokumentarfilme oder Nachrichten an. Wesentlich häufiger mache er jedoch von den Apps des ZDF sowie der ARD Gebrauch, um die Programminhalte der Sender abzurufen. Sein Interessenschwerpunkt liege hierbei auf Nachrichtensendungen, zumal er diese besser verstehe als deutschsprachige Filme. Dennoch schaue er sich gelegentlich gemeinsam mit anderen Flüchtlingen einen deutschen Film an. Daneben mache der Interviewte von den Online-Angeboten arabischer Nachrichtensender (beispielsweise *CNN Arabic*) Gebrauch und rezipiere mittels *YouTube* ältere syrische TV-Sendungen. Deutsches Radio höre Khalil in erster Linie, um sein Hörverstehen zu trainieren. Syrische Radioprogramme nutze er überhaupt nicht mehr. Anders verhalte es sich bezüglich der Rezeption von Printmedien. Während er online bestimmte syrische Zeitungen lese, um über die aktuelle Lage in seiner Heimat auf dem Laufenden zu bleiben, verzichte er aus Angst vor Problemen hinsichtlich des Verstehens der Inhalte auf deutsche Zeitungen, Zeitschriften und Bücher.

Dass der Befragte vor seiner Flucht im Jahr 2014 bereits mehrmals vergeblich versucht hatte, nach Deutschland zu kommen, ist womöglich ein Grund für seine starken Bemühungen, sich hierzulande zu integrieren – was ihm auch bereits gut gelungen ist. So hat sich bereits eine Arbeitsstelle gesucht und scheint er ein ausgeprägtes Interesse am kulturellen Geschehen in der Bundesrepublik zu besitzen. Bezüglich

der deutschen Politik zeigt der Interviewpartner lediglich für die Thematiken und Gesetze Interesse, die ihn bzw. Flüchtlinge im Allgemeinen betreffen. Ebendiese zu kennen, erachtet er jedoch als besonders wichtig, wenn Asylberechtigte hierzulande integriert werden sollen. Er selbst fühlt sich in die Gesellschaft aufgenommen, wünsche sich aber mehr Kontakt zu Einheimischen. Mit der Aufnahme seiner Arbeitsstelle wird ihm dies womöglich auch gelingen.

7.2.18 Omar

Omar ist 24 Jahre alt und kommt ursprünglich aus Syrien. Nachdem er für etwa 17 Monate in einem Asylheim lebte, konnte er vor Kurzem eine eigene Wohnung in Neustadt an der Orla beziehen. Seine Deutschkenntnisse habe er sich bis zum Niveau B1 allein angeeignet, bevor er einen B2-Kurs zu absolvieren begann. Seine Sprechfähigkeit stuft er, wie sich im Interview herausstellte, grundlos als weniger gut ein, da er problemlos auf Deutsch kommunizieren kann. In seinem Alltag spreche er sowohl mit einheimischen Personen als auch mit migrantischen Freunden sowie hier geborenen Verwandten Deutsch. Seine Arbeit als Kellner in einem Restaurant lässt zudem weitere Kontakte mit deutschen Kollegen und Kunden vermuten.

Vom deutschen Fernsehen mache der Befragte in der Regel nur selten Gebrauch. Oftmals greife er dann auf die Nachrichten des ZDF oder Unterhaltungsformate wie *Das Supertalent* auf RTL zurück. Das Anschauen der deutschsprachigen Sendungen helfe ihm dabei, seine Sprachkenntnisse zu verbessern. Syrisches Fernsehen nutze er nicht mehr. Vielmehr lese er täglich mittels *Facebook* die Berichte, die die Zeitungen aus seiner Heimat dort veröffentlichen. Was deutsche Printmedien anbelangt, so greife Omar lediglich auf Kinderbücher zurück, da diese einfacher zu verstehen seien als hierzulande veröffentlichte Zeitungen. Deutsches Radio höre der Studienteilnehmer habituell jeden Morgen, an syrischen Radioprogrammen habe er dagegen kein Interesse mehr. Möchte er abseits der Radio- und Fernsehprogramme etwas über die gegenwärtigen Ereignisse in der Bundesrepublik erfahren, besuche der Befragte die *Facebook*-Seite der *Deutschen Welle*. Zusätzlich erhalte er durch eine speziell für Geflüchtete angefertigte *Facebook*-Seite

des SWR wichtige Informationen über das Leben in der Bundesrepublik. Ferner nutze er das Internet, um mit seiner Familie Kontakt zu halten und auf arabischen Webseiten sowie bei *Facebook* gezielt nach Sport-News, die sich vorrangig auf den europäischen Fußball beziehen, zu suchen.

Wenn Omar sein Wissen über die deutsche Kultur erweitern möchte, gelangt er vor allem mittels sozialer Netzwerke an neue Informationen. Darüber hinaus scheint Omar generell sehr politikinteressiert zu sein. Grundsätzlich habe er das Gefühl, gut über die Politik der Bundesrepublik informiert zu sein. Doch obwohl sein Herz für Syrien schlägt und er gern dorthin zurückkehren würde, macht das Interview deutlich, dass sich der Studienteilnehmer gut in Deutschland integriert hat.

7.2.19 Kadir

Der 31-jährige Syrer hält sich seit 15 Monaten in der Bundesrepublik auf und lebt allein in einer Wohnung in Pößneck. Nach dem erfolgreichen Abschluss eines Integrationskurses besuchte er zum Zeitpunkt des Interviews einen Sprachkurs auf dem Niveau B2. Da er keinen Kontakt zu Einheimischen habe, falle es ihm aber schwer, Deutsch zu sprechen, was auch während des Interviews deutlich wurde.

Einen Fernseher und ein Radio besitze der Befragte nicht. Allerdings nutze er seinen Laptop bzw. sein Smartphone, um über das Internet deutsche, arabische sowie hin und wieder auch englischsprachige Nachrichten anzuschauen. Zuweilen rezipiere er zudem allein oder mit Freunden Filme in deutscher Sprache oder mit deutschen Untertiteln. Von Radiosendern sowie Printmedien mache Kadir mit Ausnahme von kostenlosen Wurfzeitungen generell keinen Gebrauch. Auf das Web greife er zurück, um sich beim Spielen von Onlinegames zu entspannen oder mittels *WhatsApp* und *Facebook* mit seinen Verwandten in Syrien Kontakt zu halten. Des Weiteren folge er auf *Facebook* und *Twitter* verschiedenen Seiten bzw. Personen, um diverse News (z. B. Sportnews) zu erhalten. Überdies schaue er sich des Öfteren *YouTube*-

Videos an, in denen ein Geflüchteter Kenntnisse über die deutsche Kultur vermittelt.

Auffällig ist, dass sich der Befragte, abgesehen von der gelegentlichen Nachrichtenrezeption, scheinbar nie gezielt über das gegenwärtige politische Geschehen in Deutschland oder seinem Herkunftsstaat informiert. Folglich konnte er auch nur äußerst geringe Kenntnisse über die deutschen Gesetze vorweisen. Besonders wichtig scheint es für den Gesprächspartner zu sein, zukünftig eine Arbeitsstelle hierzulande zu finden. Zugleich vermittelte er im Interview den Eindruck, seine Heimat sehr zu vermissen und gern dorthin zurückkehren zu wollen. Obwohl er sich seinem Gefühl zufolge schon in die deutsche Gesellschaft eingegliedert hat, ist dies aus einem objektiven Blickwinkel heraus nicht der Fall.

7.2.20 Mustafa

Dieser Befragte stammt aus Syrien, ist 23 Jahre alt und seit 18 Monaten in Deutschland. Vor rund einem Jahr bezog er eine Wohnung in Pößneck. Da er seinen Integrationskurs bereits erfolgreich beendet hat, absolviert Mustafa einen weiteren Sprachkurs auf dem Niveau B2. Seine Deutschkenntnisse schätze er als mittelmäßig ein. Allerdings sei er bestrebt, diese weiter zu verbessern, da er zukünftig in der Bundesrepublik studieren wolle. Während des Gesprächs vermittelt er den Eindruck, flüssige Unterhaltungen auf Deutsch führen zu können.

Den fehlenden Kontakt zu Einheimischen versucht Mustafa durch die Nutzung national produzierter Medien zu kompensieren. So mache er beispielsweise nicht von muttersprachlichen, aber deutschen Radioprogrammen und Printmedien Gebrauch. Auf Letztere greife er jedoch eher selten zurück, da es ihm schwerfalle, Sätze zu verstehen, die in der Vergangenheitsform geschrieben sind. Rezipiert er dennoch deutsche Printmedien, so seien dies meist kostenlose Briefkastenzeitungen oder Online-Meldungen der *Bild*. Einen Fernseher besitze der Geflüchtete nicht. Stattdessen benutze er seinen Laptop für das Schauen von deutschen Nachrichten, Filmen und Sportsendungen. Arabische Filme und Serien konsumiere er nur noch selten. Eine Ausnahme stelle

das Online-Angebot des Nachrichtensenders *Al Jazeera* dar, durch das er regelmäßig aktuelle Informationen über sein Heimatland einhole.

Vom Internet mache der Interviewte Gebrauch, um per *WhatsApp* oder anderen Messengern mit seiner Familie Kontakt zu halten, nach bestimmten Informationen zu suchen oder bei *Facebook* nach Neuigkeiten zu schauen. Worauf sich ebendiese Neuigkeiten beziehen, sei dabei sehr verschieden. Neben einer Vielzahl von syrischen Profilen folge er bei *Facebook* inzwischen auch einigen deutschen Seiten, zum Beispiel der der *Deutschen Welle*. Hierüber sowie über die Veröffentlichungen der *Bild* und die Nachrichtensendungen des ZDF oder der ARD bleibe er über die aktuellen Geschehnisse in der Bundesrepublik auf dem Laufenden. Ferner äußerte Mustafa Grundkenntnisse in Bezug auf die hierzulande geltenden Gesetze. Weil er vorerst nicht nach Syrien zurückkehren möchte, scheint es ihm auch persönlich wichtig zu sein, sich in die deutsche Gesellschaft zu integrieren, was ihm bereits gut gelungen ist.

7.2.21 Nasser

Der 27-jährige Nasser kommt ursprünglich aus Afghanistan, lebte vor seiner Ankunft in Deutschland vor dreieinhalb Jahren jedoch schon etwa neun Jahre in Europa. Mittlerweile konnte er eine eigene Wohnung in Pößneck beziehen. Da er bereits einen Integrationskurs abgeschlossen hat, besucht er eine berufsbezogene Deutschförderung auf dem Niveau B2. Seine Deutschkenntnisse schätzte er größtenteils als gut ein. Manchmal bereite es ihm allerdings Probleme, Personen zu verstehen, die kein Hochdeutsch sprechen. Des Weiteren arbeite er ehrenamtlich als Übersetzer und habe in seiner Freizeit des Öfteren mit deutschen Menschen Kontakt. Doch auch mit den Freunden, die nicht wie er aus Afghanistan kommen, unterhalte sich der Interviewte auf Deutsch. Dass das Interview mit ihm flüssig verlief, ist daher wenig überraschend.

Von seinem Fernseher mache der Geflüchtete in der Regel ausschließlich am Wochenende oder in stressigen Situationen Gebrauch. Dann schaue er entweder die Nachrichten an oder bleibe spontan bei einer Sendung bzw. einem Film hängen. Meist verstehe er die Inhalte

der TV-Sendungen recht gut. Daneben nutze der Interviewpartner hin und wieder die Online-Angebote der ARD und des ZDF, um weitere Nachrichten auf Deutsch bzw. in seiner Muttersprache zu rezipieren. Auf *YouTube* greife er dagegen nur zurück, wenn ihm langweilig ist oder er etwas Lustiges sehen möchte. An Fernsehsendungen, Filmen und Serien, die aus Afghanistan kommen, hat Nasser offenbar nur noch wenig Interesse. Ebenso verhält es sich mit afghanischen Printmedien und Radioprogrammen. Deutschsprachiges Radio habe der Interviewte bisher nur einmal angehört. Kostenlose Zeitungen, die ihn per Postwurfsendung erreichen, lese er jedoch regelmäßig, da ihn beispielsweise die freien Arbeitsstellen interessieren. Wenn er im Internet surft, besuche der Gesprächspartner hauptsächlich *Facebook*, um sich dort über die aktuellen Geschehnisse in Afghanistan und Deutschland zu informieren oder mit Freunden zu schreiben.

Wenig Interesse besitzt Nasser generell an politischen Meldungen. Dennoch ist er recht gut über die in Deutschland vorherrschenden Gesetze, die ihn persönlich betreffen, informiert. Obwohl ihm ebendiese aber laut eigener Aussage die Eingliederung in die Gesellschaft erschweren, fühle er sich bereits in Deutschland integriert und hoffe, demnächst eine Ausbildung beginnen zu können. Insgesamt hat sich der Afghane trotz eines vorhandenen Rückkehrwunsches gut in die deutsche Gesellschaft integriert.

7.2.22 Hawi

Hawi ist der einzige Befragte, der aus Eritrea stammt. Vier Tage vor dem Interview hat der 27-jährige, der sich seit über zwei Jahren in Deutschland aufhält, eine eigene Wohnung in Neustadt an der Orla bezogen. Weil es für ihn wichtig sei, die deutsche Sprache gut zu beherrschen, besucht er in einem Nachbarort einen Deutschkurs auf dem Niveau B2. Im Allgemeinen besitzt der Befragte den eigenen Angaben nach gute Deutschkenntnisse. Seine Sprechfähigkeit im Speziellen beurteile er jedoch eher als mittelmäßig. Hierfür gibt es allerdings, wie das Gespräch mit ihm zeigt, keinen Grund.

Aufgrund seines Umzugs habe der Studienteilnehmer in den Tagen vor dem Interview fast keine Medien genutzt. Zuvor machte er

seinen Aussagen zufolge täglich mehrere Stunden von seinem Fernseher Gebrauch. Über diesen habe er sowohl deutsche als auch eritreische Kanäle empfangen. Sendungen aus seiner Heimat schaue er allerdings generell nur am Wochenende an. Greift er auf deutsche TV-Sender zurück, so rezipiere er meist Nachrichten oder Filme auf RTL, VOX und *ProSieben*, um seine Sprachkenntnisse zu verbessern. Darüber hinaus erzählte Hawi, fast jeden Tag deutsches Radio zu hören und sich aus der Bibliothek deutschsprachige Bücher auszuleihen. Zudem folge er auf *Facebook* der *Thüringer Allgemeinen*. An in Eritrea produzierten Radiosendern und Printmedien habe er, genauso wie an Online-Video-Plattformen, kein Interesse. Wenn er online geht, so besuche er vorwiegend *Facebook* und halte über verschiedene Messenger mit anderen Personen Kontakt. Da er zurzeit keinen Fernseher habe und somit keine TV-Nachrichtensendungen anschauen könne, suche er über *Google* nach Informationen zum aktuellen Geschehen in der Bundesrepublik. Über sein Heimatland halte er sich in der Regel über das eritreische Fernsehen sowie mittels *Facebook* auf dem Laufenden.

Wenn auch insgesamt betrachtet bislang noch eher wenig Kontakt zwischen ihm und den Einheimischen besteht, konnte Hawi bereits eine Freundschaft zu einer deutschen Person aufbauen. Am aktuellen Geschehen in Deutschland und seiner Heimat zeigt er großes Interesse. Ausgenommen hiervon sind politische Neuigkeiten. Dennoch besitzt er bezüglich der Gesetze, die ihn betreffen, ein solides Basiswissen. Für die Zukunft wünsche er sich, mehr Bekanntschaften aufbauen und eine Ausbildung absolvieren zu können. In seine Heimat zurückzugehen kommt für ihn vorerst nicht infrage. Im Großen und Ganzen konnte sich der Interviewpartner gut in die Bundesrepublik integrieren.

7.2.23 Farid

Farid lebt seit fast zwei Jahren in Deutschland und bewohnt ein Einzelzimmer in einem Asylheim in Rudolstadt. Ursprünglich stammt der 27-jährige aus Afghanistan. Nach der Absolvierung eines B1-Kurses an der Universität Jena besucht er nun einen Kurs auf dem Niveau B2. Grundsätzlich verstehe er die deutsche Sprache recht gut; Schwierigkeiten

bereite ihm jedoch das Verstehen von Dialekten. Auch im Interview traten lediglich vereinzelte Sprachprobleme auf.

Wenn er deutsches Fernsehen schaut, so rezipiere der Interviewpartner meist Nachrichtensendungen oder Filme des MDR, ZDF oder der ARD. Des Weiteren benutze er das Internet, um sich Filme in deutscher Sprache bzw. mit deutschen Untertiteln anzusehen. Ferner informiere sich der Studienteilnehmer über die Apps der *Bild*, des *Spiegels* sowie der *Welt* über das gegenwärtige Geschehen in Deutschland und seiner Heimat. Von deutschen Radiosendern mache er dagegen keinen Gebrauch. Ebenso verhalte es sich mit den meisten Medien aus seinem Herkunftsland. Da diese laut Meinung des Befragten hauptsächlich traurige Meldungen veröffentlichen, habe er kein Interesse daran, diese zu rezipieren. Eine Ausnahme stellen jedoch afghanische Filme sowie Inhalte auf *Facebook* dar. Letztere nutze er außerdem dazu, weitere Informationen zu den aktuellen Entwicklungen in der Bundesrepublik zu bekommen, indem er beispielsweise die Meldungen der *Deutschen Welle* lese.

Am politischen Geschehen zeigt Farid dann Interesse, wenn ihn dieses persönlich betrifft. In Bezug auf die hierzulande geltende Rechtsordnung vertritt der Studienteilnehmer die Überzeugung, dass das Grundgesetz zwar erst einmal Freiheiten schafft, viele der durch das Integrationsgesetz neu hinzugekommenen Regelungen die Handlungsfähigkeit der Geflüchteten jedoch stark einschränken. Überdies wünsche er sich, zukünftig in der Bundesrepublik arbeiten oder studieren zu können. Weil er sich darüber hinaus bereits in Deutschland integriert fühlt, ist er sich nicht sicher, ob er freiwillig in sein Herkunftsland zurückkehren würde. Doch nicht nur aus subjektiver, sondern auch aus objektiver Sicht hat sich der Gesprächspartner bereits gut in die deutsche Gesellschaft eingegliedert.

7.2.24 Ramiz

Der gebürtige Afghane ist 24 Jahre alt, hält sich seit einem Jahr in Deutschland auf und teilt sich mit vier anderen Geflüchteten eine Wohnung. Zuvor lebte er 18 Jahre im Iran. Da Ramiz nicht zu einem Integrationskurs zugelassen wurde, besucht er eine Schule in Breitenbrunn,

in der Geflüchtete das Abitur erwerben können. Seine Deutschkenntnisse schätze er als gut ein. Dennoch falle es ihm schwer, die deutsche Sprache zu lernen. So traten auch während des Gesprächs immer wieder Verständigungsprobleme auf, sodass der zweite anwesende Interviewpartner (Ezel) als Übersetzer fungieren musste. Kontakt zu Deutschen hat Ramiz, abgesehen von der Kommunikation mit seinen Lehrern, so gut wie nie.

Einen Fernseher besitze Ramiz nicht. Doch auch über das Internet schaue er sich in der Regel weder deutsche noch afghanische TV- oder Videoproduktionen an. Lediglich *YouTube* nutze er manchmal, um sich Musikvideos anzusehen oder Hilfe beim Lernen der deutschen Sprache zu bekommen. Ein größeres Interesse zeigte er hingegen an Filmen aus dem Iran. Darüber hinaus erzählte der Befragte, mithilfe seines Smartphones gelegentlich deutsche Radiosender zu hören, hierbei aber nicht auf die Nachrichten zu achten. Eine deutsche Zeitung bzw. ein deutsches Buch habe er noch nicht gelesen. Ferner gehe der Interviewpartner zu *Facebook*, um sich über das aktuelle Geschehen in seiner Heimat, in Deutschland sowie im Iran zu informieren. Dabei sei das einzige deutsche Profil, dem er auf der Social Media-Plattform folge, das des *WDR for you*, weil die dortigen Meldungen auch auf Persisch veröffentlicht und Geflüchtete seiner Meinung zufolge nicht in ein negatives Licht gerückt werden. Benötigt er weitere Informationen über gegenwärtige Ereignisse in der Bundesrepublik, google er meist nach diesen oder tausche sich über *Facebook* mit Bekannten aus. An politischen Neuigkeiten sei er hierbei jedoch nicht interessiert.

Diese Gleichgültigkeit spiegelte sich auch im weiteren Verlauf des Gesprächs wider. So zeigte Ramiz für das gegenwärtige Geschehen in Deutschland nur wenig Interesse und äußerte einen Rückkehrwunsch. Positiv aufgefallen ist hingegen, dass der Afghane bereit ist, die deutschen Normen bzw. Gesetze zu respektieren und dass er gern Freundschaften zu Einheimischen aufbauen würde. Insgesamt betrachtet zeigt sich jedoch, dass sich der Interviewpartner noch nicht gut in die deutsche Gesellschaft integriert hat.

7.2.25 Ezel

Ebenso wie der vorherige Befragte stammt der 21 Jahre alte Ezel aus Afghanistan und besucht eine Schule in Breitenbrunn, da er seit seiner Ankunft in Deutschland vor rund 17 Monaten nicht zu einem Integrationskurs zugelassen wurde. Der schulische Deutschunterricht finde momentan auf dem Niveau A2 statt. Sich auf Deutsch zu unterhalten, bereite dem Studienteilnehmer zuweilen aber noch einige Probleme, die sich während des Interviews allerdings nicht zeigten.

Wenn der Interviewpartner seinen Fernseher nutzt, was aber eher selten vorkomme, schaue er sich entweder allein oder zusammen mit seinen Mitbewohnern Filme und Serien an. Hierfür werde ausschließlich auf die deutschen Sender RTL und ARD zurückgegriffen. Über das Internet rezipiere der Befragte zudem afghanische TV-Kanäle, um sich Serien oder Nachrichten anzusehen. Ferner rufe er mittels diverser Video-Plattformen sowohl afghanische Filme als auch deutsche Produktionen mit Untertiteln in seiner Muttersprache auf. Von Radiosendern mache Ezel generell keinen Gebrauch. Anders verhalte es sich mit Printmedien. So erzählte der Studienteilnehmer, sich gelegentlich eine deutsche Zeitung zu kaufen. Als Beispiel nannte er die *Welt*. Des Weiteren habe er zwei deutsche Bücher gelesen, die er ebenso wie alle anderen deutschen Medien recht gut verstanden habe. Über *Facebook* rezipiere er außerdem Zeitungen aus seiner Heimat. Ferner nutze er die Social Media-Plattform dazu, um Neuigkeiten über sein Herkunftsland zu erfahren, mit seiner Familie bzw. Freunden in Kontakt zu bleiben oder Langweile zu vertreiben.

Freundschaften zu Einheimischen konnte Ezel noch nicht aufbauen. Allerdings besucht er mehrmals pro Woche einen Boxverein, bei dem er auf deutsche Personen trifft. Ein Widerspruch findet sich zwischen dem von Ezel geäußerten Politikinteresse und dem nicht vorhandenen Wissen in Bezug auf deutsche Gesetze. Allerdings räumte er später selbst ein, bisher nur geringe politische Kenntnisse zu besitzen. Zum Schluss machte der Interviewte deutlich, sich vorstellen zu können, dauerhaft in der Bundesrepublik zu leben. Als Resümee lässt sich festhalten, dass sich der Studienteilnehmer hierzulande gut integriert hat.

7.2.26 Sami

Sami lebt seit rund einem Jahr in Deutschland, ist 21 Jahre alt und wohnt mit zwei Personen in Aue. Um sein Abitur zu machen, besucht er eine Schule in Breitenbrunn. Dort nimmt er am normalen Unterricht teil. Ergo hat er nicht nur mit anderen Geflüchteten, sondern ebenso mit Einheimischen Kontakt. Seine Sprachkenntnisse schätze er allerdings dennoch eher als mittelmäßig ein. Im Interview zeigten sich jedoch nur kleine Sprachprobleme.

In seiner Freizeit mache der Befragte meist täglich vom deutschen Fernsehen Gebrauch. Darüber hinaus greife er auf das Internet zurück, um beispielsweise über *YouTube* Filme und Nachrichten syrischer TV-Kanäle zu rezipieren. Ferner berichtete Sami, dass er *YouTube*-Videos, die für Geflüchtete bzw. von diesen produziert werden, nutze, um Hilfe beim Deutschlernen zu erhalten. Radiosender höre er dagegen generell nicht. Möchte er die Meldungen deutscher Zeitungen lesen, gehe der Studienteilnehmer zu *Facebook*. Dort folge er der *Frankfurter Allgemeinen* sowie dem *Spiegel*. *Facebook* sei allerdings nicht nur dann Samis Hauptinformationsquelle, wenn er Neuigkeiten über die Bundesrepublik erfahren möchte, sondern diene ihm zugleich dazu, sich über das aktuelle Geschehen in seiner Heimat auf dem Laufenden zu halten. Dafür nutze er beispielsweise die *Facebook*-Gruppe eines Mädchens, das regelmäßig über neue Entwicklungen in Syrien berichtet. Obwohl er sich für diese Informationen interessiere, äußerte der Befragte an einer anderen Stelle des Interviews, dass er auf der Social Media-Plattform hauptsächlich deutschen Seiten folge. Inwiefern dies der Wahrheit entspricht, konnte im Rahmen des Gesprächs nicht herausgefunden werden.

Festhalten lässt sich an dieser Stelle, dass Sami sowohl am aktuellen Geschehen in der Bundesrepublik als auch an den gegenwärtigen Entwicklungen in seinem Herkunftsstaat großes Interesse zeigt. Durch seinen Schulbesuch konnte er einige Freundschaften zu Einheimischen aufbauen. Dass er sich hierzulande trotzdem noch nicht integriert fühlt, obwohl er es eigentlich ist, lässt sich darauf zurückzuführen, dass er sich in seinem Alltag zuweilen Anfeindungen von deut-

schen Personen ausgesetzt sieht. Dennoch fühlt er sich in Deutschland wohl und möchte vorerst nicht in sein Heimatland zurückgehen.

7.2.27 Khaled

Khaled kommt aus Syrien und hält sich seit 16 Monaten in der Bundesrepublik auf. Zusammen mit seinen Eltern und seiner Schwester wohnt der 18-Jährige in Zwickau. Um die allgemeine Hochschulreife zu erlangen, besucht er die gleiche Schulklasse wie der zuvor befragte Sami. Obwohl auch er zuvor keinen Deutschkurs absolvierte, bewertete er seine Sprachkenntnisse etwas besser. So erzählte er beispielsweise, Deutsch sprechende Menschen sehr gut verstehen zu können, was durch das Interview bestätigt wurde.

Hat Khaled Langeweile, greife er gern auf das deutsche Fernsehen zurück, um Filme und Nachrichten auf RTL, VOX oder im ZDF zu rezipieren. Die Inhalte verstehe er dabei in der Regel gut. Zudem nutze er *YouTube*, um sich dort lustige oder informative deutsche Videos anzuschauen. An Filmen, Serien und anderen Videoproduktionen aus seinem Heimatland habe er hingegen kein Interesse mehr. Gleiches gelte außerdem für syrische und deutsche Radiosender sowie spezielle Medien für Geflüchtete. Stattdessen gehe der Befragte zu *Facebook*, um sich mithilfe der Profile der *Bild* sowie der *Frankfurter Allgemeinen* über das gegenwärtige Geschehen in der Bundesrepublik zu informieren. Die dort veröffentlichten Berichte seien jedoch schwieriger zu verstehen als beispielsweise deutschsprachige Filme.

Des Weiteren ist es Khaled durch den nahezu täglichen Kontakt mit Einheimischen gelungen, Freundschaften zu ebendiesen aufbauen. Seine Kenntnisse bezüglich der deutschen Politik sind bisher eher gering ausgeprägt. Diese Lücke kann jedoch womöglich im Laufe der Zeit durch den Schulunterricht geschlossen werden. Darüber hinaus könnten weitere positive Erfahrungen mit Einheimischen im Alltag des Syriers dazu führen, dass er sich stärker von der deutschen Gesellschaft akzeptiert bzw. dieser zugehörig fühlt. Objektiv betrachtet hat er sich bereits gut hierzulande integriert.

8. Typologie der Mediennutzung

Nachdem im letzten Kapitel eine auf der qualitativen Inhaltsanalyse beruhende Einzelbetrachtung der Interviews vorgenommen wurde, kann auf dieser Basis nun eine Typenkonstruktion erfolgen. Wie in Kapitel 6.5.2 erläutert wurde, werden bei einer Typenbildung Einzelfälle (d. h. die interviewten Personen) miteinander verglichen und anschließend gruppiert. Hierfür müssen Merkmale bzw. Dimensionen ausgewählt werden, mit deren Hilfe die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Befragten erfasst und anhand derer die eruierten Typen charakterisiert werden können (vgl. Kluge 1999: 264). Als Vergleichsdimensionen wurden zum Ersten die Mediennutzung und der Integrationsgrad sowie zum Zweiten die Sprachkompetenz und die Mediennutzung der Befragten herangezogen. Die auf diese Weise entstandenen Typologien werden im Folgenden vorgestellt.

8.1 Wie hängen Mediennutzung und Integration zusammen?

Für die erste Typologie wurden, wie bereits erwähnt, die Mediennutzung und der Integrationsgrad der Befragten als zu vergleichende Merkmale ausgewählt, da sich diese unmittelbar auf die Hauptforschungsfrage dieser Dissertation beziehen. Insgesamt konnten hierbei vier verschiedene Typen ermittelt werden (vgl. Abb. 4). Nachstehend wird nun skizziert, wie sich ebendiese charakterisieren lassen. Zudem werden die Studienteilnehmer den Typen zugeordnet und hinsichtlich ihrer Eigenschaften noch einmal genauer betrachtet.

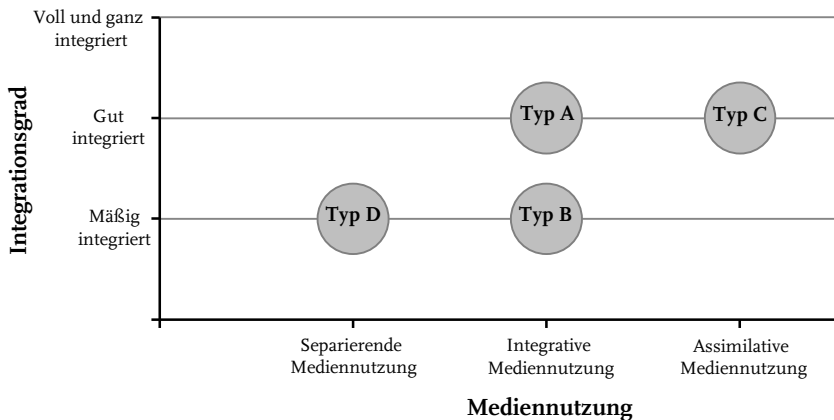


Abbildung 4: Typen bezüglich des Zusammenhangs von Mediennutzung und Integration. (Eigene Darstellung.)

8.1.1 Typ A – Der gut integrierte Nutzer deutsch- und muttersprachlicher Medien

Die Geflüchteten, die diesem Typ zuzuordnen sind, nutzen deutsch- und heimatssprachliche Medien etwa gleich oft. Von welchen Medien dabei im Einzelnen Gebrauch gemacht wird und aus welchen Gründen resp. in welchem Ausmaß und dies geschieht, spielt eine eher untergeordnete Rolle. So kann beispielsweise eine Person fünfmal pro Woche für drei Stunden einen muttersprachlichen Fernsehsender anschauen und ebenso häufig bzw. lang deutsches Radio hören. Im Allgemeinen werden die Medieninhalte zudem recht gut verstanden.

Darüber hinaus haben sich die Repräsentanten dieses Typs gut in die deutsche Gesellschaft integriert. Sichtbar wird dies durch die interpretatorische Auswertung der Faktoren, die im Rahmen dieser Arbeit für die Operationalisierung von Integration aufgestellt wurden (vgl. Kap. 5.4) und bereits bei der Detailbetrachtung der durchgeführten Interviews (Kap. 7.2) zur Anwendung kamen. Führt ebendiese zu dem

Resultat, dass ein Befragter den festgesetzten Anforderungen zu einem Großteil gerecht wird, kann er als *gut integriert* bezeichnet werden.

Gemeinsam haben die dem Typ A zugehörigen Personen, dass sie gute Deutschkenntnisse (auf dem Sprachniveau von A2 bis B2) vorweisen können und diese im Alltag oft zur Anwendung bringen, weil sie beispielsweise hierzulande eine Schule besuchen, einer Arbeit nachgehen oder mit (einheimischen und zu Teilen auch migrantischen) Freunden in der deutschen Sprache kommunizieren. Ergo sind sie zudem ebenso in sozialer Hinsicht in die Bundesrepublik eingegliedert. Dies wiederum setzt voraus, dass sich die Geflüchteten schon einige Monate (in denen sie Deutschkenntnisse erwerben, Kontakte knüpfen und sich ggf. einen Job suchen konnten) in der Bundesrepublik aufhalten. Des Weiteren haben die gut integrierten Nutzer deutsch- und muttersprachlicher Medien sowohl an den politischen Geschehnissen hierzulande als auch an jenen in ihrem Heimatland Interesse und können durch den Medienkonsum und / oder ihre sozialen Kontakte zumindest einige kulturelle bzw. politische Kenntnisse bezüglich der Bundesrepublik vorweisen. Überdies ist ein Bleibewunsch oder eine schwach ausgeprägte Rückkehrabsicht vorhanden.

Von den in der vorangestellten Analyse vorgestellten Interviewpartnern sind Tarek, Banu, Ahmed, Khalil, Ezel und Sami diesem Typ zuzuordnen. Da diese unterschiedlichen Alters und Geschlechts sind, besitzen ebendiese Faktoren offenbar keinen unmittelbaren, relevanten Einfluss auf den Zusammenhang der Mediennutzung und Integration. Ebenso verhält es sich mit dem Wohnort. Bedeutsam erscheint dagegen, dass die Befragten fast alle einen mit dem deutschen Abitur vergleichbaren Bildungsabschluss besitzen oder gerade eine Schule besuchen, um diesen zu erwerben. Zudem greifen die Interviewten, mit Ausnahme von Ezel, bei der Mediennutzung immer wieder auf deutschsprachige Nachrichten resp. spezielle Informationsangebote für Flüchtlinge bzw. Migranten zurück, was auf ein vorhandenes Interesse hinsichtlich der gegenwärtigen Geschehnisse in der Bundesrepublik hindeutet. Anlaufpunkte für das Einholen von Informationen sind meist das Fernsehprogramm sowie das Internet, insbesondere *Facebook*.

Bis auf Khalil, der bereits seit über drei Jahren in Deutschland lebt, halten sich die Geflüchteten zwischen zwölf und 18 Monaten in der

Bundesrepublik auf und konnten sich in dieser Zeit entweder zumindest einen kleinen Freundes- resp. Bekanntenkreis aufbauen oder sind in Vereinen aktiv, bei deren Veranstaltungen sie regelmäßig auf Einheimische treffen. An Khalil wird außerdem deutlich, dass eine lange Aufenthaltsdauer nicht zu einer Assimilation hinsichtlich des Medien-nutzungsverhaltens führen muss, sondern eine integrative Mediennutzung und zugleich gut gelingende Integration in die Aufnahmegesellschaft möglich sind. Abschließend kann weiterhin festgehalten werden, dass sich die Repräsentanten des Typs A hierzulande zwar größtenteils wohl, aber nicht zwangsläufig ausreichend integriert fühlen. Daher ist es nicht verwunderlich, dass einige von ihnen später gern in ihre Heimat zurückkehren würden. Für die nächsten Jahre haben jedoch alle geplant, in Deutschland ein möglichst geregeltes Leben zu führen.

8.1.2 Typ B – Der mäßig integrierte Nutzer deutsch- und muttersprachlicher Medien

Auch die Repräsentanten von Typ B nutzen deutschsprachige Medien in einem gleichen bzw. sehr ähnlichen Ausmaß wie muttersprachliche Medien. Der Unterschied ist allerdings, dass sich diese Personen seit ihrer Ankunft nur mäßig in die Bundesrepublik integrieren konnten; das heißt, sie erfüllen nur wenige der Kriterien, mit denen Integration im Zuge dieser Arbeit gemessen wird.

Ein wesentlicher Unterschied ist hierbei hinsichtlich der Deutschkenntnisse festzuhalten. Offiziell haben die Geflüchteten, die diesem Typ zugehörig sind, zwar ebenfalls ein Sprachniveau zwischen A2 und B2 erreicht, praktisch bereitet ihnen (den eigenen Aussagen bzw. der Einschätzung der Interviewerin zufolge) die Verständigung in der deutschen Sprache jedoch meist mehr Probleme als den Personen, die Typ A zugeordnet werden können. Da ferner auch deutsche Medieninhalte nicht besonders gut verstanden werden, wird von den Geflüchteten weniger auf das Radio und Printmedien, sondern verstärkt auf unterhaltende resp. einfach zu verstehende Film- und Videoproduktionen (Kindersendungen, *YouTube*-Videos u. Ä.) zurückgegriffen. Zudem bieten ebendiese zuweilen die Möglichkeit der Einblendung von Untertiteln, die gern zum Lernen des Deutschen genutzt werden. Kontakte zu

Deutschen können in Abhängigkeit vom Alltag und der Lebensweise sowohl täglich als auch fast nie bestehen. Doch auch dann, wenn es zum Beispiel durch den Schulbesuch oder die Partnerschaft mit einer deutschen Person zu einer regelmäßigen Kommunikation mit Einheimischen kommt, sind abseits dieser spezifischen Situationen kaum Bekannt- resp. Freundschaften zu Deutschen vorhanden.

Weiterhin lässt sich feststellen, dass die Vertreter des Typs B wenig Interesse hinsichtlich des aktuellen Geschehens in Deutschland aufweisen sowie lediglich geringe Kenntnisse bezüglich der deutschen Politik besitzen. Die Bundesrepublik betreffende Neuigkeiten werden vorrangig durch deutsch- und muttersprachliche Seiten auf *Facebook* oder gelegentlich über deutsche TV-Nachrichtensendungen bezogen. Ferner lassen sich mäßig integrierte Nutzer deutsch- und muttersprachlicher Medien dadurch charakterisieren, dass sie häufig Vorurteile gegenüber Geflüchteten in der Bevölkerung bemängeln. Ein Bleibewunsch kann stark bis gering ausgeprägt sein.

Von den Befragten gehören Yasemin, Djamal, Fatih, Alia, Navid, Mohammad, Daja sowie Kadir Typ B an. Dies spricht wiederholt dafür, dass weder das Geschlecht noch das Alter oder das Herkunftsland der Geflüchteten den Zusammenhang zwischen Mediennutzung und Integration in direkter Weise beeinflussen. Bezüglich des Wohnorts kann dies jedoch nicht eindeutig ausgeschlossen werden, da alle diesem Typ zugehörigen Personen in einer mittelgroßen Stadt oder einem kleinen Ort leben. Ergo ist kein in einer Großstadt lebender Befragter in dieser Gruppe vertreten. Unterschiede zeigen sich im Gegensatz hierzu in den Bildungsabschlüssen der Interviewten: Während eine Person noch zur Schule geht, haben andere einen mit der mittleren Reife bzw. dem Abitur vergleichbaren Abschluss erworben, eine Berufsausbildung absolviert oder ein Studium abgeschlossen resp. abgebrochen.

Obwohl sich die Repräsentanten dieses Typs, ähnlich wie bei Typ A, zwischen einem und zwei Jahren in der Bundesrepublik aufhalten, pflegen sie bislang nur wenig Kontakt zu Einheimischen. Dies wird von den Geflüchteten selbst sehr bedauert. Als Begründung für die wenigen sozialen Kontakte werden seitens der Befragten oftmals in der Bevölkerung vorherrschende Vorurteile sowie ein generelles Desinteresse der Einheimischen angeführt. Insbesondere Yasemin, die eine staat-

liche Schule besucht, wird dort von ihren Mitschülern häufig ausgegrenzt und gemobbt. Dennoch versucht sie, mithilfe von Begegnungstreffen mehr Kontakte zu Deutschen zu knüpfen. Bis auf eine weitere Person, Navid, nutzen die anderen mäßig integrierten Nutzer deutsch- und muttersprachlicher Medien diese Option nicht. Womöglich sind aber auch zu wenig entsprechende Möglichkeiten vor Ort bekannt bzw. vorhanden.

Spezielle Medien für Geflüchtete bzw. Migrant*innen werden von der Hälfte der Repräsentanten dieses Typs genutzt. Hierbei wird sowohl auf deutsche als auch auf heimatssprachliche Angebote zurückgegriffen. Das bedeutet jedoch nicht, dass diese Personen automatisch ein größeres Interesse am gegenwärtigen Geschehen in der Bundesrepublik aufweisen als andere Vertreter des Typs B. Sichtbar wird dies beispielsweise an Djamal, Fatih und Alia, die zwar hin und wieder aktuelle, deutschlandbezogene Meldungen rezipieren, sich grundsätzlich allerdings nicht für die deutsche Politik interessieren. Mitunter trifft das Desinteresse an den gegenwärtigen Entwicklungen aber ebenso auf das Heimatland zu. So suchen etwa Yasemin, Alia und Kadir diesbezüglich offenbar nie gezielt nach Informationen. Dennoch greifen sie, wie nahezu alle zu Typ B gehörenden Interviewten, häufig auf *Facebook* zurück, um dort (zufällig ausgewählte) Neuigkeiten über ihre Heimat zu rezipieren. Die einzige Ausnahme stellt Daja dar, die nie von der Social Media-Plattform Gebrauch macht, sondern stattdessen diverse Internetseiten ihres Herkunftsstaates aufruft. Abgesehen von Videoproduktionen (z. B. Filmen und Serien) werden muttersprachliche Medien abseits von *Facebook* in der Regel lediglich sehr spärlich genutzt.

Auffallend ist, dass lediglich Kadir das Gefühl äußerte, in die deutsche Gesellschaft integriert zu sein, sich bei Alia und Navid aber ein ausgeprägter Bleibewunsch eruieren lässt. Djamal äußerte zudem nach etwas Überlegung, seine Heimat zukünftig lediglich besuchen zu wollen. Alle anderen Repräsentanten des Typs B würden im Falle eines Kriegsendes gern in ihr Herkunftsland zurückgehen. Dies zeigt, dass das gesellschaftliche Zugehörigkeitsgefühl nicht zwangsläufig mit den Rückkehrabsichten korreliert. Die Zukunftspläne der Befragten des Typs B gleichen stark den Zugehörigen von Typ A. Um hierzulande ein möglichst normales Leben führen zu können, hoffen die Geflüchteten

vor allem, möglichst bald eine Arbeits- bzw. Ausbildungsstelle zu finden. Yasemin möchte jedoch zuvor ihr Abitur erwerben.

8.1.3 Typ C – Der gut integrierte Nutzer von überwiegend deutschen Medien

Ein Merkmal der Personen, die zu diesem Typ zählen, ist, dass sie häufiger von deutschen als von muttersprachlichen Medien Gebrauch machen und gleichzeitig als gut integriert bezeichnet werden können. Die Sprachkenntnisse der Befragten stellen dabei einen wesentlichen Faktor dar. So gelingt es den Repräsentanten des Typs C, die offiziell ein Sprachniveau zwischen A2 und B2 erreicht haben, sich ohne große Probleme auf Deutsch zu unterhalten. Da dies folglich auch das Knüpfen von sozialen Kontakten mit Einheimischen erleichtert, können die Befragten Freund- bzw. Bekannt- oder gar Partnerschaften mit Deutschen vorweisen oder sind zumindest in Sportvereine resp. soziale Organisationen eingebunden. Zudem werden die rezipierten deutschen Medieninhalte größtenteils gut verstanden. Ergo ist davon auszugehen, dass sich Deutschkenntnisse, Kontakte zu Einheimischen und die Nutzung deutscher Medien gegenseitig positiv bedingen. Darüber hinaus thematisieren die Zugehörigen von Typ C weniger mögliche Vorurteile der Einheimischen gegenüber Flüchtlingen, sondern weisen eher auf strukturelle Probleme (z. B. Schwierigkeiten bei der Suche eines Arbeitsplatzes) hin.

Von welchen deutschsprachigen Medien im Einzelnen Gebrauch gemacht wird, ist von den Vorlieben und Nutzungsabsichten der jeweiligen Person abhängig. Häufig sind darunter jedoch Online-Medienangebote für Geflüchtete bzw. Migranten sowie das Fernsehen zu finden; dabei werden sowohl informative als auch unterhaltende Medieninhalte genutzt. Im Gegensatz zu den Flüchtlingen, die Typ B angehören, bezieht sich das Informationsbedürfnis der Repräsentanten von Typ C aber hauptsächlich auf Neuigkeiten, die die Bundesrepublik betreffen. Meldungen, die sich auf die aktuelle Lage im Herkunftsland beziehen, werden in der Regel entweder über *Facebook* rezipiert oder bewusst weitestgehend vermieden, zumal das Vertrauen in die Medien resp. die Politik mitunter aufgrund der erlebten Kriegssituation generell

nicht mehr vorhanden ist. Zuweilen stellen daher auch Verwandte und Bekannte die wichtigste sowie vertrauenswürdigste Informationsquelle dar, wenn es darum geht, über das aktuelle Geschehen in der Heimat auf dem Laufenden zu bleiben. Wird von muttersprachlichen Medien Gebrauch gemacht, dienen diese meist der Unterhaltung.

So wie die Repräsentanten des Typs A, können auch die zu Typ C gehörigen Personen einige kulturelle und politische Kenntnisse vorweisen. Letztere beziehen sich dabei insbesondere auf die Gesetze, die die Geflüchteten selbst betreffen. Eine weitere Gemeinsamkeit beider Typen ist, dass sich einige der Zugehörigen noch nicht ausreichend in die Bundesrepublik integriert fühlen. Dennoch ist bei den Geflüchteten für gewöhnlich ein (teils sehr starker, teils nur gering ausgeprägter) Bleibewunsch vorhanden, der sich unter anderem damit begründen lässt, dass es für unwahrscheinlich gehalten wird, innerhalb der nächsten Jahre in das Heimatland zurückkehren zu können. Daher sind alle bestrebt, sich in die deutsche Gesellschaft einzugliedern. Thematisiert wird in diesem Zusammenhang vor allem die Absicht, auch weiterhin bzw. in Zukunft einer Arbeit nachzugehen oder eine Ausbildung resp. ein Studium zu absolvieren.

Mit Ali, Emal, Hasim, Raoul, Abdul, Omar, Mustafa, Nasser, Hawi, Farid und Khaled lassen sich die meisten Interviewpartner diesem Typ zuordnen. Dass unter diesen keine weiblichen Geflüchteten vertreten sind, könnte ein Hinweis darauf sein, dass Männer eine größere Motivation besitzen, sich in die deutsche Gesellschaft zu integrieren, weil sie sich beispielsweise als Versorger der Familie betrachten und rasch einer Arbeit nachgehen möchten. Zudem ist es denkbar, dass sie sich früher für deutsche Medien interessieren bzw. sich an ebendiese heranwagen. Hierdurch wiederum können sie ihre Sprachkenntnisse womöglich schneller verbessern, die gleichzeitig die Grundlage für einen intensiveren Gebrauch der deutschen Medien darstellen. Zugleich kann dieses Resultat jedoch auch auf die (hinsichtlich des Geschlechts) ungleiche Zusammensetzung der Interviewpartner zurückzuführen sein. Darüber hinaus sollte bedacht werden, dass Frauen in der Regel mit Angehörigen oder ihrem Partner (und eventuellen Kindern) in Deutschland Asyl suchen, während Männer ebenso häufig allein flüchten und sich daher vielleicht schneller hierzulande integrieren möchten,

um sozialen Anschluss zu finden. Das Alter, die Größe des Wohnorts sowie die Herkunftsländer der Befragten sind indes unterschiedlich. Hinsichtlich des Bildungsstandes lässt sich feststellen, dass bis auf Nasser alle diesem Typ zugehörigen Personen ein Studium begonnen bzw. abgeschlossen haben oder die allgemeine Hochschulreife erwerben konnten resp. dies in naher Zukunft hierzulande tun möchten.

Des Weiteren lässt sich feststellen, dass sich die Repräsentanten von Typ C mindestens seit einem Jahr und maximal seit dreieinhalb Jahren in der Bundesrepublik aufhalten. Vergleicht man diesen Faktor mit den Merkmalen der zu Typ A und Typ B gehörenden Geflüchteten, wird sichtbar, dass die Länge der Aufenthaltsdauer die Integration sowie die Nutzung deutschsprachiger Medien begünstigen kann, aber nicht muss. Deutlich wird außerdem ein weiteres Mal, dass sich das Interesse am aktuellen Geschehen im Aufnahmeland darauf auswirken kann, von welchen Medien die Zuwanderer Gebrauch machen. So rezipieren, mit Ausnahme von Raoul, alle zu Typ C zählenden Interviewten regelmäßig durch das Fernsehen, das Radio oder Online-Angebote von Printmedien deutschsprachige Nachrichten. Dies kann dann wiederum das Sprachverständnis und die Integration fördern. Spezielle Medien für Geflüchtete bzw. Migranten können dabei auch bei bereits gut integrierten Asylberechtigten das Verständnis von aktuellen Geschehnissen fördern.

Unterschiede zwischen den Repräsentanten dieses Typs zeigen sich bezüglich der bestehenden zwischenmenschlichen Beziehungen. Während Ali, Raoul, Omar und Khaled Freund- bzw. Partnerschaften zu Einheimischen aufbauen konnten, pflegen alle anderen bisher eher lockere Bekanntschaften zu deutschen Personen. Dass sie dennoch gut integriert sind, beweist, dass fehlende, starke soziale Bindungen zumindest bis zu einem gewissen Punkt durch die verstärkte Nutzung deutscher Medien ausgeglichen werden können, wenn es zum Beispiel darum geht, den Geflüchteten kulturelle Normen und Werte zu vermitteln.

Darüber hinaus macht die Betrachtung der zu Typ C zählenden Personen deutlich, dass eine gute Integration in das Aufnahmeland sowie ein geringes Interesse am aktuellen Geschehen im Herkunftsland keinen Bleibewunsch zur Folge haben müssen. So würden etwa Ali,

Hasim, Raoul, Omar und Nasser bei einem Kriegsende sofort in ihre Heimat zurückkehren. Andere Befragte planen zunächst für die kommenden Jahre einen Aufenthalt in Deutschland oder können noch nicht sagen, ob sie zukünftig in ihren Herkunftsstaat zurückgehen möchten. Lediglich Emal ist sich als Einziger der Interviewten sicher, dass er sich für den Rest seines Lebens in der Bundesrepublik niederlassen möchte.

8.1.4 Typ D – Der mäßig integrierte Nutzer von überwiegend muttersprachlichen Medien

Die Geflüchteten, die diesem Typ zugehörig sind, lassen sich dadurch charakterisieren, dass sie mehr heimat- als deutschsprachige Medien nutzen und sich bislang erst mäßig in die Gesellschaft hierzulande integriert haben. Deutlich wird dies unter anderem daran, dass ihnen das Kommunizieren auf Deutsch noch schwerfällt und kein Kontakt zu Einheimischen besteht. In Vereine oder Organisationen sind sie nicht eingebunden. Des Weiteren weisen die Repräsentanten von Typ D lediglich wenig Interesse bzw. nur geringe Kenntnisse bezüglich der deutschen Politik auf.

Der Schwerpunkt ihrer medialen Nutzung liegt auf informativen und unterhaltenden muttersprachlichen Angeboten, die in der Regel online rezipiert werden. Dabei stellt *Facebook*, wie bei allen zuvor eruierten Typen auch, die wichtigste Informationsquelle für aktuelle Nachrichten aus der Heimat dar. Möchten sie etwas über das gegenwärtige Geschehen in der Bundesrepublik erfahren, greifen die diesem Typ entsprechenden Personen auf leicht verständliche Medien zurück, die speziell für Geflüchtete bzw. von diesen produziert worden sind. Wird von deutschen Medien Gebrauch gemacht, was jedoch eher selten vorkommt, sehen sich die Flüchtlinge meist Filme im Fernsehen oder auf *YouTube* an, die mal besser und mal schlechter verstanden werden.

Kritisch beurteilen die Repräsentanten des Typs D die in Teilen der Bevölkerung vorherrschenden Vorurteile gegenüber Geflohenen, die es ihnen erschweren, sich in der deutschen Gesellschaft wohlfühlen. Folglich fühlen sie sich noch nicht in die Bundesrepublik integriert. Trotzdem haben sie geplant, in den nächsten Jahren hierzulande einer

Arbeit nachzugehen bzw. eine Ausbildung zu absolvieren, bevor sie später möglicherweise in ihre Heimat zurückkehren.

Im Rahmen dieser Arbeit lassen sich lediglich zwei Personen, Samira und Ramiz, diesem Typ zuordnen. Beide halten sich seit einem bzw. eineinhalb Jahren in der Bundesrepublik auf. Ramiz, ein 24-jähriger Afghane, wohnt in einem kleineren Ort; die 27 Jahre alte Syrerin Samira lebt seit Kurzem in einer Großstadt. Hieraus lässt sich schließen, dass Geschlecht, Alter und Herkunftsland bezüglich des Typs D tendenziell eher keine relevanten Auswirkungen auf den Zusammenhang zwischen Mediennutzung und Integration ausüben. Für den Wohnort lässt sich dies dagegen nicht ausschließen. Der Bildungsstand der zwei Geflüchteten ähnelt dem der Repräsentanten von Typ A und C: Samira hat bereits erfolgreich ein Studium absolviert und Ramiz besucht eine Schule, auf der er die deutsche Hochschulreife erlangen kann. Darüber hinaus hat Samira offiziell das Sprachniveau B1 erreicht, der Unterricht von Ramiz findet auf dem Niveau A2 statt. Ein hoher Bildungsgrad und formal bescheinigte fortgeschrittene Deutschkenntnisse sind demnach keine Garantie für eine schnelle Integration in das Aufnahmeland. Vielmehr müssen die Geflohenen auch bestrebt sein, ihre neu erworbenen Sprachkenntnisse im Alltag praktisch anzuwenden – zum Beispiel bei Gesprächen mit Einheimischen oder im Zuge der Nutzung deutscher Medien. Beides ist bei den mäßig integrierten Nutzern von überwiegend muttersprachlichen Medien, abgesehen vom Schulunterricht, allerdings nicht der Fall, da sie noch keine Freund- bzw. Bekanntschaften zu Einheimischen knüpfen konnten und nur selten auf deutsche Medienangebote zurückgreifen. Abgesehen hiervon erfüllen die zu Typ D gehörenden Personen grundsätzlich die Voraussetzungen dafür, sich noch besser in die deutsche Gesellschaft integrieren zu können. Lernen müssen sie jedoch, ihre diesbezüglichen Ressourcen besser zu nutzen.

8.2 Wie hängen Sprachkompetenz und Mediennutzung zusammen?

Dass die Deutschkenntnisse von Geflüchteten einen großen Einfluss auf die Integration nehmen können, wurde in dieser Arbeit bereits ausführlich dargelegt. Ebenso wurde umfassend thematisiert, dass Faktoren wie

der Zugang zur Sprache, die Wohnsituation, der Bildungsstand sowie die persönliche Motivation, neue Sprachkenntnisse zu erwerben, den Zweitspracherwerb beeinflussen können (vgl. Kap. 3.3.1). Nachstehend soll nun der Zusammenhang zwischen Sprachkompetenz und Medienutzung näher betrachtet werden. Hinweise dafür, dass sich diese gegenseitig bedingen können, traten bereits bei der Betrachtung der Einzelinterviews (vgl. Kap. 7.1) zum Vorschein.

Als Basis dient an dieser Stelle die von Esser (2006b: 7 f.; vgl. Kap. 5.1) skizzierte Unterteilung der sprachlichen Kompetenzen von Migranten in

- die Bilingualität
- die monolinguale Assimilation
- die monolinguale Segmentation
- sowie die sprachliche Marginalität.

Anders als bei Esser (ebd.) soll die Zuordnung der Geflüchteten zu einem Kompetenztyp allerdings nicht allein auf der Grundlage ihrer Sprachkenntnisse (d. h. etwa anhand des erreichten Sprachniveaus) erfolgen, sondern ebenso vom Gebrauch dieser abhängig gemacht werden. Eine Bilingualität liegt demzufolge im Rahmen dieser Arbeit immer dann vor, wenn ein Interviewpartner seine Muttersprache und das Deutsche soweit beherrscht, dass er sich mit diesen verständigen kann und beide Sprachen täglich zur Anwendung bringt (z. B. im Zuge der interpersonalen Kommunikation). Die Interaktionen in der deutschen Sprache müssen dabei (noch) nicht zwingend fehlerfrei verlaufen; die Kommunikation sollte aber auch nicht wesentlich beeinträchtigt sein. Ebenso muss bei der Medienrezeption nicht jedes Wort, jedoch zumindest der überwiegende Teil des Inhalts problemlos verstanden werden. Die sprachliche Assimilation soll dafür stehen, dass ein Flüchtling überwiegend die deutsche Sprache gebraucht und diese (sehr) gut beherrscht. Dies schließt nicht aus, dass etwa bei Konversationen mit Familienmitgliedern oder anderen Geflüchteten gelegentlich weiterhin die Herkunftssprache genutzt werden darf. Bei einer Segmentation kommt dagegen im Alltag hauptsächlich die Muttersprache und nur selten die – weniger gut beherrschte – deutsche Sprache zur Anwendung. Eine

sprachliche Marginalität weist darauf hin, dass der Geflüchtete weder auf Deutsch noch in seiner Heimatsprache problemlos kommunizieren kann.

Um anhand dieser Festlegung im Zuge des Typenbildungsprozesses interpretieren zu können, welche sprachlichen Kompetenzen ein Gesprächspartner besitzt, wurden folgende Faktoren in die Auswertung einbezogen:

- das offiziell erreichte Sprachniveau des Befragten (attestiert beispielsweise durch den erfolgreichen Abschluss eines Sprach- oder Integrationskurses)
- die Selbsteinschätzung der Deutschkenntnisse durch den Befragten
- die Einschätzung der Deutschkenntnisse des Befragten durch die Interviewerin
- sowie die Häufigkeit des Gebrauchs der deutschen Sprache, insbesondere hinsichtlich der Interaktion mit anderen (einheimischen und ausländischen) Personen.

Um als bilinguale Person eingestuft zu werden, genügt es demnach nicht, die deutsche Sprache lediglich theoretisch gut zu beherrschen, sondern sie muss zugleich regelmäßig genutzt werden. Die Art und Weise, wie dies geschieht, kann allerdings sehr unterschiedlich gestaltet sein. So kann auch eine Person, die lediglich wenig Kontakt zu Einheimischen vorweisen kann, als bilingual eingestuft werden, wenn sie ein hohes Sprachniveau erreicht hat und sich regelmäßig mit anderen Zugewanderten auf Deutsch unterhält.

Um mögliche Zusammenhänge zwischen der Sprachkompetenz und der Mediennutzung zu eruieren, wurden die beiden Faktoren in Form einer zweiten Typologie zueinander in Beziehung gesetzt. Die Ergebnisse werden nachfolgend dargestellt. Insgesamt konnten sechs Typen (darunter zwei Einzelfälle) ausgemacht werden (vgl. Abb. 5).

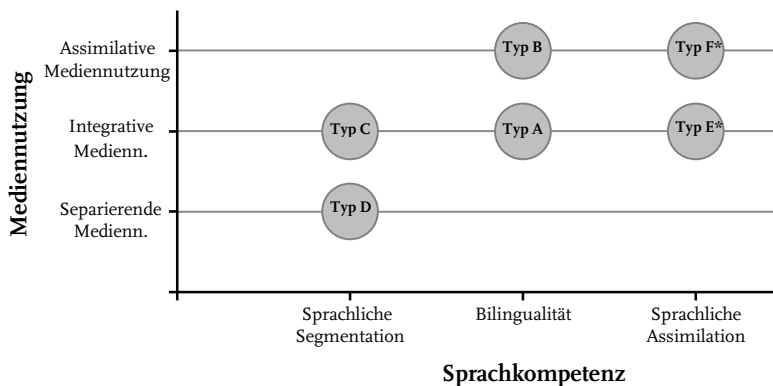


Abbildung 5: Typen bezüglich des Zusammenhangs von Sprachkompetenz und Medien-
nutzung. (Eigene Darstellung.)

* Typ E und Typ F sind Einzelfälle.

8.2.1 Typ A – Der bilinguale Nutzer deutsch- und muttersprachlicher Medien

Repräsentanten dieses Typs machen täglich von ihrer Muttersprache Gebrauch, um Heimatmedien zu rezipieren und um mit anderen Personen zu kommunizieren. Ebenso häufig werden Medien aus der Bundesrepublik genutzt und Unterhaltungen auf Deutsch geführt. Bei Letzteren kann es sich dabei sowohl um Gespräche mit Einheimischen als auch mit Geflüchteten bzw. Migranten handeln. In der Regel pflegen die Typ A zugehörigen Personen jedoch zumindest einige Bekanntschaften mit Deutschen, die sie beispielsweise durch die Schule, die Arbeit oder einen Sportverein kennen. Daneben können deutsche Nachbarn und Freunde sowie der einheimische Lebenspartner ein Grund dafür sein, die neu erworbenen Sprachkenntnisse regelmäßig zur Anwendung zu bringen.

Deutsche Medien werden von den diesem Typ entsprechenden Flüchtlingen je nach Interessenlage unterhaltend und / oder informativ genutzt. Am häufigsten wird dabei auf das Fernsehen oder das Internet (insb. *Facebook*) zurückgegriffen. Das Radio sowie Zeitungen werden eher vereinzelt rezipiert. Die entsprechenden Inhalte müssen dabei allerdings nicht unbedingt immer vollends verstanden werden. Darüber hinaus besitzen nicht alle der Repräsentanten des Typs A Interesse an den gegenwärtigen Ereignissen in der Bundesrepublik. Auch der Bleibewunsch ist mitunter eher gering ausgeprägt.

Dass sich unter den Repräsentanten auch eine mäßig integrierte Person befindet, zeigt überdies, dass die Beherrschung bzw. der Gebrauch der deutschen Sprache sowie die Nutzung nationaler Medien als alleinige Faktoren für eine erfolgreiche Eingliederung in die Gesellschaft nicht ausreichend sind. Vielmehr müssen eine Reihe weiterer Aspekte – wie beispielsweise das Vorhandensein von politischen Kenntnissen und das Interesse am aktuellen Geschehen in Deutschland – erfüllt werden, damit eine ganzheitliche Integration gelingen kann.

Mit Tarek, Banu, Djamal, Khalil, Ezel und Sami wird Typ A von sechs Personen repräsentiert. Diese sind zwischen 18 und 38 Jahre alt, wohnen in unterschiedlich großen Städten und stammen aus verschiedenen Ländern. Folglich kann vermutet werden, dass diese Aspekte sowie das Geschlecht keinen direkten Einfluss auf den Zusammenhang zwischen Sprachkompetenz und Mediennutzung ausüben. Ihr Bildungsniveau (das vom Besuch einer berufsvorbereitenden Schule bis hin zur abgeschlossenen Promotion reicht) weist zunächst große Unterschiede auf. Auf den zweiten Blick wird allerdings deutlich, dass fast alle Befragten mindestens das Abitur absolviert haben oder mit ihrem Schulbesuch darauf hinarbeiten. Des Weiteren kann festgehalten werden, dass sich die Geflüchteten zwischen einem und drei Jahren in der Bundesrepublik aufhalten. In dieser Zeit haben sie ein offizielles Sprachniveau zwischen A2 und B2 erreicht; die Sprachkenntnisse selbst wurden aber von der Interviewerin mitunter besser bzw. schlechter eingeschätzt. Außerdem lässt sich feststellen, dass sich soziale Kontakte zu Deutschen in Form von Freund-, Bekannt- oder Partnerschaften offenbar positiv auf die Sprachkenntnisse der Geflüchteten auswirken.

Ferner können sich die Deutschkenntnisse einer Person und die Nutzung deutschsprachiger Medien offenbar gegenseitig positiv bedingen.

8.2.2 Typ B – Der bilinguale Nutzer von überwiegend deutschen Medien

Die Repräsentanten dieses Typs können ebenfalls durch gute Kenntnisse bzw. eine regelmäßige Nutzung der deutschen Sprache charakterisiert werden. Unterschiede zu Typ A werden durch eine Betrachtung der Mediennutzung sichtbar: Personen, die als Vertreter für Typ B angesehen werden können, machen überwiegend von deutschen Medien Gebrauch. Rezipiert werden dabei sowohl unterhaltende als auch informative Inhalte verschiedener Medienarten. Auf muttersprachliche Medienangebote wird im Gegensatz hierzu nur noch selten zurückgegriffen. Damit einhergehend zeigen sich die Geflüchteten vor allem an deutschlandbezogenen Informationen interessiert und besitzen zumindest einige politische sowie kulturelle Kenntnisse. Ferner lässt sich konstatieren, dass alle Angehörigen dieses Typs Kontakte zu deutschen Personen pflegen. Ebendiese sozialen Beziehungen können dabei entweder eher stärker (z. B. bei Freund- und Partnerschaften) oder schwächer (etwa in Bezug auf Kollegen, Nachbarn oder Vereine / Organisationen) ausgeprägt sein.

Ein weiteres Merkmal der Repräsentanten von Typ B ist, dass sie sich gut in die deutsche Gesellschaft integriert haben. Insbesondere in sprachlicher Hinsicht können sie ausgeprägte Kenntnisse vorweisen, sodass ihnen das Führen von Gesprächen in der deutschen Sprache keine oder lediglich sehr geringe Probleme bereitet. Bei der Mediennutzung wird allerdings gern auch auf leicht verständliche oder speziell für Geflüchtete produzierte Angebote zurückgegriffen. Ferner wird anhand von Typ B ein weiteres Mal sichtbar, dass ein fortgeschrittener bzw. gut verlaufender Integrationsprozess keinen Bleibewunsch zur Folge haben muss.

Im Rahmen dieser Arbeit gehören die meisten Interviewpartner Typ B an. Hierzu zählen Ali, Emal, Hasim, Abdul, Omar, Mustafa, Nasser, Hawi, Farid und Khaled. Dass – wie bereits bei Typ C der zuvor erstellten Typologie – keine weiblichen Personen in dieser Gruppe zu finden sind, kann zum einen der ungleichen Zusammensetzung der

Befragten geschuldet sein. Zum anderen deutet es möglicherweise darauf hin, dass sich Männer eher als Frauen zutrauen, Medien des Aufnahmelandes zu rezipieren. Dies kann dann wiederum dazu führen, dass ebendiese maskulinen Geflüchteten in kürzerer Zeit bessere Sprachkenntnisse erwerben, die ihnen folglich die Nutzung weiterer deutscher Medienangebote ermöglichen resp. erleichtern. Das Alter, das Herkunftsland sowie die Größe des Wohnorts scheinen sich an dieser Stelle nicht unmittelbar auf den Zusammenhang zwischen Sprachkompetenz und Mediennutzung auszuwirken. Ein hoher Bildungsgrad sowie eine lange Aufenthaltsdauer können demgegenüber das Lernen einer neuen Sprache sowie die Nutzung nicht-muttersprachlicher Medien begünstigen. Des Weiteren scheinen, wie schon bei Typ A festgestellt wurde, soziale Kontakte zwischen Einheimischen und Geflüchteten die Entwicklung der Deutschkenntnisse von Letzteren zu fördern. Wichtiger als die Stärke der Beziehung zwischen den Gesprächspartnern ist dabei die Häufig- bzw. Regelmäßigkeit der Kommunikation.

8.2.3 Typ C – Der sprachlich segmentierte Nutzer deutsch- und muttersprachlicher Medien

Wie bereits erläutert, bedeutet eine sprachliche Segmentation, dass ein Geflüchteter nur geringe Deutschkenntnisse besitzt und / oder von der deutschen Sprache wenig Gebrauch macht. Die zu Typ C gehörenden Personen sprechen ergo (abseits des Sprachunterrichts) im Alltag kaum Deutsch, obwohl sie seit über zwölf bzw. 24 Monaten in der Bundesrepublik leben. Gründe hierfür sind beispielsweise darin zu sehen, dass sie noch keinen näheren Kontakt zu Einheimischen aufbauen konnten resp. wollten oder es ihnen große Probleme bereitet, sich auf Deutsch zu unterhalten. Dies trifft sowohl auf Geflüchtete mit einem offiziellen Sprachniveau auf der Stufe A2 als auch beispielsweise auf diejenigen zu, die einen Sprachkurs auf dem Niveau B2 besuchen.

Konträr hierzu greifen die Repräsentanten von Typ C jedoch genauso häufig auf deutsch- wie auf muttersprachliche Medien zurück. Oftmals werden dann leicht verständliche, unterhaltende Online- oder TV-Angebote rezipiert. Dies führt wiederum dazu, dass die Geflüchteten dieser Gruppe nur wenige Kenntnisse über die deutsche Politik vorwei-

sen können. Ferner wird das deutsche Medienangebot genutzt, um die eigenen Sprachkenntnisse weiter zu verbessern. Vor allem der Video-*plattform YouTube* wird hierbei mitunter ein großer Stellenwert eingeräumt.

Deutlich wird an diesem Typ, dass Geflüchtete nicht zwangsläufig erst gute Deutschkenntnisse erwerben müssen, bevor sie deutsche Medien nutzen können. Vielmehr können deutschsprachige Medieninhalte etwa als Ergänzung des Sprachunterrichts eingesetzt werden. Fehlende soziale Kontakte zu Einheimischen werden hierdurch zwar nicht immer, aber immerhin zuweilen kompensiert. Außerdem lässt sich festhalten, dass sich die zu Typ C gehörenden Personen, sowohl aus der objektiven Perspektive der Forscherin als auch aus ihrer subjektiven Sichtweise heraus, in der Regel erst mäßig hierzulande integriert haben. Dennoch besteht nicht bei allen ein Rückkehrwunsch.

Von den Befragten gehören Alia und Navid, Yasemin, Fatih, Mohammad, Daja sowie Kadir zu Typ C. Das Geschlecht und Alter, Herkunftsland sowie der Bildungsstand können folglich vorerst als direkte Einflussfaktoren auf den Zusammenhang von Sprachkompetenz und Mediennutzung ausgeschlossen werden. Dass alle Repräsentanten von Typ C in einer mittelgroßen oder kleinen Stadt leben, könnte aber wiederholt ein Indiz dafür sein, dass dort nur wenige oder gar keine Anlaufstellen für Geflüchtete vorhanden sind, die zum sprachlichen bzw. kulturellen Austausch zwischen Einheimischen und Asylbewerbern bzw. -berechtigten beitragen. Darüber hinaus hat der Großteil der Gesprächspartner bereits Erfahrungen mit Vorurteilen von Einheimischen gegenüber Flüchtlingen gemacht. Die Angst vor weiteren negativen Erlebnissen stellt demzufolge womöglich einen Grund dafür da, dass die zu diesem Typ gehörenden Interviewten nur wenig Kontakt zu Deutschen suchen bzw. pflegen und nur mäßig hierzulande integriert sind.

8.2.4 Typ D – Der sprachlich segmentierte Nutzer von überwiegend muttersprachlichen Medien

Geflüchtete, die sich diesem Typ zuordnen lassen, machen sowohl bei der interpersonalen Kommunikation als auch bei der Mediennutzung

hauptsächlich von ihrer Muttersprache Gebrauch. Auf die deutsche Sprache wird ergo lediglich selten zurückgegriffen. Als Gründe hierfür sind beispielsweise geringe Deutschkenntnisse, das Fehlen von Anlaufpunkten für Geflüchtete in kleinen Orten, die Angst vor möglichen negativen Reaktionen der Einheimischen oder auch eine fehlende Motivation bezüglich des Deutschlernens denkbar. Hinzu kommt, dass die Repräsentanten dieses Typs keine deutschsprachigen Freunde bzw. Familienmitglieder haben, keiner Arbeit nachgehen und auch nicht in einem Verein oder einer Organisation aktiv sind. Folglich bieten sich ihnen im Alltag wenig Gelegenheiten, (abseits des Unterrichts) auf Deutsch zu kommunizieren, sodass sich ihre Sprachkenntnisse nur langsam weiterentwickeln.

Überdies lassen sich die diesem Typ zugehörigen Geflüchteten dadurch charakterisieren, dass sie sich nur wenig für die aktuellen politischen und kulturellen Geschehnisse in der Bundesrepublik interessieren. Informative und unterhaltende Inhalte aus der Heimat stehen dagegen im Mittelpunkt der Medienrezeption. Des Weiteren lässt sich festhalten, dass sich die Personen, die zu Typ D zählen, hierzulande noch nicht integriert fühlen und es daher nicht ausschließen, irgendwann in ihre Heimat zurückzukehren.

Von den interviewten Geflohenen stellen Samira und Ramiz die Repräsentanten dieses Typs dar. Dass sie sich, ähnlich wie die meisten anderen Befragten, zwischen 12 und 18 Monaten hierzulande aufhalten, deutet wiederholt darauf hin, dass eine längere Aufenthaltsdauer die Integration zwar begünstigen kann, aber nicht zwangsläufig muss. Überdies scheinen das Alter und Geschlecht, der Bildungsstand sowie das Herkunftsland den Zusammenhang zwischen Sprachkompetenz und Mediennutzung nicht unmittelbar zu beeinflussen. Für den Wohnort gilt dies jedoch nicht zwangsläufig, da Ramiz in einem kleinen Ort lebt und Samira bis vor Kurzem ebenfalls in einer kleinen Stadt gewohnt hat. Die Deutschkenntnisse der Repräsentanten von Typ D sind zwar offiziell auf einem fortgeschrittenen Level, da Samira bereits das Niveau B1 erlangt hat und Ramiz in der Schule auf Deutsch unterrichtet wird; dennoch bereiten ihnen Konversationen auf Deutsch zuweilen noch große Probleme. Zurückgeführt werden kann dies darauf, dass beide weder mit ihren Mitschülern noch abseits des Integrations-

kurses bzw. Schulunterrichts Deutsch sprechen. Für die Zukunft haben die Interviewpartner geplant, sich mithilfe einer Ausbildung bzw. einer Arbeitsstelle stärker in die Bundesrepublik einzugliedern.

8.2.5 Einzelfälle

Ergänzend zu den eben dargestellten Ergebnissen wurden zwei weitere Typen eruiert, die jeweils nur von einer Person repräsentiert werden. Dies sind der sprachlich assimilierte Nutzer deutsch- und muttersprachlicher Medien (Typ E) sowie der sprachlich assimilierte Nutzer von überwiegend deutschen Medien (Typ F).

Wird von der deutschen Sprache im Alltag so häufig Gebrauch gemacht, dass ein Geflüchteter seine Muttersprache allmählich vergisst, ist dieser sprachlich assimiliert. Dies setzt zum einen voraus, dass eine Person gute bis sehr gute Deutschkenntnisse besitzt; zum anderen muss sie durch einheimische Freunde resp. Bekannte, einen Job und / oder die Einbindung in eine Organisation bzw. einen Verein auf sozialer Ebene so stark in die Gesellschaft eingebunden sein, dass sie die Gelegenheit hat, täglich mehr Deutsch als ihre Muttersprache zu sprechen. Da es zudem in der Regel eine Weile dauert, soziale Kontakte aufzubauen und eine neue Sprache zu lernen (sofern dies nicht im Vorfeld der Flucht getan wurde), muss sich eine Person, die einem dieser beiden Typen angehört, bereits einige Zeit in der Bundesrepublik aufhalten.

Der sprachlich assimilierte Nutzer deutsch- und muttersprachlicher Medien (Typ E) zeichnet sich des Weiteren dadurch aus, dass er in etwa gleichem Maße deutsch- und herkunftssprachliche Medien nutzt. Erstere werden dabei gut verstanden. Da im Rahmen dieser Arbeit die Existenz des Typs E lediglich auf Ahmed zurückzuführen ist, muss an dieser Stelle auf die Ausführung weiterer verallgemeinernder Merkmale verzichtet werden. Für Ahmed (und somit womöglich auch für weitere sprachlich assimilierte Nutzer deutsch- und muttersprachlicher Medien) gilt jedoch, dass er sich um eine starke Eingliederung hierzulande bemüht und in der Großstadt, in der er lebt, diesbezüglich auch ausreichend Anlaufpunkte (z. B. soziale Organisationen) findet. Zudem teilt er sich mit vier Einheimischen eine Wohnung und hat eine deutsche Part-

nerin, was zu einer routinemäßigen Anwendung der deutschen Sprache führt. Hat er mit anderen Geflüchteten oder Familienangehörigen Kontakt, greift er hierzu meist auf seine Muttersprache oder das Englische zurück. Derartige Situationen kommen aber weitaus seltener vor als Unterhaltungen mit Deutschen. Durch diesen Lebensstil ist es Ahmed gelungen, in den 14 Monaten, in denen er sich in der Bundesrepublik aufhält, das Sprachniveau B2 zu erreichen. Ferner weist er eine grundsätzliche Affinität hinsichtlich des Lernens von Fremdsprachen sowie einen hohen Bildungsgrad auf.

Darüber hinaus zeigt Ahmed zwar nach wie vor Interesse an den gegenwärtigen Entwicklungen in seiner Heimat, vielmehr sucht er jedoch gezielt nach Informationen zum aktuellen Geschehen hierzulande sowie zur Lebensweise der Deutschen. Aus diesem Grund werden muttersprachliche Medien vorrangig zur Unterhaltung rezipiert. Ferner lässt sich festhalten, dass sich der Befragte in der Bundesrepublik wohl bzw. akzeptiert fühlt und möglichst bald ein Studium beginnen möchte. Außerdem ist er bereits gut in die Bundesrepublik integriert und kann sich vorstellen, für den Rest seines Lebens in Deutschland zu bleiben.

Denkbar ist, dass mit fortschreitender Zeit mehr Geflüchtete diesem Typus angehören werden, weil sie ihre Deutschkenntnisse (z. B. aufgrund des Sprach- oder auch Schulunterrichts) weiter verbessern können und das Deutsche im Alltag sehr viel häufiger nutzen (müssen) als ihre Muttersprache. Andererseits ist es ebenso möglich, dass die Zuwanderer trotz einer fortschreitenden Verbesserung ihrer Deutschkenntnisse auch weiterhin regelmäßig von ihrer Heimatsprache Gebrauch machen und sich die Mehrheit der Geflüchteten somit zu einem bilingualen Typ entwickelt.

Im Gegensatz hierzu greift der sprachlich assimilierte Nutzer von überwiegend deutschen Medien (Typ F) generell (fast) ausschließlich auf hierzulande produzierte Medien zurück. Zudem besteht durch Freund- resp. Bekanntschaften, die Einbindung in Vereine / Organisationen oder eine Arbeitsstelle so viel Kontakt zu Einheimischen, dass der Geflüchtete die Gelegenheit hat, täglich auf Deutsch zu kommunizieren. Mit anderen Ausländern (Freunden, Familienmitgliedern etc.) wird entweder selten oder gar nicht auf Deutsch gesprochen. Darüber hinaus

ist wahrscheinlich ein Aufenthalt in der Bundesrepublik von mindestens einem Jahr nötig, um sich als Geflüchteter (ohne vor der Flucht geknüpfte Kontakte bzw. erworbene Deutschkenntnisse) in sprachlicher und sozialer Hinsicht so stark in die deutsche Gesellschaft einzugliedern, wie es eine Zugehörigkeit zu Typ F voraussetzt.

Im Rahmen dieser Arbeit wurde lediglich Raoul als Vertreter von Typ F eruiert. Folglich können aufgrund der fehlenden Vergleichbarkeit auch hier keine weiteren allgemeingültigen Merkmale ausgearbeitet werden. Durch eine Betrachtung von Raouls Aussagen lassen sich jedoch weitere potenzielle Eigenschaften von sprachlich assimilierten Nutzern, die überwiegend von deutschen Medien Gebrauch machen, skizzieren. So zeigt er – ebenso wie der zu Typ E gehörende Ahmed – sowohl an der Lebensweise der Deutschen als auch an den aktuellen (politischen) Geschehnissen hierzulande großes Interesse. Diesbezügliche Informationen erhält der Interviewte meist über *Facebook* bzw. *YouTube* oder durch Gespräche mit Einheimischen. Rezipiert er deutsches Fernsehen oder deutsche Printmedien, sucht er trotz seiner guten Deutschkenntnisse nach leicht verständlichen Inhalten. Sein Freundeskreis besteht (nach 17 Monaten Aufenthalt in der Bundesrepublik) ausschließlich aus Einheimischen, die er durch die Zugehörigkeit zu einer Volleyballmannschaft kennengelernt hat. Seine Muttersprache kommt lediglich bei Gesprächen mit seiner Familie zum Einsatz.

Da Raoul in einer vergleichsweise kleinen Stadt wohnt, in der es offenbar an speziellen Anlaufpunkten für Geflüchtete mangelt, nutzt er die Möglichkeit, über den Sport Einheimische kennenzulernen und Freundschaften mit diesen aufzubauen. Überdies unterstützt er das Sozialamt als Dolmetscher. Diese soziale Eingebundenheit trägt in Kombination mit seiner generellen Sprachaffinität und einem hohen Bildungsniveau vermutlich maßgeblich dazu bei, dass der Befragte bereits weitaus bessere Deutschkenntnisse vorweisen kann, als es der Besuch des Integrationskurses auf dem Niveau B1 vermuten ließe. Obwohl Raoul sich zudem hierzulande integriert fühlt und eine Ausbildung absolvieren möchte, würde er im Falle eines Kriegsendes gern in seine Heimat zurückkehren. Da er jedoch nicht davon ausgeht, dass letztgenannte Situation in den nächsten Jahrzehnten eintreten wird, ist die Eingliederung in die deutsche Gesellschaft für ihn sehr wichtig.

Ferner gilt ebenso wie für Typ E, dass zukünftig womöglich mehr Geflüchtete diesem Typus zugeordnet werden.

9. Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse

An dieser Stelle sollen die eruierten Ergebnisse noch einmal zusammengefasst und diskutiert sowie die Forschungsfragen beantwortet werden.

Zunächst ist dabei festzuhalten, dass alle Befragten entweder eine deutsche Schule besuchen oder an einem Sprach- bzw. Integrationskurs teilnehmen resp. diesen absolviert haben. Die Pläne der Bundesrepublik, den Geflüchteten möglichst schnell Deutschkenntnisse und (insbesondere durch die in den Kursen behandelten Themen) kulturelle Normen und Werte zu vermitteln, scheinen demzufolge erfolgreich realisiert zu werden. Ob dies gleichzeitig dazu führt, dass den Zugewanderten z. B. seitens der Arbeitgeber die Chance auf einen Job eingeräumt wird, kann jedoch ebenso wie die Frage, ob die Geflüchteten dauerhaft Anschluss in der Gesellschaft finden und sich mit der deutschen Kultur identifizieren können, erst zukünftig beantwortet werden. Als hilfreich bei der Integration kann sich offenbar ein Wohnsitz in einer größeren Stadt erweisen, da dort häufiger Begegnungszentren, Sportvereine o. Ä. vorzufinden sind. Hinsichtlich der Verfügbarkeit von Ethnomedien spielt die Größe der Stadt für die Geflüchteten dagegen offenbar keine Rolle. Darüber hinaus ergab die Untersuchung, dass das Lernen der deutschen Sprache nahezu allen Befragten zumindest am Anfang schwerfiel. Vorteilhaft auf den Zweitspracherwerb auswirken kann sich das Beherrschen anderer Fremdsprachen sowie ein hoher Bildungsgrad.

Hinsichtlich des Mediennutzungsverhaltens wurde eruiert, dass muttersprachliche Medien sowohl unterhaltend als auch informativ genutzt werden. In Bezug auf deutsche Medien sind es vor allem besser integrierte Personen, die nicht nur auf Unterhaltungsprogramme, sondern ebenso auf Nachrichten oder andere Informationsangebote zurückgreifen. Beide Formen können sich unterstützend auf den Sprachlernprozess auswirken. Wird die gesamte Mediennutzung betrachtet, machen die Befragten neben dem Internet am häufigsten vom Fernsehen Gebrauch. Das Radio wird eher selten genutzt. Printmedien werden, wenn überhaupt, in der Regel lediglich online gelesen. Fast schon ängstlich zeigten sich teilweise selbst gut integrierte Studienteilnehmer

mit ausgeprägten Deutschkenntnissen gegenüber hierzulande produzierten Zeitungen und Zeitschriften, da diese offenbar sehr schwer zu verstehen sind und folglich kaum konsumiert werden. Deutsche TV-Inhalte werden dagegen meist recht gut begriffen. Dies trifft ebenso größtenteils auf das Radioprogramm zu, für das jedoch wenig Interesse besteht. Die Wahl, welches Medium genutzt wird, ist demzufolge nicht ausschließlich von den medialen Bedürfnissen und der generellen Präferenz für ein Medium, sondern zusätzlich von dem Verständnis der Medien abhängig. So werden beispielsweise von vielen Befragten häufiger deutsche Fernsehsender als Printmedien rezipiert, weil Bewegtbilder in der Regel besser aufgefasst und nachvollzogen werden können als Texte.

Die Hauptinformationsquelle der Flüchtlinge ist *Facebook*. Abgesehen von den muttersprachlichen Seiten sind dort vor allem Angebote, die für Migranten oder Geflüchtete produziert werden (z. B. die *Deutsche Welle*), bei den Interviewpartnern beliebt. Des Weiteren wird gern auf *YouTube* zurückgegriffen, um mediale Inhalte aus der Heimat zu rezipieren oder Deutsch zu lernen. Interesse am aktuellen Geschehen in Deutschland bzw. an der deutschen Politik haben die Befragten vor allem immer dann, wenn sie selbst von den aktuellen Entwicklungen betroffen sind. Ferner offenbarten viele Studienteilnehmer ein großes Interesse am aktuellen Geschehen im Herkunftsland; andere meiden dagegen bewusst ihre Heimat betreffende Nachrichten.

Einer Arbeit gehen bisher nur wenige der Studienteilnehmer nach. Dies lässt sich jedoch auch darauf zurückführen, dass die Mehrheit von ihnen noch nicht das hierfür benötigte Sprachniveau erreicht hat bzw. fest in einen Sprach- oder Integrationskurs eingebunden ist. Von den Befragten, die ihre Schullaufbahn bereits beendet haben, können viele einen mit dem Abitur vergleichbaren Abschluss vorweisen. Zudem wurde von der Geflohenen immer wieder erzählt, dass ein begonnenes Studium aufgrund des Krieges nicht beendet werden konnte. Diejenigen, die in Deutschland die Schule abschließen möchten, versuchen meist die allgemeine Hochschulreife zu erwerben.

Dass der überwiegende Teil der Interviewpartner nicht (mehr) in einem Flüchtlingswohnheim untergebracht ist, sondern ein reguläres Wohnhaus bezogen hat, begünstigt aufgrund der deutschen Nachbar-

schaft die Kontaktaufnahme zu Einheimischen. Dennoch fällt es vielen der Befragten schwer, Freundschaften zu Deutschen aufzubauen, so dass die deutsche Sprache nur bei einigen Geflüchteten regelmäßig im Alltag zur Anwendung kommt. Die Einbindung in Organisationen und Vereine kann dabei helfen, dies zu ändern.

Die deutsche Medienberichterstattung über Flüchtlinge wird von ebendiesen unterschiedlich wahrgenommen. Insgesamt überwiegt jedoch die Forderung, dass Geflüchtete differenzierter bzw. positiver dargestellt werden sollten. Außerdem wünschen sich die Untersuchungsteilnehmer mehr deutsche Medien mit spezifischen Informationen für Asylbewerber bzw. -berechtigte sowie eine muttersprachliche Untertitelung des TV-Programms. Größtenteils gelobt wurden die Inhalte des deutschen Grundgesetzes, vor allem die Religions- und Meinungsfreiheit, sowie das vorherrschende demokratische System. Das Integrationsgesetz wurde eher kritisch bewertet, da es den Geflüchteten laut deren Ansicht viele Freiheiten nehme. Die Frage, ob sich die Interviewten hierzulande integriert fühlen, wurde sehr unterschiedlich und nicht immer eindeutig beantwortet. Insbesondere die in Teilen der Bevölkerung vorherrschenden Vorurteile gegenüber Flüchtlingen wurden oftmals bemängelt. Des Weiteren fühlen sich einige Geflohene der deutschen Sprache gegenüber noch nicht mächtig genug, um sich selbst als integriert zu bezeichnen. Der Bleibewunsch ist unter den Interviewpartnern sehr unterschiedlich ausgeprägt. Während einige im Falle eines Kriegsendes sofort in ihr Herkunftsland zurückgehen würden, stellt eine Rückkehr für andere Befragte keine Option dar.

Mithilfe der Typenbildung sollten im weiteren Verlauf des Auswertungsprozesses potenzielle Zusammenhänge zwischen der Mediennutzung und Integration sowie zwischen der Sprachkompetenz und Mediennutzung aufgedeckt werden. Hierbei zeigte sich, dass gut integrierte Flüchtlinge entweder überwiegend von deutschen Medien oder gleichermaßen von deutschen und muttersprachlichen Medien Gebrauch machen. Die Befragten, die sich nur mäßig hierzulande integriert haben, nutzen entweder ebenso im gleichen Ausmaß nationale und heimat Sprachliche Medien oder greifen vorrangig auf Heimatmedien zurück.

Wie bereits im Laufe dieser Arbeit erläutert wurde, stellen die Sprachkenntnisse einen relevanten Faktor für die Integration von Zuwanderern in die Gesellschaft dar. Die Resultate der Typenbildung offenbaren nun, dass gute Deutschkenntnisse und die Nutzung deutscher Medien ebenfalls häufig zusammen auftreten. So rezipieren Geflüchtete, die die deutsche Sprache so gut beherrschen, dass sie im Rahmen dieser Studie als bilingual eingestuft wurden, überwiegend deutsche oder gleichermaßen deutsche und muttersprachliche Medieninhalte. Die Flüchtlinge, deren Deutschkenntnisse eher gering ausgeprägt sind, machen dagegen oftmals vorrangig von Medien aus der Heimat Gebrauch. Allerdings befinden sich unter den sprachlich segmentierten Befragten ebenso Geflüchtete, die gleich oft deutsche und muttersprachliche Medien nutzen. Zwei Befragte konnten darüber hinaus als sprachlich assimiliert eingestuft werden. Von diesen greift ein Geflüchteter vorwiegend auf deutsche Medienangebote zurück, während der andere gleichermaßen nationale und muttersprachliche Medien konsumiert.

Werden beide Typologien gemeinsam betrachtet, fällt auf, dass sich die Mehrheit der Studienteilnehmer hierzulande recht gut integriert hat, passable Deutschkenntnisse vorweisen kann und deutsche Medien nutzt. Dieses Ergebnis kann auf einen Auswahl Effekt zurückzuführen sein. Zudem wurde schon erwähnt, dass viele der Befragten einen hohen Bildungsstand vorweisen. Dieser führt womöglich dazu, dass eine neue Fremdsprache schneller gelernt wird und folglich deutsche Medien besser verstanden resp. soziale Kontakte zu Einheimischen aufgebaut werden können. Ferner muss bedacht werden, dass es die Befragten durch das Asylverfahren gewohnt sind, Interviews zu geben und hierbei möglichst gut von sich selbst zu sprechen. Dies kann etwa dazu geführt haben, dass sie ihre Erzählungen bzw. Selbsteinschätzungen geschönt dargestellt haben. In diesem Fall würden ebendiese nicht eindeutig der Realität entsprechen. Des Weiteren soll darauf hingewiesen werden, dass sich auch immer wieder Gemeinsamkeiten zwischen den Repräsentanten der verschiedenen ausgearbeiteten Typen feststellen lassen. Dies lässt sich damit begründen, dass sich die Befragten zuweilen sehr ähnlich sind und daher mitunter lediglich einzelne Merkmalsausprägungen darüber entscheiden, welchem Typ eine Person angehört.

Zu Beginn dieses Forschungsprojektes wurde die Frage gestellt, ob Flüchtlinge deutsche Medien rezipieren. Wie bei der Zusammenfassung der Ergebnisse gerade schon deutlich wurde, kann dies zumindest für die Teilnehmer der vorliegenden Studie mit einem Ja beantwortet werden. Allerdings liegen große Unterschiede bezüglich der rezipierten Inhalte, des Ausmaßes der Nutzung sowie des Verständnisses der deutschen Medien vor. Die Ergebnisse zeigen, dass bei den Befragten meist entweder kognitive oder affektive Bedürfnisse zur Rezeption deutschsprachiger Medien führen. Bei Ersteren liegt dabei entweder der Wunsch vor, spezifische Informationen zu erhalten oder sich ein Überblickswissen zu verschaffen; Letztere betonen die Forderung nach Unterhaltung. Auf diese Weise sollen beispielsweise Probleme vergessen oder Langeweile bekämpft werden. Darüber hinaus wird von den Studienteilnehmern jedoch auch auf deutsche Medienangebote zurückgegriffen, um Gesprächsstoff für die Anschlusskommunikation zu erhalten und das Fehlen von realen sozialen Kontakten zu kompensieren (interaktive Bedürfnisse). Gleichzeitig werden durch das Internet, insbesondere durch *Facebook*, mitunter neue soziale Kontakte zu Einheimischen und anderen hierzulande lebenden Flüchtlingen geknüpft. Feste interpersonale Beziehungen (z. B. Freundschaften) entwickeln sich hieraus allerdings eher selten. Einige Interviewpartner erzählten zudem, mithilfe der Medien etwas über die Lebensweise der Deutschen lernen zu wollen. Neben den Onlinemedien kann hierbei vor allem das Fernsehen Rollenvorbilder liefern. Umgekehrt führen andere integrative Bedürfnisse (wie etwa die Selbstfindung oder das Streben nach Werterhaltungen) dazu, dass weiterhin muttersprachliche Medien rezipiert werden. Gleiches gilt für den Wunsch, aktuelle Informationen aus dem Herkunftsland zu erhalten, bekannte Medienangebote (z. B. Serien) weiterhin zu nutzen und mithilfe des Internets Kontakte zu Personen aus der Heimat aufrechtzuerhalten. Im Hinblick auf zeitliche Ressourcen werden sowohl nationale als auch muttersprachliche Medien ferner dazu verwendet, Zeit zu füllen und durch eine Parallelnutzung (z. B. des Fernsehers und des Smartphones) Zeit zu verdichten oder zu sparen. So ist etwa der Einsatz eines Online-Wörterbuchs während der Rezeption eines deutschen Films weniger zeitintensiv als das spätere Nachschlagen von Übersetzungen in einem herkömmlichen Wörterbuch.

Ferner wird an den Ergebnissen der Untersuchung deutlich, dass die persönlichen Eigenschaften sowie die Lebenssituation einer Person ihren Medienkonsum beeinflussen können. Hierzu zählt unter anderem das soziale Umfeld eines Geflüchteten. Ist etwa im Wohnheim lediglich ein Fernseher für alle Bewohner des Hauses vorhanden, werden häufig anderen Medien konsumiert. Weiterhin fällt auf, dass muttersprachliche TV-Programme oftmals „mitrezipiert“ werden, wenn ältere Familienmitglieder wie etwa die Eltern von diesen Gebrauch machen, während mit Geschwistern oder den eigenen Kindern verstärkt auf deutsche TV-Inhalte zurückgegriffen wird. Zu den individuellen Eigenschaften lassen sich unter anderem die Sprachkenntnisse der Geflohenen zählen. Wie die zweite entwickelte Typologie zeigt (Kap. 8.2), bestehen durchaus Hinweise darauf, dass ebendiese die Mediennutzung beeinflussen können. Allerdings reichen die eruierten Befunde nicht aus, um einen endgültigen Zusammenhang zwischen der Sprachkompetenz und der Mediennutzung feststellen zu können. Darüber hinaus kann festgehalten werden, dass gut ausgeprägte Deutschkenntnisse nicht automatisch dazu führen, dass alle Medieninhalte verstanden werden und dass bei der Auswahl ebendieser außerdem die persönliche Bewertung eines Mediums (z. B. hinsichtlich seiner Glaubwürdigkeit) eine Rolle spielen kann. Ferner wurde eruiert, dass manche Befragte eigene Mediennutzungsmuster entwickelt haben. Sichtbar werden diese beispielsweise durch das tägliche Hören eines bestimmten Radiosenders beim Frühstück oder während des Kochens.

Mithilfe der zweiten Forschungsfrage sollte herausgefunden werden, ob die Mediennutzung die Integration von Geflüchteten beeinflussen kann. Da der Integrationsgrad einer Person aufgrund des hohen Komplexitätsgrades nur schwer messbar ist, wurde *Integration* auf der Basis von Essers beschriebenen Prozessen der Sozialintegration (2006a) operationalisiert. Zwar reichen die durch diese Dissertation und andere Studien gewonnenen Resultate noch nicht aus, um einen Zusammenhang zwischen den beiden Aspekten als empirisch gesichert geltend zu machen; die Gesamtbetrachtung der Ergebnisse des vorliegenden Forschungsprojekts (und insbesondere die entwickelte Typologie in Kapitel 8.1) lässt jedoch vermuten, dass sich Mediennutzung und Integration gegenseitig bedingen. Ergo ist es möglich, dass sich die Nutzung deut-

scher Medien positiv auf die Integration der Geflüchteten auswirkt, während ein hoher Integrationsgrad wiederum die Nutzung deutschsprachiger Medien begünstigen kann. Daneben muss bedacht werden, dass die Mediennutzung ein Bestandteil des Alltags ist und folglich wiederum mit anderen Faktoren zusammenwirkt, die den Integrationsgrad einer Person ebenfalls beeinflussen können. So ist es auch denkbar, dass ein Geflüchteter zunächst durch das Lernen der deutschen Sprache einen höheren Integrationsstatus erreicht und folglich häufiger deutsche Medien nutzt. Umgekehrt könnte aber auch die Mediennutzung die Integration bzw. die Entwicklung der Sprachkenntnisse begünstigen. Dies bedeutet nicht, dass die Nutzung deutscher Medien ein Garant dafür ist, dass sich eine Person rascher resp. besser hierzulande integriert oder schneller deutsche Sprachkenntnisse erwirbt; es liegt jedoch nahe, dass sie sich unterstützend auf die Integration auswirken kann.

Werden die in Kapitel 4 vorgestellten Studien als Vergleich herangezogen, lässt sich feststellen, dass die Befunde der vorliegenden Dissertation in wesentlichen Punkten mit den Ergebnissen anderer Untersuchungen übereinstimmen. So hielten etwa Weiß und Trebbe (2002: 47) sowie Simon und Neuwöhner (2011: 465 ff.) fest, dass besser integrierte Zuwanderer tendenziell öfter von deutschen als von muttersprachlichen Medien Gebrauch machen. Schneider und Arnold (2004b: 498) kamen zu dem Ergebnis, dass Medien eine unterstützende Wirkung im Integrationsprozess einnehmen können. Und auch Schmid (2007: 3 f.) resümierte in ihrer Arbeit, dass sich in ihren erhobenen Daten ein Kausalzusammenhang zwischen dem Willen zur Integration und der Nutzung deutscher Medien erkennen lässt.

Dass ein Großteil der Studienteilnehmer sowohl nationale als auch muttersprachliche Medien rezipiert, entspricht der von Geißler präferierten interkulturellen medialen Integration (vgl. Geißler 2005a: 76; Kap. 3.2.1). Auf diese Weise können sich die Zugewanderten sozialstrukturell in die Aufnahmegesellschaft integrieren und gleichzeitig mit ihrem Heimatland verbunden bleiben. Da die deutschen Medien außerdem zumindest einige der von Vlašić (2004: 67; Kap. 3.2.2) aufgestellten Integrationsfaktoren erfüllen (indem die Befragten zum Beispiel Informationen zu den hierzulande geltenden Normen und Werten aus ihnen

ziehen können), kann vermutet werden, dass sie die Eingliederung der Geflüchteten in die Gesellschaft fördern. Gleichzeitig wird an den Ergebnissen der vorliegenden Studie aber auch deutlich, dass durchaus weiterer Spielraum nach oben besteht. So merkten etwa einige der Untersuchungsteilnehmer kritisch an, dass Geflüchtete nicht angemessen (d. h. ergo auch nicht wie laut Vlašićs Konzept gefordert) in den deutschen Medien repräsentiert werden. Dies kann auf lange Sicht zu einer Abkehr der Flüchtlinge von den deutschen Medien führen sowie eine langsamere resp. schlechtere Integration zur Folge haben (vgl. Kap. 4.3). Die eruierten Resultate liefern jedoch keine Anzeichen dafür, dass diese Situation aktuell vorliegt. Vielmehr wurden stattdessen die Integrationsbemühungen bzw. assimilatorischen Handlungen der Geflüchteten deutlich. Das war des Öfteren sogar dann der Fall, wenn diese (im Falle eines Kriegsendes) gern in ihre Heimat zurückkehren würden.

Offen ist an dieser Stelle noch die Frage, ob in Deutschland produzierte Medien, die speziell für Geflüchtete hergestellt werden, sinnvoll sind. Unbestreitbar ist, dass die Deutschenkenntnisse der Zuwanderer „eine besondere Rolle im Prozess der gesellschaftlichen Integration“ einnehmen, weil sie den Ausgangspunkt für die Eingliederung in nahezu sämtliche Bereiche (z. B. auf dem Bildungs- und Arbeitsmarkt sowie bei der interkulturellen, interpersonalen Kommunikation) darstellen (Esser 2006a: 58). Nun kann vor diesem Hintergrund zum einen die Meinung vertreten werden, dass die Geflüchteten die deutsche Sprache möglichst schnell lernen und dabei die deutschen Medien gebrauchen bzw. verstehen lernen sollen. Zum anderen wurde in den im Zuge dieser Arbeit durchgeführten Interviews deutlich, dass für Migranten bzw. Flüchtlinge produzierte Medienangebote gern von den Befragten genutzt werden, sofern diese für sie einen persönlichen Mehrwert bieten. Würden ebendiese nicht existieren, würden die Geflüchteten ihre Informationen aufgrund der Sprachbarriere womöglich in einem größeren Ausmaß oder ausschließlich aus den Heimatmedien beziehen und auf diese Weise (mehr) Falschinformationen (beispielsweise über die aktuellen politischen Entwicklungen in der Bundesrepublik) vermittelt bekommen.

Es erscheint daher sinnvoll, spezielle mediale Inhalte für Geflüchtete bereitzustellen, die entweder in deren Muttersprache verfasst

sind oder durch entsprechende Übersetzungen (z. B. in Form von Untertiteln bei Film- und Videomaterialien) ergänzt werden. So besteht die Chance, dass die Zuwanderer einen Zugang zu national produzierten Medien finden und im Laufe der Zeit verstärkt auf deutschsprachige Medien zurückgreifen. Des Weiteren können den Flüchtlingen auf diese Weise gezielt Kenntnisse vermittelt werden, die sie für das Leben hierzulande benötigen. Dies, so wird durch die Auswertung der durchgeführten Interviews deutlich, entspricht gleichzeitig den Vorstellungen der Geflüchteten, die des Öfteren betonten, sich beispielsweise mehr alltagsrelevante Informationen sowie TV-Sendungen mit heimat sprachlichen Untertiteln zu wünschen.

Die Ergebnisse dieser Dissertation dienen jedoch nicht nur zur Beantwortung der aufgestellten Forschungsfragen, sondern können ebenso dazu verwendet werden, das Schema der migrantischen Mediennutzungstypen (Trebbe 2009; Kap. 5.2) weiterzuentwickeln. Hierzu wird ebendieses mit dem im Zuge der Typenbildung angewandten Konzept des Merkmalsraums (vgl. Kap. 6.5.2) verknüpft.

Bezüglich der Frage, wie Mediennutzung und Integration zusammenhängen, zeigt sich, dass neben den empirisch ermittelten Typen weitere Charakterisierungen möglich sind. Zur Erinnerung: Laut dem Konzept der migrantischen Mediennutzungstypen können deutsch- und muttersprachliche Medien entweder integrativ (also in gleichem Umfang), assimilativ (d. h. verstärkt deutsche Medien) oder separierend (hauptsächlich Medien aus dem Heimatland) genutzt werden. Wird (fast) nie von Medien Gebrauch gemacht, liegt eine Marginalisierung vor (vgl. Trebbe 2009: 37; Kap. 5.2). Kombiniert man diese Systematisierung nun mit den eruierten Ausprägungen des Integrationsstatus der Geflüchteten und ergänzt zwei Extrempunkte, ergeben sich insgesamt zwölf potenzielle Typen:

Integrative Mediennutzung				Separierende Mediennutzung			
Voll und ganz integriert	Gut integr.*	Mäßig integr.*	–**	–***	Gut integr.	Mäßig integr.*	Überhaupt nicht integriert
Assimilative Mediennutzung				Marginale Mediennutzung			
Voll und ganz integriert	Gut integr.*	Mäßig integr.	–**	–***	Gut integr.	Mäßig integr.	Überhaupt nicht integriert

Tabelle 6: Mögliche existierende Typen bei der Betrachtung des Zusammenhangs zwischen Mediennutzung und Integration in die deutsche Gesellschaft. (Eigene Darstellung.)

* Diese Typen wurden bereits empirisch ermittelt und in Kap. 8.1 dargestellt.

** Macht ein Geflüchteter von deutschen Medien Gebrauch, setzt dies ein Mindestmaß an Deutschkenntnissen voraus. Folglich kann er hierzulande nicht „überhaupt nicht integriert“ sein.

*** Da die Nutzung deutscher Medien im Rahmen dieser Dissertation als relevanter Faktor der Integration angesehen wird (vgl. Kap. 5.4), kann ein Geflüchteter, der keine deutschen Medien nutzt, nicht „voll und ganz“ in die Bundesrepublik integriert sein.

Ein voll und ganz integrierter Nutzer deutsch- und muttersprachlicher Medien wäre demnach dadurch gekennzeichnet, dass er in gleichem Ausmaß Medien aus Deutschland sowie seiner Heimat rezipiert und alle aufgestellten Kriterien, die für die gelingende Integration von Geflüchteten eine relevante Rolle einnehmen (vgl. Kap. 5.4), erfüllt. Ähnliches gilt für voll und ganz integrierte Personen, die eine assimilative Mediennutzung aufweisen. Im Unterschied zum erstgenannten Typ greifen diese aber verstärkt auf deutschsprachige Medien zurück. Dieser Aspekt trifft ebenso auf den mäßig integrierten Typ mit einer assimilativen Mediennutzung zu. Allerdings erfüllt dieser nur einen geringen Teil der Anforderungen, die für eine vollständige Integration erfüllt sein müssen.

Darüber hinaus können Personen, die sich dem Feld der separierenden Mediennutzung zuordnen lassen (also vorrangig heimat-

sprachliche Medien konsumieren), gut in die Bundesrepublik integriert sein. Dies wäre beispielsweise dann der Fall, wenn sie kein Interesse an deutschen Medien aufweisen, aber wichtige Informationen über das aktuelle Geschehen in Deutschland durch regelmäßige Gespräche mit Einheimischen einholen. Erfüllt eine Person, die lediglich Medien aus ihrer Heimat konsumiert, keine der integrationsrelevanten Bedingungen, so ist sie hierzulande überhaupt nicht integriert. Diese Situation kann außerdem dann eintreten, wenn jemand generell nie bzw. äußerst selten von Medien Gebrauch macht (marginale Mediennutzung). Im Gegensatz hierzu ist es jedoch trotz marginaler Mediennutzung möglich, mäßig oder gut in die deutsche Gesellschaft integriert zu sein. Dies ist etwa dann der Fall, wenn eine Person durch ihre Lebensweise einige bzw. einen Großteil der anderen Anforderungen erfüllt, die für eine Eingliederung in die Bundesrepublik von Bedeutung sind.

Ob diese theoretisch ausgearbeiteten Typen in der Realität tatsächlich existieren und welche weiteren Merkmale diese ggf. aufweisen, bleibt an dieser Stelle offen und kann nur durch weitere Studien herausgefunden werden. Aufgezeigt werden soll mit dieser Grafik jedoch, dass vermutlich mehr als die in der vorliegenden Arbeit eruierten Typen vorliegen können. Um dies untersuchen zu können, müsste allerdings eine Studie mit einer größeren Anzahl an Befragten – bestenfalls gar eine quantitative Befragung – durchgeführt werden.

Hinsichtlich einer Betrachtung des möglichen Zusammenhangs zwischen Sprachkompetenz und Mediennutzung der Befragten wurden das Konzept der migrantischen Mediennutzungstypen (vgl. Trebbe 2009; Kap. 5.2) und die von Esser herausgearbeiteten migrantischen Sprachkompetenztypen (Esser 2006b; Kap. 5.1) mit den Resultaten der Typenbildung verknüpft und weiterentwickelt. Tabelle 7 macht all die Typen sichtbar, die aus einer theoretischen Perspektive heraus existieren können, insofern ebendiese Merkmale untersucht werden. Neben den sechs empirisch ermittelten Typen (vgl. Kap. 8.2) konnten zehn weitere potenzielle Typen ausgemacht werden:

Bilingualität				Sprachliche Assimilation			
Integrat. Medien-nutzung*	Assimil. Medien-nutzung*	Separ. Medien-nutzung	Margin. Medien-nutzung	Integrat. Medien-nutzung*	Assimil. Medien-nutzung*	Separ. Medien-nutzung	Margin. Medien-nutzung
Sprachliche Segmentation				Sprachliche Marginalität			
Integrat. Medien-nutzung*	Assimil. Medien-nutzung	Separ. Medien-nutzung*	Margin. Medien-nutzung	Integrat. Medien-nutzung	Assimil. Medien-nutzung	Separ. Medien-nutzung	Margin. Medien-nutzung

Tabelle 7: Mögliche existierende Typen bei der Betrachtung des Zusammenhangs zwischen Sprachkompetenz und Mediennutzung. (Eigene Darstellung.)

* Diese Typen wurden bereits empirisch ermittelt und in Kap. 8.2 dargestellt.

Eine bilinguale Person, die eine separierende Mediennutzung aufweist, rezipiert demzufolge überwiegend muttersprachliche Medien, obwohl sie die deutsche Sprache kompetent beherrscht. Letzteres gilt zudem für die bilingualen Geflüchteten mit einer marginalen Mediennutzung, die jedoch generell nur selten oder gar nicht von Medien – ganz gleich in welcher Sprache diese produziert werden – Gebrauch machen.

Des Weiteren ist es denkbar, dass sich ein Flüchtling bereits gut in die deutsche Gesellschaft integriert hat und (fast) nur auf Deutsch kommuniziert, da er etwa hierzulande einem Beruf nachgeht und ausschließlich mit Einheimischen Freund- und Bekanntschaften pflegt, gleichzeitig aber hauptsächlich muttersprachliche oder überhaupt keine Medieninhalte konsumiert. Eine sprachlich segmentierte Person, die demgegenüber schlechte Deutschkenntnisse besitzt, könnte beispielsweise dann eine assimilative Mediennutzung anstreben, wenn sie auf diese Weise ihre Deutschkenntnisse verbessern möchte oder aus technischen Gründen keinen Zugriff auf Medien aus ihrer Heimat hat. Ebenso könnte sie aufgrund dieser oder ähnlicher Ursachen komplett auf die Medienrezeption verzichten.

Beherrscht ein Geflüchteter keine Sprache kompetent, ist aber dennoch an medialen Inhalten interessiert, so kann er entweder ver-

stärkt auf Medien in seiner Muttersprache, auf deutsche Medien oder beide gleichermaßen zurückgreifen. Fühlt er sich von den verfügbaren Medienangeboten nicht angesprochen, verzichtet er womöglich auf einen Gebrauch von diesen. Eine sprachliche Marginalität wird im Allgemeinen eher selten vorliegen, da diese hauptsächlich auf geflüchtete Kinder zutrifft, die ihre Muttersprache noch nicht bzw. nicht mehr beherrschen und die Sprache des Aufnahmelandes noch nicht gelernt haben (vgl. Esser 2006a: 26; Kap. 5.1).

Inwiefern diese zusätzlich skizzierten Typen empirisch nachweisbar sind und wie sie näher charakterisiert werden können, muss im Rahmen der vorliegenden Studie ebenso offen gelassen werden wie bei den zuvor dargestellten, potenziell existierenden Typen hinsichtlich des Zusammenhangs zwischen Mediennutzung und Integration. Gleichzeitig zeigen die beiden zusätzlich entwickelten Schemata (Tabelle 6 und 7), dass die Hinzunahme eines Merkmals die Untersuchung der Mediennutzung von Geflüchteten zu einem komplexen Konstrukt werden lässt, welches im Detail durch weitere Studien genauer eruiert werden kann und ergo eine Reihe von Anknüpfungspunkten für weitere Forschungsprojekte bietet.

Des Weiteren soll an dieser Stelle noch einmal darauf hingewiesen werden, dass diverse Auswahl- und Methodeneffekte die Ergebnisse dieser Arbeit beeinflusst haben könnten. Die allgemeinen Gütekriterien für quantitative Verfahren (Objektivität, Reliabilität und Validität) greifen für qualitative Studien nur bedingt, da hierbei das Interpretieren von Zusammenhängen im Mittelpunkt steht (vgl. Helfferich 2011: 154 f.; Mayring 2002: 140). Weil aber ebenso wenig verbindliche Richtlinien für die Durchführung nicht-standardisierter empirischer Untersuchungen existieren, wurde sich im Rahmen dieser Arbeit an dem von Mayring (2002: 144 ff.) zusammengestellten Kriterienkatalog orientiert. Dieser umfasst beispielsweise die Dokumentation des methodischen Vorgehens sowie eine systematische Bearbeitung des Datenmaterials. Auf diese Weise soll die intersubjektive Nachvollziehbarkeit des Forschungsprojekts gewährleistet werden. Dennoch können Fehlerquellen nicht vollkommen ausgeschlossen werden. Durch Maßnahmen wie die Protokollierung der Interviews bzw. deren Rahmenbedingungen sowie einer mehrfachen induktiven Überarbeitung des Codierleitfadens wurde

jedoch versucht, diese soweit wie möglich einzugrenzen. Aspekte auf der Seite der Befragten (z. B. Antworten gemäß der sozialen Erwünschtheit) sind allerdings dennoch nie ganz zu vermeiden.

Des Weiteren wurde bereits erläutert, dass die vorliegende Studie keinen Anspruch auf Repräsentativität erhebt. Diese kann bereits aufgrund des Verzichts der Ziehung einer Zufallsstichprobe bei der Auswahl der Interviewpartner nicht gewährleistet werden. Auffallend war, und das könnte eine nicht-intendierte Folge des Auswahlprozesses sein, dass der überwiegende Teil der Studienteilnehmer ein hohes Bildungsniveau vorweisen konnte. Dieses beeinflusst womöglich auch das Informationsverhalten der Personen. Zudem darf das Problem der Sprachbarriere, das während der Gespräche mal mehr und mal weniger eine Rolle gespielt hat, nicht vernachlässigt werden.

10. Fazit und Ausblick

Das Ziel dieser Dissertation war es, neue Erkenntnisse darüber zu gewinnen, ob Medien die Integration von Geflüchteten beeinflussen können. Bevor die empirische Umsetzung dieses Forschungsvorhabens erfolgte, wurden zunächst wesentliche thematische Grundlagen skizziert (Kap. 2). Danach erfolgte eine Darstellung der wichtigsten Integrationstheorien, mithilfe derer die Komplexität des Begriffs *Integration* deutlich gemacht wurde (Kap. 3). Im Fokus stand hierbei vor allem das Konzept zur Integration ethnischer Minderheiten von Hartmut Esser (2000a). Zudem wurden die Integration durch Medien in den Mittelpunkt gerückt, der Spracherwerbsprozess genauer betrachtet und die Integrationsbemühungen der Bundesregierung näher beleuchtet. Anschließend fand eine Aufarbeitung des Forschungsstandes zum Thema *Medien und Migration* statt (Kap. 4.). Ergänzt wurde Kapitel vier durch erste veröffentlichte Ergebnisse, die zur Darstellung bzw. zur Mediennutzung von Geflüchteten vorliegen sowie einer Skizzierung von Ethno- und Diasporamedien, speziellen Medienangeboten für Flüchtlinge und Erkenntnissen aus der internationalen Forschung.

Anschließend wurden das für die vorliegende Arbeit entwickelte Analysemodell beschrieben (Kap. 5) sowie die angewandte Methodik und deren Durchführung geschildert, bevor das Vorgehen bei der Transkription sowie der Auswertung der erhobenen Daten dargelegt wurde (Kap. 6). Nachdem dann die Resultate der empirischen Studie präsentiert waren (Kap. 7.), wurde eine Typenbildung vorgenommen, um mögliche Zusammenhänge zwischen Mediennutzung und Integration sowie zwischen Sprachkompetenz und Mediennutzung aufzuzeigen (Kap. 8.). Zuletzt wurden schließlich die eruierten Ergebnisse resümiert und diskutiert sowie die eingangs formulierten Forschungsfragen beantwortet (Kap. 9).

Resümieren lässt sich an dieser Stelle, dass alle Geflüchteten, die im Zuge des in dieser Arbeit beschriebenen Forschungsprojektes interviewt wurden, von deutschen Medien Gebrauch machen. Wie intensiv sie diese nutzen und welche Inhalte sie hierbei präferieren, ist jedoch von verschiedenen Faktoren (z. B. dem persönlichen Interesse sowie dem

Sprachverständnis) abhängig. Des Weiteren legen die eruierten Resultate nahe, dass sich die Mediennutzung und Integration gegenseitig bedingen. In diesem Fall bedeutet dies, dass sich die Rezeption deutscher Medien offenbar positiv auf den Integrationsstatus einer geflüchteten Person auswirken kann, was dann wiederum womöglich dazu führt, dass häufiger deutsche Medieninhalte konsumiert werden. Darüber hinaus zeigt sich für einen Großteil der Studienteilnehmer ein wechselseitiger Zusammenhang zwischen den Deutschkenntnissen und der Mediennutzung.

Eine Sonderform stellen die speziell für Migranten bzw. Geflüchtete produzierten Medien dar. Diese sind nicht immer auf Deutsch, sondern häufig zugleich in der Muttersprache der Asylbewerber bzw. -berechtigten rezipierbar. In diesem Moment haben sie zwar keine Verbesserung der Sprachkenntnisse der Flüchtlinge zur Folge, können sich aber über die vermittelten Inhalte (z. B. auf kultureller oder identifikatorischer Ebene) dennoch positiv auf deren Integration auswirken. Weil sie darüber hinaus vermutlich dazu beitragen, dass sich die Geflüchteten eher an die Rezeption deutscher Medien herantrauen, stellen sie eine durchaus sinnvolle Ergänzung zu den vorhandenen Massenmedien dar.

Schließen lässt sich aus den Ergebnissen dieser Dissertation, dass den Medien durchaus eine relevante Rolle im Integrationsprozess von Geflüchteten zugesprochen werden kann. Ergo scheint es empfehlenswert zu sein, deutsche Medien auch in den Unterricht der Sprach- bzw. Integrationskurse einzubinden. Auf diese Weise können nicht nur mögliche Nutzungshemmungen seitens der Zugewanderten abgebaut, sondern zugleich deutsche Medienangebote (sowohl diejenigen aus dem massenmedialen Bereich als auch jene, die speziell für Geflüchtete produziert werden) bekannt gemacht werden. Dies bringt den Vorteil, dass die Zugewanderten einen Überblick hinsichtlich der Vielzahl existierender Medien bekommen und dazu befähigt werden, sich benötigte Informationen selbst zu beschaffen. Denn, wie in einigen Interviews deutlich wurde, fällt es den Flüchtlingen teilweise schwer, die für sie relevanten Inhalte aus dem breiten Medienangebot herauszufiltern. Dies ist auch der Grund, weshalb ein Studienteilnehmer die Empfehlung äußerte, den Orientierungskurs nicht an das Ende, sondern den Anfang des

Integrationskurses zu setzen und bestenfalls in der Muttersprache der Geflüchteten durchzuführen. Auf diese Weise würden die Zugewanderten früher die Dinge lernen, mit denen sie im Alltag konfrontiert werden (z. B. Mülltrennung).

Darüber hinaus können Medien auch deshalb als Teil des Integrationsprozesses angesehen werden, weil sie einen öffentlichen Diskurs über ebendiesen herbeiführen. So ermöglichen sie es den Mitgliedern der Gesellschaft, sich immer wieder neu über gemeinsame Vorstellungen zu verständigen (vgl. Jarren 2000: 25 ff.). Wichtig ist dabei, dass Integration nicht als einseitiger Akt seitens der Zugewanderten betrachtet, sondern als gesamtgesellschaftlicher Prozess verstanden werden sollte. Statt eine Assimilation der Geflüchteten zu fordern, können die Medien eine kulturübergreifende Kommunikation im Sinne von Geißlers (2010; Kap. 3.2.1) Konzept der interkulturellen medialen Integration ermöglichen und dazu beitragen, das Fremde und Unbekannte verständlich zu machen. Überdies sollten sich die Journalisten bzw. Redakteure im Klaren darüber sein, dass eine zu häufige negative Darstellung von Flüchtlingen desintegrierende Prozesse zur Folge haben kann (vgl. Entman 1992: 341; Kap. 4.3). Um ihrer Integrationsfunktion gerecht zu werden, genügt es nicht, dass die deutschen Medien von den Geflüchteten rezipiert werden. Vielmehr müssen sie die Geflohenen angemessen repräsentieren und im besten Fall in die Produktion einbinden (vgl. Geißler 2005a: 75 f.; Vlašić 2004: 67 ff; Kap. 3.2). Ferner muss akzeptiert werden, dass deutsche Medien dem oftmals stark ausgeprägten Interesse der Flüchtlinge an Nachrichten aus ihrem Herkunftsland nicht gerecht werden können und Heimatmedien demzufolge stets eine wichtige (ergänzende) Rolle für die Zugewanderten spielen werden (vgl. Müller 2005d: 382).

Mithilfe der vorliegenden Dissertation konnten neue Hinweise auf den Zusammenhang zwischen der Mediennutzung und Integration von Geflüchteten gewonnen sowie bestehende Theorien weiterentwickelt werden. Bis die eruierten Resultate zu allgemeingültigen Erkenntnissen führen, bedarf es jedoch aufgrund des vielschichtigen Sachverhalts einer Vielzahl an Untersuchungen.

Mit weiteren Forschungsprojekten, die an diese Arbeit anknüpfen, könnte etwa herausgefunden werden, ob tatsächlich bereits viele gut integrierte Geflüchtete in Deutschland leben, die überwiegend deutsche Medien nutzen (vgl. Kap. 8.1.3, Kap. 9). Zudem bieten die Weiterentwicklung des Konzepts der migrantischen Mediennutzungstypen (vgl. Trebbe 2009: 37; Kap. 5.2, Kap. 9) sowie der entsprechenden Sprachkompetenztypen (Esser 2006b: 8; Kap. 5.1., Kap. 9) weitere Anknüpfungspunkte für zukünftige Studien. Mithilfe dieser könnte beispielsweise festzustellen sein, ob die theoretisch ausgearbeiteten Typen auch empirisch eruiert werden können. Überdies wäre mithilfe einer Längsschnittstudie beobachtbar, ob bzw. wie sich das Mediennutzungsverhalten der Geflüchteten mit der Zeit verändert und ob sich dies wiederum auf ihren Integrationsstatus auswirkt. Gleichzeitig ist es vorstellbar, dass der Schwerpunkt in einer weiteren Studie auf die Sprache gelegt wird und folglich auch der Zusammenhang zwischen Integration und Deutschkenntnissen von Geflüchteten untersucht wird. Hierbei könnte sowohl eine Längs- als auch eine Querschnittsanalyse erfolgen. Nicht zuletzt sollte dann eine quantitative Studie folgen, um validere Aussagen bezüglich der Zusammenhänge zwischen Mediennutzung und Integration, Sprachkenntnissen und Mediennutzung bzw. Sprachkenntnissen und Integration treffen zu können.

Abschließend soll hinzugefügt werden, dass die durch diese Doktorarbeit gewonnenen Erkenntnisse nicht ausschließlich für die Kommunikationswissenschaft von Bedeutung sind, sondern auch eine gesellschaftliche bzw. politische Relevanz besitzen. Um Geflüchtete optimal in die deutsche Gesellschaft zu integrieren, müssen etwa Kenntnisse darüber vorliegen, auf welchem (medialen) Weg die Zuwanderer am besten erreicht werden können und welche Informationen sie benötigen, um ihr neues Leben in der Bundesrepublik bestmöglich zu meistern. Die vorliegende Studie hat diesbezüglich relevante Informationen geliefert. Aufbauend auf diesen Resultaten wäre es zum Beispiel denkbar, dass die deutsche Bundesregierung zukünftig mit Flüchtlingen zusammenarbeitet, um die Inhalte aus den Orientierungskursen frühzeitig (und zugunsten der Verständlichkeit ggf. in ihrer Muttersprache) mittels *YouTube* an die Geflüchteten zu vermitteln. Darüber hinaus könnten die Zugewanderten durch gezielt verteilte, kostenlose Wurfzei-

tungen angesprochen und auf diverse sozialpolitische Angebote aufmerksam gemacht werden.

Vergessen werden darf bei allen Eingliederungsbemühungen jedoch nicht, dass Integration ein komplexer Prozess ist, der sich nicht innerhalb von wenigen Monaten vollziehen kann. Sowohl die Geflüchteten als auch die Einheimischen brauchen Zeit, um ihre neuen Mitbürger kennenzulernen und sich an unbekannte kulturelle Einflüsse zu gewöhnen.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Adoni, H. / Cohen, A. A. / Caspi, D. (2002): The consumer's choice: Language, media consumption and hybrid identities of minorities. In: Communications. The European Journal of Communication Research, 27. Jg., H. 4. S. 411 – 436. Abrufbar unter: <http://www.degruyter.com/view/j/comm.2002.27.issue-4/comm.2002.001/comm.2002.001.xml> [abgerufen am: 28.08.2017].

AEMR (1948): Allgemeine Erklärung der Menschenrechte. Vereinte Nationen, Generalversammlung vom 10. Dezember 1948. Abrufbar unter: <http://www.un.org/depts/german/menschenrechte/aemr.pdf> [abgerufen am: 19.06.2016].

AGF (Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung) (2017): Marktanteile der AGF- und Lizenzsender im Tagesdurchschnitt 2016. Abrufbar unter: <https://www.agf.de/daten/tvdaten/marktanteile/?name=marktanteile> [abgerufen am: 02.05.2017].

Ahrenholz, B. (2010): Bedingungen des Zweitspracherwerbs in unterschiedlichen Altersstufen. In: WISO Diskurs, Ausgabe November 2010. „Sprache ist der Schlüssel zur Integration.“ Bedingungen des Sprachlernens von Menschen mit Migrationshintergrund. Publikation im Auftrag des Gesprächskreises Migration und Integration der Friedrich-Ebert-Stiftung. S. 19 – 29. Abrufbar unter: <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/07666.pdf> [abgerufen am: 07.07.2017].

Ahrenholz, B. (2014a): Erstsprache – Zweitsprache – Fremdsprache. In: Ahrenholz, B. / Oomen-Welke, I. (Hrsg.): Deutsch als Zweitsprache. Schneider Verlag Hohengehren, Baltmannsweiler. S. 3 – 16.

Ahrenholz, B. (2014b): Zweitspracherwerbsforschung. In: Ahrenholz, B. / Oomen-Welke, I. (Hrsg.): Deutsch als Zweitsprache. Schneider Verlag Hohengehren, Baltmannsweiler. S. 64 – 80.

Aksoy, A. / Robins, K. (2000): Thinking across spaces. Transnational television from Turkey. In: *European Journal of Cultural Studies*, 3. Jg., H. 3. S. 343 – 365. Abrufbar unter: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/136754940000300305> [abgerufen am: 28.04.2016].

Aksoy, A. / Robins, K. (2003): The enlargement of meaning. Social demand in a transnational context. In: *International Communication Gazette*, 65. Jg., H. 4. S. 365 – 388. Abrufbar unter: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0016549203654004> [abgerufen am: 28.04.2016].

Aksoy, A. / Robins, K. (2006): Banal transnationalism: Turkish perspectives on television and imagined community. In: Hipfl, B. / Hug, T. (Hrsg.): *Media Communities*. Waxmann, Münster. S. 123 – 140.

Alencar, A. (2017): Refugee integration and social media: A local and experiential perspective. In: *Information, Communication & Society*, 20. Jg., Online-Ausgabe Juni 2017. S. 1 – 16. Abrufbar unter: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2017.1340500> [abgerufen am: 12.10.2017].

Almstadt, E. (2017): Flüchtlinge in den Printmedien. In: Ghaderi, C. / Eppenstein, T. (Hrsg.): *Flüchtlinge. Multiperspektivische Zugänge*. Springer VS, Wiesbaden. S. 185 – 201.

Amiriaux, V. / Simon, P. (2006): There are no minorities here: Cultures of scholarship and public debate on immigrants and integration in France. In: *International Journal of Comparative Sociologie*, 47. Jg., H. 3. S. 191 – 215. Abrufbar unter: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0020715206066164> [abgerufen am: 12.04.2017].

Ammer, M. / Nowak, M. / Stadlmayr, L. / Hafner, G. (2010): Rechtsstellung und rechtliche Behandlung von Umweltflüchtlingen. Umweltbundesamt, Dessau-Roßlau. Abrufbar unter: <https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/461/publikationen/4035.pdf> [abgerufen am: 28.08.2016].

Androutsopoulos, J. (2005): Virtuelle Öffentlichkeiten von Migranten. In: Jahrbuch für Kulturpolitik 5. Klartext Verlagsgesellschaft, Essen. S. 299 – 308.

Anker, H. / Ermutlu, M. / Steinmann, M. (1995): Die Mediennutzung der AusländerInnen in der Schweiz. Ergebnisse einer schriftlichen Befragung in der ganzen Schweiz vom März / April 1995. SRG Forschungsdienst, Bern.

Anthias, F. (1998): Evaluating 'diaspora': Beyond ethnicity? In: Sociology, 32. Jg., H. 3. S. 557 – 580. Abrufbar unter: <https://www.cambridge.org/core/journals/sociology/article/evaluating-diaspora-beyond-ethnicity/3019D84293F55B2062EE06BE34739868> [abgerufen am: 12.07.2016].

ARD (2016): Guide for refugees. Wegweiser für Flüchtlinge. Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland. Abrufbar unter: http://www.ard.de/home/ard/guide-for-refugees-wegweiser-fuer-fluechtlinge/Guide_for_refugees/index.html [abgerufen am: 12.07.2017].

Artsiomenka, K. (2016): Vorwort. In: Pöttker, H. / Kiesewetter, C. / Lofink, J. (Hrsg.): Migranten als Journalisten? Eine Studie zu Berufsperspektiven in der Einwanderungsgesellschaft. Springer VS, Wiesbaden. S. 9 – 10.

Ashkenasi, A. (1988): Zur Theorie und Geschichte von Flucht und Exil. In: Ashkenasi, A. (Hrsg.): Das weltweite Flüchtlingsproblem. Sozialwissenschaftliche Versuche der Annäherung. Edition CON, Bremen. S. 10 – 22.

AsylG (2015): Asylgesetz. Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. Abrufbar unter: https://www.gesetze-im-internet.de/asylvfg_1992/index.html [abgerufen am: 21.04.2017].

Atteslander, P. (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. Erich Schmidt Verlag, Berlin.

AufenthG (2008): Gesetz über den Aufenthalt, die Erwerbstätigkeit und die Integration von Ausländern im Bundesgebiet. Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. Abrufbar unter: http://www.gesetze-im-internet.de/aufenthg_2004/index.html [abgerufen am: 21.04.2016].

Aumüller, J. (2007): Türkische Fernsehmedien in Deutschland. In: Bonfadelli, H. / Moser, H. (Hrsg.): Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? Springer VS, Wiesbaden. S. 21 – 42.

Auswärtiges Amt (2015a): Syrien. Stand: September 2015. Abrufbar unter: http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/01-Nodes_Uebersichtsseiten/Syrien_node.html [abgerufen am: 26.04.2016].

Auswärtiges Amt (2015b): Eritrea. Stand: März 2015. Abrufbar unter: http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/01-Nodes_Uebersichtsseiten/Eritrea_node.html [abgerufen am: 26.04.2016].

Auswärtiges Amt (2016): Bosnien und Herzegowina. Innenpolitik. Stand: März 2016. Abrufbar unter: <http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/BosnienUndHerzegowina/node.html> [abgerufen am: 28.04.2016].

Bachleitner, R. / Weichbold, M. / Aschauer, W. (2010): Die Befragung im Kontext von Raum, Zeit und Befindlichkeit. Beiträge zu einer prozessorientierten Theorie der Umfrageforschung. Springer VS, Wiesbaden.

Bachmayer, G. (1993): Deutsch als Fremd- und Zweitsprache. Didaktische Modelle des Erwerbs der deutschen Sprache bei Erwachsenen. Verlag Peter Lang, Frankfurt am Main.

Bade, K. J. (1994): Ausländer, Aussiedler, Asyl. Eine Bestandsaufnahme. Verlag H. C. Beck, München.

Bade, K. J. / Oltmer, J. (2004): Normalfall Migration. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn.

Bade, K. J. / Oltmer, J. (2005): Flucht und Asyl 1950-1989. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn. Abrufbar unter: http://www.bpb.de/gesellschaft/migration/dossier_migration/56435/flucht-und-asyl-1950-1989 [abgerufen am: 05.05.2016].

Bader, H. (2009): Deutsche Presse und *Hürriyet*. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Forschungsbefunde. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 317 – 331.

BAMF (2005): Migration, Asyl und Integration in Zahlen. 14. Auflage. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Nürnberg. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Publikationen/Broschueren/broschuere-statistik-2005.pdf> [abgerufen am: 05.05.2016].

BAMF (2010): Fortschritte der Integration. Zur Situation der fünf größten in Deutschland lebenden Ausländergruppen. Forschungsbericht 8. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Nürnberg. Abrufbar unter: <https://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Publikationen/Forschungsberichte/fb08-fortschritte-der-integration.pdf> [abgerufen am: 12.10.2016].

BAMF (2013a): Inhalt und Ablauf. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/DE/Willkommen/DeutschLernen/Integrationskurse/InhaltAblauf/inhaltablauf-node.html> [abgerufen am: 02.07.2016].

BAMF (2013b): Integrationsverlauf von Integrationskursteilnehmern. Abrufbar unter: <https://www.bamf.de/SharedDocs/Projekte/DE/DasBAMF/Forschung/Integration/integrationspanel.html> [abgerufen am: 02.07.2016].

BAMF (2014a): Asylkompromiss garantiert Schutz für politisch Verfolgte. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/DE/Fluechtlingsschutz/fluechtlingsschutz-node.html> [abgerufen am: 12.04.2016].

BAMF (2014b): Ablauf des deutschen Asylverfahrens. Asylantragstellung – Entscheidung – Folgen der Entscheidung. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/SharedDocs/Anlage/Publikationen/Flyer/ablauf-asylverfahren.pdf> [abgerufen am: 10.05.2016].

BAMF (2014c): Anhörung und Entscheidung. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/DE/Migration/Fluechtlinge/Asylverfahren/anhoeerungentscheidung-node.html> [abgerufen am: 10.05.2016].

BAMF (2014d): Rechtsfolgen der Entscheidung. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/DE/Migration/AsylFluechtlinge/Asylverfahren/Rechtsfolgen/rechtsfolgen-node.html> [abgerufen am: 12.06.2016].

BAMF (2014e): Bericht zur Integrationskursgeschäftsstatistik für das Jahr 2013. Abfragestand: 29. März 2014. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Nürnberg. Abrufbar unter: https://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Downloads/Infothek/Statistik/Integration/2013-gesamt_bund.pdf [abgerufen am: 02.07.2016].

BAMF (2015a): Arbeitsmigration nimmt zu. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/SharedDocs/Meldungen/DE/2015/20150528-wanderungsmonitor-freizuegigkeit.html> [abgerufen am: 12.04.2016].

BAMF (2015b): Das deutsche Asylverfahren - ausführlich erklärt. Zuständigkeiten, Verfahren, Statistiken, Rechtsfolgen. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Publikationen/Broschueren/das-deutsche-asylverfahren.pdf> [abgerufen am: 10.05.2016].

BAMF (2015c): Integrationskurse für Asylbewerber. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/DeutschLernen/IntegrationskurseAsylbewerber/integrationskurseasylbewerber-node.html> [abgerufen am: 07.10.2016].

BAMF (2015d): Merkblatt zum Integrationskurs. Abrufbar unter: http://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Downloads/Infothek/Integrationskurse/630-121_merkblatt-Integrationskurse.pdf [abgerufen am: 02.07.2016].

BAMF (2015e): Bericht zur Integrationskursgeschäftsstatistik für das Jahr 2014. Abfragestand: 1. April 2015. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Nürnberg. Abrufbar unter: http://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Downloads/Infothek/Statistik/Integration/2014-integrationskurs-geschaeftsstatistik-gesamt_bund.pdf [abgerufen am: 02.07.2016].

BAMF (2016a): Politisch Verfolgte genießen Asyl. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/DE/Migration/AsylFluechtlinge/Asylrecht/asylrecht-node.html> [abgerufen am: 19.04.2016].

BAMF (2016b): Glossar. Sichere Herkunftsstaaten. Abrufbar unter: https://www.bamf.de/DE/Service/Left/Glossary/_function/glossar.html?lv3=1504416 [abgerufen am: 19.04.2016].

BAMF (2016c): Verteilung der Asylbewerber. Stand: 1. Januar 2016. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/DE/Migration/AsylFluechtlinge/Verteilung/verteilung-node.html> [abgerufen am: 10.05.2016].

BAMF (2016d): Erstorientierung und Deutsch lernen für Asylbewerber. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/DE/Willkommen/DeutschLernen/ErstorientierungAsyl/erstorientierungasyl-node.html> [abgerufen am: 08.07.2016].

BAMF (2016e): Aktuelle Zahlen zu Asyl. Tabellen, Diagramme, Erläuterungen. Ausgabe Dezember 2016. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Nürnberg. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Downloads/Infothek/Statistik/Asyl/aktuelle-zahlen-zu-asyl-dezember-2016.html?nn=7952222> [abgerufen am: 08.07.2017].

BAMF (2016f): Das ESF-BAMF-Programm. Abrufbar unter: www.bamf.de/DE/Willkommen/DeutschLernen/DeutschBeruf/Deutschberuf-esf/deutschberuf-esf-node.html [abgerufen am: 08.07.2016].

BAMF (2016g): Überblick zur berufsbezogenen Sprachförderung gem. § 45a. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/DE/Willkommen/DeutschLernen/DeutschBeruf/Bundesprogramm-45a.html> [abgerufen am: 08.07.2016].

BAMF (2016h): FAQ: Zugang zum Arbeitsmarkt für geflüchtete Menschen. Abrufbar unter: www.bamf.de/DE/Infothek/FragenAntworten/ZugangArbeitFluechtlinge/zugang-arbeit-fluechtlinge-node.html [abgerufen am: 15.07.2016].

BAMF (2016i): Ausländer mit Aufenthaltstiteln ab 2005. Abrufbar unter: www.bamf.de/DE/DeutschLernen/Integrationskurse/TeilnahmeKosten/Aufenthaltstitel_nach/aufenthaltstitel_nach-node.htm [abgerufen am: 02.07.2016].

BAMF (2016j): Bericht zur Integrationskursgeschäftsstatistik für das Jahr 2015. Abfragestand: 8. April 2016. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Nürnberg. Abrufbar unter: http://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Downloads/Infothek/Statistik/Integration/2015-integrationskursgeschaefsstatistik-gesamt_bund.pdf [abgerufen am: 02.07.2016].

BAMF (2016k): Geschäftsstatistik zum Integrationskurs. Stand: 28. April 2016. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/DE/Infothek/Statistiken/InGe/inge-node.html> [abgerufen am: 02.07.2016].

BAMF (2016l): Eine App, die das „Ankommen“ erleichtert. Abrufbar unter: <https://www.bamf.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2016/20160113-002-pressemitteilung-pk-app.html> [abgerufen am: 02.07.2016].

BAMF (2017a): Aktuelle Zahlen zu Asyl. Ausgabe September 2017. Tabellen, Diagramme, Erläuterungen. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Nürnberg. Abrufbar unter: www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Downloads/Infothek/Statistik/Asyl/aktuelle-zahlen-zu-asyl-dezember-2017.pdf [abgerufen am: 12. 02.2018].

BAMF (2017b): Das Bundesamt in Zahlen 2016. Asyl, Migration und Integration. Abrufbar unter: <https://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Publikationen/Broschueren/bundesamt-in-zahlen-2016-asyl.html> [abgerufen am: 12. 04.2017].

BAMF (2017c): Bericht zur Integrationskursgeschäftsstatistik für das Jahr 2016. Abfragestand: 3. April 2017. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Nürnberg. Abrufbar unter: https://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Downloads/Infothek/Statistik/Integration/2016/2016-integrationskursgeschaefsstatistik-gesamt_bund.pdf [abgerufen am: 26.01.2018].

Bang, H.-K. / Reece, B. B. (2003): Minorities in children's television commercials: New, improved and stereotyped. In: Journal of Consumer Affairs, 37. Jg., H. 1. S. 42 – 67. Abrufbar unter: http://www.researchgate.net/publication/227518190_Minorities_in_Children%27s_Television_Commercials_New_Improved_and_Stereotyped [abgerufen am: 12.04.2017].

Barlai, M. / Fähnrich, B. / Griessler, C. / Rhomberg, M. (2017): The migrant crisis: European perspectives and national discourses. LIT-Verlag, Wien / Zürich.

Bastian, M. (2016): Journalistische Schreibwerkstatt für Schüler mit Migrationshintergrund. In: Pöttker, H. / Kiesewetter, C. / Lofink, J. (Hrsg.): Migranten als Journalisten? Eine Studie zu Berufsperspektiven in der Einwanderungsgesellschaft. Springer VS, Wiesbaden. S. 139 – 151.

Bates, D. C. (2002): Environmental refugees? Classifying human migrations caused by environmental change. In: Population and Environment, 23. Jg., H. 5. S. 465 – 477. Abrufbar unter: <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1015186001919> [abgerufen am: 08.12.2017].

Bauer, R. A. (1963): The initiative of the audience. In: Journal of Advertising Research, 3. Jg., H. 2. S. 2 - 7.

Baumann, E. et al. (2001): Wie Medien genutzt werden und was sie bewirken. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn. Abrufbar unter: <http://www.bpb.de/izpb/7543/wie-medien-genutzt-werden-und-was-sie-bewirken?p=0> [abgerufen am: 09.07.2016].

Beck, K. (1999): Zwischen Zeitnot und Langeweile. Über die Vielfalt der Medienzeiten und die Zeitgestaltung der Mediennutzer. In: Schneider, M. / Geißler, K. A. (Hrsg.): Flimmernde Zeiten. Vom Tempo der Medien. Hirzel Verlag, Stuttgart / Leipzig. S. 75 – 90.

Becker, L. B. (1996): Zusammenfassendes Statement. In: Hasebrink, U. / Krotz, F. (Hrsg.): Die Zuschauer als Fernsehregisseure? Zum Verständnis individueller Nutzungs- und Rezeptionsmuster. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden / Hamburg. S. 251 – 261.

Beckstein, G. (2002): Flüchtlingsschutz in 50 Jahren Genfer Konvention. In: Hailbronner, K. / Klein, E. (Hrsg.): Flüchtlinge – Menschenrechte – Staatsangehörigkeit. Menschenrechte und Migration. C. F. Müller Verlag, Heidelberg. S. 7 – 18.

Beger, K.-U. (2000): Migration und Integration. Eine Einführung in das Wanderungsgeschehen und die Integration der Zugewanderten in Deutschland. Leske + Budrich, Opladen.

Berkenbusch, G. (2012): Die Konversationsanalyse: Methodische Überlegungen zum Umgang mit fremdsprachlichen (Interview-)Daten. In: Kruse, J. / Bethmann, S. / Niermann, D. / Schmieder, C. (Hrsg.): Qualitative Interviewforschung in und mit fremden Sprachen. Eine Einführung in Theorie und Praxis. Beltz Juventa, Weinheim / Basel. S. 228 – 247.

Berlin hilft (2016): Netzwerk: „Berlin hilft!“ Abrufbar unter: <http://berlin-hilft.com/> [abgerufen am: 16.07.2016].

Berry, J. W. (1992): Acculturation and adaptation in a new society. In: International Migration, 30. Jg., H. 1. Abrufbar unter: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1468-2435.1992.tb00776.x/full> [abgerufen am: 12.08.2017]. S. 185 – 207.

Berry, J. W. (1997): Immigration, acculturation, and adaption. In: Applied Psychology: an International Review, 46. Jg., H. 1. S. 5 – 68.

Biermann, F. (2001): Umweltflüchtlinge. Ursachen und Lösungsansätze. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Aus Politik und Zeitgeschichte, Ausgabe B, 12 / 2001. S. 24 – 29. Abrufbar unter: <http://www.bpb.de/apuz/26382/umweltfluechtlinge-ursachen-und-loesungsansaeetze?p=all> [abgerufen am: 28.04. 2016].

Bierwirth, C. (1993): Kriegs- und Bürgerkriegsflüchtlinge im Flüchtlingsvölkerrecht. In: Pax Christi – Deutsches Sekretariat (Hrsg.): Kriegsflüchtlinge. Probleme des Friedens. Komzi Verlags GmbH, Idstein. S. 45 – 61.

Bilandzic, H. (2016): Rezeptionsforschung. In: Bilandzic, H. / Koschel, F. / Springer, N. / Pürer, H.: Rezipientenforschung. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz. S. 79 – 116.

Blahusch, F. (1999): Zuwanderungspolitik im Spannungsfeld ordnungspolitischer und ethnisch-nationaler Legitimationsmuster. Europäischer Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main.

Bobo, L. (1997): Race, public opinion, and the social sphere. In: Public Opinion Quarterly, 61. Jg., H. 1. S. 1 – 15. Abrufbar unter: <https://academic.oup.com/poq/article-abstract/61/1/1/1906557/Race-Public-Opinion-and-the-Social-Sphere?redirectedFrom=fulltext> [abgerufen am: 12.10.2017].

Bonfadelli, H. (2007a): Die Darstellung ethnischer Minderheiten in den Massenmedien. In: Bonfadelli, H. / Moser, H. (Hrsg.): Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? Springer VS, Wiesbaden. S. 95 – 116.

Bonfadelli, H. (2007b): Keine Belege für die „Ghetto-These“. In: Journalistik Journal, 10. Jg., H. 2. S. 18 – 19. Abrufbar unter: <http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=60> [abgerufen am: 27.10.2017].

Borris, M. (1973): *Ausländische Arbeiter in einer Großstadt. Eine empirische Untersuchung am Beispiel Frankfurt*. Europäische Verlagsanstalt, Frankfurt am Main.

Bozdag, C. (2013): *Aneignung von Diasporawebsites. Eine medienethnografische Untersuchung in der marokkanischen und türkischen Diaspora*. Springer VS, Wiesbaden.

bpb (Bundeszentrale für politische Bildung) (2005): *Nigeria, der volkreichste Staat des Kontinents*. Abrufbar unter: <http://www.bpb.de/internationales/afrika/afrika/59034/nigerias-zukunft?> [abgerufen am: 26.04.2016].

bpb (2008): *Eckpunkte deutscher Migrationspolitik*. Abrufbar unter: <http://www.bpb.de/lernen/grafstat/projekt-integration/134694/m-05-01a-eckpunkte-deutscher-migrationspolitik> [abgerufen am: 01.07.2016].

bpb (2011): *25 Jahre Tschernobyl*. Abrufbar unter: <http://www.bpb.de/politik/hintergrund-aktuell/68822/tschernobyl-26-04-2011> [abgerufen am: 28.04.2016].

bpb (2015): *bpb Magazin, Ausgabe 8*. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn. Abrufbar unter: <http://www.bpb.de/shop/zeitschriften/213674/bpbmagazin-2-2015> [abgerufen am: 27.11.2017].

bpb (2017): *Integration*. Abrufbar unter: <http://www.bpb.de/lernen/projekte/243516/integration> [abgerufen am: 27.11.2016].

Bromley, R. (2002): *Stets im Aufbau. Das Aushandeln von diasporischen Identitäten*. In: Hepp, A. / Löffelholz, M. (Hrsg.): *Grundlagentexte zur Transkulturellen Kommunikation*. UVK, Konstanz. S. 795 – 818.

Brosius, H.-B. / Haas, A. / Koschel, F. (2016): *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung*. Springer VS, Wiesbaden.

Brubaker, R. (2005). The 'diaspora' diaspora. In: *Ethnic and Racial Studies*, 28. Jg., H. 1. S. 1 – 19. Abrufbar unter: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0141987042000289997> [abgerufen am: 06.07.2017].

Bucher, P. / Bonfadelli, H. (2007): Mediennutzung von Jugendlichen mit Migrationshintergrund in der Schweiz. In: Bonfadelli, H. / Moser, H. (Hrsg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Springer VS, Wiesbaden. S. 119 – 145.

Bundesgesetzblatt (2015): Bundesgesetzblatt, Teil 1, Nr. 40. Ausgegeben zu Bonn am 23. Oktober 2015. Abrufbar unter: <http://www.bgbl.de> [abgerufen am: 28.04.2016].

Bundesgesetzblatt (2016a): Bundesgesetzblatt, Teil 1, Nr. 12. Ausgegeben zu Bonn am 16. März 2016. Abrufbar unter: <http://www.bgbl.de> [abgerufen am: 28.04.2016].

Bundesgesetzblatt (2016b): Bundesgesetzblatt, Teil 1, Nr. 39. Ausgegeben zu Bonn am 5. August 2016. Abrufbar unter: <https://www.bgbl.de> [abgerufen am: 15.12.2016].

Bundesministerium des Inneren (2014): Gesetz zu sicheren Herkunftsstaaten tritt in Kraft. Neue Regelungen im Asylrecht. Pressemitteilung, 6. November 2014. Abrufbar unter: <http://www.bmi.bund.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2014/11/gesetz-sichere-herkunftsstaaten.html> [abgerufen am: 28.04.2016].

Burkart, R. (1998): *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft.* Böhlau Verlag, Wien / Köln / Weimar.

Butterwegge, C. (1999): Massenmedien, Migrant(inn)en und Rassismus. In: Butterwegge, C. / Hentges, G. / Sarigöz, F. (Hrsg.): *Medien und multikulturelle Gesellschaft.* Leske + Budrich, Opladen. S. 46 – 89.

Christiansen, C. C. (2004): News media consumption among immigrants in Europe. The relevance of diaspora. In: *Ethnicities*, 4. Jg., H. 2. S. 185 – 207.

Cohen, R. (1997): *Global diasporas. An introduction*. Routledge, London.

Conraths, F. J. (1993): Stichworte zu Fluchtursachen in Kriegs- und Bürgerkriegssituationen. In: *Pax Christi – Deutsches Sekretariat* (Hrsg.): *Kriegsflüchtlinge. Probleme des Friedens. Politische Vierteljahresschrift*. Komzi Verlags GmbH, Idstein. S. 17 – 25.

Coole, C. (2002): A warm welcome? Scottish and UK media reporting of an asylum-seeker murder. In: *Media, Culture & Society*, 24. Jg., H. 6. S. 839 – 852. Abrufbar unter: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/016344370202400607> [abgerufen am: 12.04.2017].

Cormack, M. (1998): Minority language media in Western Europe. Preliminary considerations. In: *European Journal of Communication*. 13. Jg., H. 1. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden. S. 22 – 41. Abrufbar unter: <http://ejc.sagepub.com/content/13/1/33.full.pdf+html> [abgerufen am: 12.07.2016].

Cunningham, S. / Sinclair, J. (2000): Go with the flow. In: *Television & New Media*, 1. Jg., H. 1. S. 11 – 31. Abrufbar unter: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/152747640000100102> [abgerufen am: 06.07.2017].

Dalisay, F. (2012): Media use and acculturation of new immigrants in the United States. In: *Communication Research Reports*, 29. Jg., H. 2. S. 148 – 160. Abrufbar unter: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08824096.2012.667774> [abgerufen am: 06.07.2017].

Dayan, D. (1999): Media and diasporas. In: Gripsrud, J. (Hrsg.): *Television and common knowledge*. Routledge, London. S. 18 – 33.

Delgado, J. M. (1972): Die „Gastarbeiter“ in der Presse: eine inhaltsanalytische Studie. Leske Verlag, Opladen.

Deutscher Presserat (2015): Publizistische Grundsätze (Pressekodex). Richtlinien für die publizistische Arbeit nach den Empfehlungen des Deutschen Presserats. Beschwerdeordnung. Abrufbar unter: http://www.presserat.de/fileadmin/user_upload/Downloads_Dateien/Pressekodex_BO_2016_web.pdf [abgerufen am: 12.07.2016].

Deuze, M (2006): Ethnic media, community media and participatory culture. In: Journalism, 7. Jg., H. 3. S. 262 – 280. Abrufbar unter: <http://jou.sagepub.com/content/7/3/262.abstract> [abgerufen am: 26.07.2016].

D'Haenens, L. (2003): ICT in multicultural society. The Netherlands: A context for sound multiform media policy? In: International Communication Gazette, 65. Jg., H. 4. S. 401 – 421. Abrufbar unter: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0016549203654006> [abgerufen am: 21.12.2016].

Die Bundesregierung (2012): Nationaler Aktionsplan Integration Zusammenhalt stärken – Teilhabe verwirklichen. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Berlin. Abrufbar unter: http://www.bundesregierung.de/Content/DE/_Anlagen/IB/2012-01-31-nap-gesamt-barrierefrei.pdf [abgerufen am: 26.07.2016].

Die Bundesregierung (2015): Mitschrift Pressekonferenz. Im Wortlaut: Sommerpressekonferenz von Bundeskanzlerin Merkel. 31. August 2015. Abrufbar unter: <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Mitschrift/Pressekonferenzen/2015/08/2015-08-31-pk-merkel.html> [abgerufen am: 05.12.2017].

Die Bundesregierung (2016a): Gesetz in Kraft getreten. Integrationsgesetz setzt auf Fördern und Fordern. Abrufbar unter: <https://www.deutschland-kann-das.de/Content/DE/Artikel/2016/08/2016-08-05-integrationsgesetz.html;jsessionid> [abgerufen am: 16.07.2016].

Die Bundesregierung (2016b): Orientierungskurse für Flüchtlinge. Leben in Deutschland. Abrufbar unter: <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/Integration/2016-09-06-Orientierungskurs-Inhalte.html> [abgerufen am: 16. 12.2016].

Diekmann, A. (2010): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg.

Dietrich, R. (2007): Psycholinguistik. Verlag J. B. Metzler, Stuttgart / Weimar.

Dijkstra, T. / Kempen, G. (1993): Einführung in die Psycholinguistik. Verlag Hans Huber, Bern / Göttingen.

Döring, N. / Bortz, J. (2016a): Datenerhebung. In: Dies.: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Springer-Verlag, Berlin / Heidelberg. S. 321 – 577.

Döring, N. / Bortz, J. (2016b): Datenaufbereitung. In: Dies.: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Springer-Verlag, Berlin / Heidelberg. S. 579 – 595.

DUDEN (2009): Das Fremdwörterbuch. Dudenverlag, Mannheim / Leipzig / Wien / Zürich.

DUDEN (2010): Richtiges und gutes Deutsch. Bibliographisches Institut, Mannheim.

Dünser, F. (1980): Demokratie und Medienvielfalt. Medienpolitik in Österreich am Beispiel staatlicher Presseförderung. Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien, Wien.

Düsener, K. (2010): Integration durch Engagement? Migrantinnen und Migranten auf der Suche nach Inklusion. Transcript Verlag, Bielefeld.

Düvel, C. (2016): Transkulturelle Vernetzungen. Zur Nutzung digitaler Medien durch junge russische Migranten in Deutschland. Springer VS, Wiesbaden.

DW (Deutsche Welle) (2016a): Die mediale Stimme Deutschlands. Abrufbar unter: <http://www.dw.com/de/unternehmen/profil/s-30626> [abgerufen am: 16.07.2016].

DW (2016b): Empfang. DW (Arabia). Abrufbar unter: <http://www.dw.com/de/dw-arabia/a-15707372> [abgerufen am: 16.07.2016].

DW (2016c): Empfang. DW (Arabia 2). Abrufbar unter: <http://www.dw.com/de/dw-arabia-2/a-19277645> [abgerufen am: 16.07.2016].

DW (2016d): Germany guide for refugees. Abrufbar unter: <http://www.dw.com/en/top-stories/germany-guide-for-refugees/s-32486> [abgerufen am 16.07.2016].

Eckhardt, J. (1990): Massenmedien und Ausländer in Nordrhein-Westfalen. In: Media Perspektiven, 21. Jg., H. 10. S. 661 – 674.

Eid, U. (1999): Armut, Hunger, Vertreibung. In: Hutter, F.-J. / Mihr, A. / Tessmer, C. (Hrsg.): Menschen auf der Flucht. Leske + Budrich, Opladen. S. 69 – 86.

Einspänner-Pflock, J. / Reichmann, W. (2014): »Digitale Sozialität« und die »synthetische Situation« – Konzeptionen mediatisierter Interaktion. In: Krotz, F. / Despotović, C. / Kruse, M.-M. (Hrsg.): Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung. Springer VS, Wiesbaden. S. 53 – 72.

El-Hinnawi, E. (1985). Environmental Refugees. United Nations Environment Programme, Nairobi.

Emmer, M. / Richter, C. / Kunst, M. (2016): Flucht 2.0. Mediennutzung durch Flüchtlinge vor, während und nach der Flucht. Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Freie Universität Berlin. Abrufbar unter: http://www.polsoz.fu-berlin.de/kommwiss/arbeitsstellen/internationale_kommunikation/Media/Flucht-2_0.pdf [abgerufen am: 21.12.2016].

EMRK (Europäische Menschenrechtskonvention) (1950): European Convention on Human Rights. European Court of Human Rights / Council of Europe, Brüssel. Abrufbar unter: http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_ENG.pdf [abgerufen am: 19.04.2016].

Entman, R. M. (1992): Blacks in the news: Television, modern racism and cultural change. In: Journalism Quarterly, 69. Jg., H. 2. S. 341 – 361. Abrufbar unter: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/107769909206900209.pdf> [abgerufen am: 21.12.2016].

Erwied, A. (2015): Zwischenraum Sprache. Über den Zusammenhang von Sprachbewusstsein und Selbstermächtigung. In: Tschernokoshewa, E. / Keller, I. / Jacobs, F. (Hrsg.): Einheit in Verschiedenheit. Kulturelle Diversität und gesellschaftliche Teilhabe von Minderheiten auf dem Prüfstand. Waxmann Verlag, Münster. S. 33 – 51.

Esser, H. (2000a): Soziologie. Spezielle Grundlagen. Band 2: Die Konstruktion der Gesellschaft. Campus Verlag, Frankfurt / New York.

Esser, H. (2000b): Soziologie. Spezielle Grundlagen. Band 4: Opportunitäten und Restriktionen. Campus Verlag, Frankfurt / New York.

Esser, H. (2000c): Assimilation, Integration und ethnische Konflikte. Können sie durch „Kommunikation“ beeinflusst werden? In: Schatz, H. / Holtz-Bacha, C. / Nieland, J.-U. (Hrsg.): Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden. S. 25 – 37.

Esser, H. (2001): Integration und ethnische Schichtung. Arbeitspapiere, Nr. 40. Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung. Abrufbar unter: <http://www.mzes.uni-mannheim.de/publications/wp/wp-40.pdf> [abgerufen am: 07.06.2016].

Esser, H. (2006a): Sprache und Integration. Die sozialen Bedingungen und Folgen des Spracherwerbs von Migranten. Campus Verlag, Frankfurt am Main.

Esser, H. (2006b): Migration, Sprache und Integration. AKI-Forschungsbilanz 4. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Arbeitsstelle Interkulturelle Konflikte und gesellschaftliche Integration (AKI), Berlin. Abrufbar unter: <https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/11349/ssoar-2006-esser-migration.pdf?sequence=1> [abgerufen am: 08.07.2016].

Farrokhzad, S. (2006): Exotin, Unterdrückte und Fundamentalistin – Konstruktionen der „fremden Frau“ in deutschen Medien. In: Butterwege, C. / Hentges, G. (Hrsg.): Massenmedien, Migration und Integration: Herausforderungen für Journalismus und politische Bildung. Springer VS, Wiesbaden. S. 55 – 86.

Festinger, L. (1957): A theory of cognitive dissonance. Stanford University Press, Stanford.

Fick, P. (2009): Der Wandel der Darstellung von Migranten am Beispiel Siegener Lokalmedien in den Jahren 1996 und 2006. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Forschungsbefunde. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 235 – 269.

Fiedler, A. (2016): Information to go: Kommunikation im Prozess der Migration am Beispiel syrischer und irakischer Flüchtlinge auf ihrem Weg nach Deutschland. Invited paper. In: Global Media Journal, German Edition, 6. Jg., H. 1. Abrufbar unter: https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00035504/GMJ11_Fiedler.pdf [abgerufen am: 21.12.2016].

Fischer, P. / Asyl, K. / Krueger, J. I. (2013): Sozialpsychologie für Bachelor. Lesen, Hören, Lernen im Web. Springer, Berlin / Heidelberg.

Fleras, A. (2006): The conventional news paradigm as systemic bias: Re-Thinking the (mis-)representational basis of media-minority relations in Canada. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 179 – 222.

Fleras, A. / Elliott, J. L. (2002): Engaging Diversity: Multiculturalism in Canada. Nelson Thomson Learning, Toronto.

Früh, W. (1992): Realitätsvermittlung durch Massenmedien. Abbild oder Konstruktion? In: Schulz, W. (Hrsg.): Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio, Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft. Untersuchungen im Schwerpunktprogramm „Publizistische Medienwirkungen“. Forschungsbericht der Deutschen Forschungsgemeinschaft. VHC Verlagsgesellschaft, Weinheim. S. 71 – 90.

Früh, W. (2011): Inhaltsanalyse. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz.

Fuß, S. / Karbach, U. (2014): Grundlagen der Transkription. UTB, Opladen / Toronto.

Ganescue, E. (2006): *Ethnische Minderheiten in der rumänischen Presse: Eine quantitative und diskurshistorische Zeitungsanalyse*. Europäische Hochschulschriften, Frankfurt am Main.

Geißler, R. (2000): Bessere Präsentation durch bessere Repräsentation: Anmerkungen zur medialen Integration von ethnischen Minderheiten. In: Schatz, H. / Holtz-Bacha, C. / Nieland, J.-U. (Hrsg.): *Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk*. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden. S. 129 – 146.

Geißler, R. (2005a): Mediale Integration von ethnischen Minderheiten. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie*. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 71 – 79.

Geißler, R. (2005b): Interkulturelle Integration von Migranten – ein humaner Mittelweg zwischen Assimilation und Segregation. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie*. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 46 – 70.

Geißler, R. (2010): Mediale Integration von ethnischen Minderheiten. Der Beitrag der Massenmedien zur interkulturellen Integration. In: *WISO Diskurs*, Ausgabe August 2010. Zur Rolle der Medien in der Einwanderungsgesellschaft. Veranstaltungsdokumentation im Auftrag des Gesprächskreises Migration und Integration der Friedrich-Ebert-Stiftung. S. 8 – 22. Abrufbar unter: <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/07394-20100820.pdf> [abgerufen am: 07.07.2016].

Geißler, R. (2011): Welchen Beitrag leisten die Massenmedien zur Integration von Migranten? Forschungsbefunde zu Deutschland. Vortrag auf den Nürnberger Tagen zur Integration am 19. Mai 2011. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Downloads/Infothek/Integration/Veranstaltungen/20110519-ntfi/20110801-ntfi-geissler-vortrag.pdf> [abgerufen am: 07.02. 2018].

Geißler, R. (2014): Migration und Integration. Abrufbar unter: <http://www.bpb.de /izpb/198020/migration-und-integration?p=0> [abgerufen am: 30.06.2016].

Geißler, R. / Enders, K. / Reuter, V. (2009): Wenig ethnische Diversität in deutschen Zeitungsredaktionen. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Forschungsbefunde. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 79 – 117.

Geißler, R. / Pöttker, H. (2005a): Einleitung. In: Dies. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 7 – 12.

Geißler, R. / Pöttker, H. (2005b): Bilanz. In: Dies. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 391 – 396.

Geißler, R. / Pöttker, H. (2006): Mediale Integration von Migranten. Ein Problemaufriss. In: Dies. (Hrsg.): Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 13 – 42.

Geißler, R. / Pöttker, H. (2010): Medien und Integration in Nordamerika. Erfahrungen aus den Einwanderungsländern Kanada und USA. Transcript Verlag, Bielefeld.

Geißler, R. / Weber-Menges, S. (2009): Media reception and ideas on media integration among turkish, italien and russo-german migrants in Germany. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Media – Migration – Integration. European and north american perspectives. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 27 – 43.

Geißler, R. / Weber-Menges, S. (2013): Medien und Integration. Mediennutzung und Vorstellungen zur medialen Integration bei Migranten. In: Brinkmann, H. U. / Uslucan, H.-H. (Hrsg.): Dabeisein und Dazugehören. Integration in Deutschland. Springer VS, Wiesbaden. S. 273 – 289.

Georgiou, M. (2005): Diasporic media across Europe: Multicultural societies and the universalism-particularism continuum. In: Journal of Ethnic and Migration Studies, 31. Jg., H. 3. S. 481 – 498. Abrufbar unter: <http://eprints.lse.ac.uk/25590/> [abgerufen am: 15.08.2017].

Georgiou, M. (2006): Diaspora, identity and the media: Diasporic transnationalism and the mediated spatialities. Hampton Press, Cresskill.

Gerbner, G. (1993): Women and minorities on television: A report to the screen actors guild and the American federation of radio and television artists. University of Pennsylvania / Annenberg School for Communication, Philadelphia.

Gerbner, G. / Gross, L. / Morgan, M. / Signorielli, N. / Shanahan, J. (2002): Growing up with television: Cultivation processes. In: Media effects: Advances in theory and research. Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah. S. 43 – 67.

Gerhard, H. / Beisch, N. (2011): Fernsehnutzung von Migranten 2011. Ergebnisse der ARD / ZDF-Studie Migranten und Medien 2011 In: Media Perspektiven, 42. Jg., H. 10. S. 479 – 492. Abrufbar unter: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2011/artikel/fernsehnutzung-von-migranten.2011/> [abgerufen am: 15.08.2016].

Gerhards, J. / Lengfeld, H. (2013): Wir, ein europäisches Volk? Sozialintegration Europas und die Idee der Gleichheit aller europäischen Bürger. Springer VS, Wiesbaden.

GFK (Genfer Flüchtlingskonvention) (1951): Abkommen über die Rechtsstellung der Flüchtlinge. United Nations High Commissioner for Refugees. Abrufbar unter: http://www.unhcr.de/fileadmin/user_upload/dokumente/03_profil_begriffe/genfer_fluechtlingskonvention/Genfer_Fluechtlingskonvention_und_New_Yorker_Protokoll.pdf [abgerufen am: 19.04.2016].

GG (1993): Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland. Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. Abrufbar unter: <http://www.gesetze-im-internet.de/gg/> [abgerufen am: 19.04. 2016].

Gießener Anzeiger (2016): Flüchtlingsklasse zeigt mithilfe von Offenem Kanal Erfahrungen in Kurzfilmen. 19. November 2016. Abrufbar unter: http://www.giessener-anzeiger.de/wirtschaft/wirtschaft-regional/giessen-fluechtlingsklasse-zeigt-mihilfe-von-offenem-kanal-erfahrungen-in-kurzfilmen_17480024.htm [abgerufen am: 15.12.2016].

Gillespie, M (1995): Television, ethnicity and cultural change. Routledge, London.

Glantz, A. / Michael, T. (2014): Interviewereffekte. In: Baur, N. / Blasius, J. (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Springer VS, Wiesbaden. S. 313 – 322.

Gläser, J. / Laudel, G. (2010): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. Springer VS, Wiesbaden.

Gleich, U. (1996): Sind Fernsehpersonen die „Freunde“ des Zuschauers? Ein Vergleich zwischen parasozialen und realen sozialen Beziehungen. In: Vorderer, P. (Hrsg.): Fernsehen als „Beziehungskiste“. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Westdeutscher Verlag, Opladen. S. 113 – 144.

Gleich, U. (1997): Parasoziale Interaktionen und Beziehungen von Fernsehzuschauern mit Personen auf dem Bildschirm. Ein theoretischer und empirischer Beitrag zum Konzept des Aktiven Rezipienten. Verlag Empirische Pädagogik, Landau.

Gleich, U. / Burst, M. (1996): Parasoziale Interaktionen von Fernsehzuschauern mit Personen auf dem Bildschirm. In: Medienpsychologie, 8. Jg., H. 3. S. 182 – 200.

Goldberg, A. / Sauer, M. (2003): Perspektiven der Integration der türkischstämmigen Migranten in Nordrhein-Westfalen. Ergebnisse der vierten Mehrthemenbefragung 2002. LIT-Verlag, Münster.

Gordon, M. M. (1964): Assimilation in American life: The role of race, religion and national origin. Oxford University Press, New York.

Göttlich, U. (2000): Migration, Medien und die Politik der Anerkennung: Aspekte des Zusammenhangs von kultureller Identität und Medien. In: Schatz, H. / Holtz-Bacha, C. / Nieland, J.-U. (Hrsg.): Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden. S. 38 – 50.

Greenberg, B. S. / Mastro, D. / Brand, J. E. (2002): Minorities and the mass media: Television into the 21st century. In: Jennings, B. / Zillmann, D. (Hrsg.): Media effects: Advances in theory and research. Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah. S. 333 – 351.

Greger, V. / Otto, K. (2000): Türkische Fernsehprogramme in Deutschland. Eine Analyse der Programmstrukturen und der Inhalte von Nachrichtensendungen. In: Schatz, H. / Holtz-Bacha, C. / Nieland, J.-U. (Hrsg.): Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden. S. 232 – 252.

Grote, J. (2014): Irak: Flüchtlinge suchen Schutz in autonomer Region Kurdistan. Abrufbar unter: <http://www.bpb.de/gesellschaft/migration/newsletter/191076/irak-fluechtlinge-in-kurdistan> [abgerufen am: 28.04.2016].

Grote, M. (2011): Integration von Zuwanderern: Die Assimilationstheorie von Hartmut Esser und die Multikulturalismustheorie von Seyla Benhabib im Vergleich. Migremus Arbeitspapiere, Nr. 2 / 2011. Universität Bremen.

Grotjhan, R. (2005): Je früher, desto besser? – Neuere Befunde zum Einfluss des Faktors „Alter“ auf das Fremdsprachenlernen. In: Pürschel, H. / Tinnefeld, T. (Hrsg.): Moderner Fremdspracherwerb zwischen Interkulturalität und Multimedia. Reflexionen und Anregungen aus Wissenschaft und Praxis. AKS-Verlag, Bochum. S. 186 – 202.

Güntürk, R. (1999): Mediennutzung der Migranten – mediale Isolation? In: Butterwegge, C. / Hentges, G. / Sarigöz, F. (Hrsg.): Medien und multikulturelle Gesellschaft. Leske + Budrich, Opladen. S. 136 – 143.

Habermas, J. (1981a): Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Habermas, J. (1981b): Theorie des kommunikativen Handelns. Band 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft. Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Habermas, J. (1992): Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Hafez, K. (2001): Auslandsberichterstattung und multikulturelle Gesellschaft. Theoretische Perspektiven zur Rolle der Journalisten als Sinn-Übersetzer zwischen den Kulturen. In: Ders. (Hrsg.): Media and migration – Ethnicity and Transculturality in the media age. (Reihe Nord-Süd aktuell.) Deutsches Übersee-Institut, Hamburg. S. 692 – 702.

Hafez, K. (2002): Türkische Mediennutzung in Deutschland Hemmnis oder Chance der gesellschaftlichen Integration? Eine qualitative Studie im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Hamburg / Berlin.

Hafez, K. / Richter, C. (2007): Das Islambild von ARD und ZDF. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Aus Politik und Zeitgeschichte, Ausgabe 26 - 27 / 2007. S. 40 – 46. Abrufbar unter: <http://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/30388/islam> [abgerufen am: 06.07.2016].

Hailbronner, K. (2008): Asyl- und Ausländerrecht. Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart.

Hall, S. (1993): Culture, community, nation. In: Cultural Studies, 7. Jg., H. 3. S. 349 – 363. Abrufbar unter: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09502389300490251> [abgerufen am: 12.04.2016].

Haller, M. (2017): Die „Flüchtlingskrise“ in den Medien. Tagesaktueller Journalismus zwischen Meinung und Information. OBS-Arbeitsheft 93. Otto-Brenner-Stiftung, Frankfurt am Main. Abrufbar unter: https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/Aktuelles/AH93/AH_93_Haller_Web.pdf [abgerufen am: 06.10. 2017].

Hammeran, R. / Baspinar, D. / Simon, E. (2007): Selbstbild und Mediennutzung junger Erwachsener mit türkischer Herkunft. Ergebnisse einer qualitativen Studie. In: Media Perspektiven, 38. Jg., H. 3. S. 126 – 135. Abrufbar unter: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/artikel/selbstbild-und-mediennutzung-junger-erwachsener-mit-tuerkischer-herkunft/> [abgerufen am: 07.07.2016].

Han, P. (2000): Soziologie der Migration: Erklärungsmodelle, Fakten, politische Konsequenzen, Perspektiven. UTB / Lucius & Lucius, Stuttgart.

Hannover, B. / Mauch, M. / Leffelsend, S. (2004): Sozialpsychologische Grundlagen. In: Mangold, R. / Vorderer, P. / Bente, G. (Hrsg.): Lehrbuch der Medienpsychologie. Hogrefe, Göttingen. S. 175 – 197.

Hansen, L. (2001): Interkultureller Dialog in Offenen Kanälen. In: Hamburgische Anstalt für neue Medien (HAM) (Hrsg.): Medien – Migration – Integration. Elektronische Massenmedien und die Grenzen kultureller Identität. Vistas Verlag, Berlin. S. 147 – 153.

Hartmann, T. (2010): Parasoziale Interaktion und Beziehungen. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden.

Haug, S. (2008): Sprachliche Integration von Migranten in Deutschland. Integrationsreport, Teil 2. Working Paper 14 der Forschungsgruppe des Bundesamtes. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Nürnberg. Abrufbar unter: <https://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Publikationen/WorkingPapers/wp14-sprachliche-integration.pdf> [abgerufen am: 12.07.2016].

Heckmann, F. (2015): Integration von Migranten. Einwanderung und neue Nationenbildung. Springer VS, Wiesbaden.

Heimken, N. (2015): Migration, Bildung und Spracherwerb. Bildungssozialisation und Integration von Jugendlichen aus Einwandererfamilien. Springer VS, Wiesbaden.

Heinhold, H. (2015): Recht für Flüchtlinge. Ein Leitfaden durch das Asyl- und Ausländerrecht für die Praxis. Loeper Literaturverlag, Karlsruhe.

Helfferrich, C. (2011): Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews. Springer VS, Wiesbaden.

Helfferrich, C. (2014): Leitfaden- und Experteninterviews. In: Baur, N. / Blasius, J. (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Springer VS, Wiesbaden. S. 559 – 574.

Hemmelmann, P. / Wegner, S. (2016): Flucht und Migration. Flüchtlingsdebatte im Spiegel von Medien und Parteien. In: *Communicatio Socialis*, 49. Jg., H. 1. S. 21 – 38. Abrufbar unter: <http://ejournal.communicatio-socialis.de/index.php/article/view/1162> [abgerufen am: 11.10.2017].

Henning, G. C. (2015): Musik- und Filmwerkstatt. Mit Musik zum Ich. In: *Taunus Zeitung*. 16. September 2015. Abrufbar unter: <http://www.taunus-zeitung.de/lokales/hochtaunus/vordertaunus/Mit-Musik-zum-Ich;art48711,1591000> [abgerufen am: 16. 07.2016].

Hentges, G. (2006): Von „Knochenbrechern“ und dem „schwarzen Dreieck Moskau – Minsk – Kiew“. Migrationsberichterstattung im Spiegel. In: Butterwegge, C. / Hentges, G. (Hrsg.): Massenmedien, Migration und Integration. Herausforderungen für Journalismus und politische Bildung. Springer VS, Wiesbaden. S. 87 – 108.

Hentges, G. (2013): Integrations- und Orientierungskurse – eine Bilanz nach sieben Jahren. In: Brinkmann, H. U. / Uslucan, H.-H. (Hrsg.): Dabeisein und Dazugehören. Integration in Deutschland. Springer VS, Wiesbaden. S. 343 – 364.

Hepp, A. / Bozdag, C. / Suna, L. (2011): *Mediale Migranten. Mediatisierung und die kommunikative Vernetzung der Diaspora*. Springer VS, Wiesbaden.

Hepp, A. / Düvel, C. (2010): Die kommunikative Vernetzung der Diaspora: Integrations- und Segregationspotenziale der Aneignung digitaler Medien in ethnischen Migrationsgemeinschaften. In: Röser, J. / Thomas, T. / Peil, C. (Hrsg.): *Alltag in den Medien – Medien im Alltag*. Springer VS, Wiesbaden. S. 261 – 281.

Hepp, H. / Hitzler, R. (2014): Mediatisierung von Vergemeinschaftung und Gemeinschaft: Zusammengehörigkeiten im Wandel. In: Krotz, F. / Despotović, C. / Kruse, M.-M. (Hrsg.): *Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung*. Springer VS, Wiesbaden. S. 35 – 52.

Heß, B. (2012): Zuwanderung von Fachkräften nach § 18 AufenthG aus Drittstaaten nach Deutschland. Ergebnisse einer schriftlichen Befragung von Arbeitsmigranten. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Nürnberg. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Publikationen/WorkingPapers/wp44-zuwanderung-fachkraefte.pdf> [abgerufen am: 12.04.2016].

Hodkinson, P. (2011): *Media, culture and society. An introduction*. Sage Publications, London.

Hoffmann, M. (2014): *Migrationshintergrund im Vordergrund? Auswirkungen von Migrationsbiografien auf den journalistischen Werdegang*. Tectum Verlag, Marburg.

Holtz-Bacha, C. / Peiser, W. (1999): Verlieren die Massenmedien die Integrationsfunktion? Eine empirische Analyse zu den Folgen der Fragmentierung des Medienpublikums. In: Hasebrink, U. / Rössler, P. (Hrsg.): *Publikumsbindungen. Medienrezeption zwischen Individualisierung und Integration*. Verlag Reinhard Fischer, München. S. 41 – 53.

Horton, D. / Wohl, R. R. (1956): Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. In: *Psychiatry*, 19. Jg., H. 3. S. 188 – 211.

Horz, C. (2014): *Medien – Migration – Partizipation. Eine Studie am Beispiel iranischer Fernsehproduktion im Offenen Kanal*. Transcript Verlag, Bielefeld.

Huber, B. / Göbel-Zimmermann, R. (2008): *Ausländer- und Asylrecht*. Verlag C. H. Beck, München.

Hugger, K.-U. (2008): Uses-and-Gratification-Approach und Nutzenansatz. In: Sander, U. / von Gross, F. / Hugger, K.-U. (Hrsg.): *Handbuch Medienpädagogik*. Springer VS, Wiesbaden.

Hujanen, T. (1976): *Immigrant broadcasting and migration control in Western Europe*. University of Tampere. Institute of Journalism and Mass Communication, Tampere.

Human Rights Watch (2014): *Bosnia and Herzegovina: Political Discrimination Back in Spotlight*. Abrufbar unter: <http://www.hrw.org/news/2014/06/24/bosnia-and-herzegovina-political-discrimination-back-spotlight> [abgerufen am: 28.04.2016].

Hummel, R. (1996): Integration als publizistische Aufgabe. Ansichten von Kommunikationswissenschaftlern und Medienmachern. In: Mast, C. (Hrsg.): *Markt – Macht – Medien. Publizistik im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen*. UVK Medien, Konstanz.

Husband, C. (2005): Minority ethnic media as communities of practice: Professionalism and identity politics in interaction. In: *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 31. Jg., H. 3. S. 461 – 479. Abrufbar unter: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13691830500058802> [abgerufen am: 27.12.2017].

Hwang, B.-H. / He, Z. (1999): Media uses and acculturation among Chinese immigrants in the USA: A uses and gratifications approach. In: International Communication Gazette, 61. Jg., H. 1. S. 5 – 22.

Imbusch, P. / Rucht, D. (2005): Integration und Desintegration in modernen Gesellschaften. In: Heitmeyer, W. / Imbusch, P. (Hrsg.): Integrationspotenziale einer modernen Gesellschaft. Springer VS, Wiesbaden. S. 13 – 71.

Jäckel, M. (2011): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. Springer VS, Wiesbaden.

Jackob, N. / Hueß, C. (2016): Communication and Persuasion von Carl I. Hovland, Irving L. Janis und Harold H. Kelley (1953). In: Potthoff, M. (Hrsg.): Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung. Springer VS, Wiesbaden. S. 49 – 60.

Jacobson, J.L. (1988): Environmental refugees. A yardstick of habitability. Worldwatch Paper 86. Worldwatch Institute, Washington D.C.

Jarren, O. (2000): Gesellschaftliche Integration durch Medien? Zur Begründung normativer Anforderungen an Medien. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 48. Jg., H. 1. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden. S. 22 – 41. Abrufbar unter: http://www.m-und-k.nomos.de/fileadmin/muk/doc/MuK_00_01.pdf [abgerufen am: 28.06.2017].

Jeffres, L. W. (2000): Ethnicity and ethnic media use: A panel study. In: Communication Research, 27. Jg., H. 4. S. 496 – 535. Abrufbar unter: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/009365000027004004> [abgerufen am: 15.08.2017].

Jiwani, Y. (2006): Discourses of denial. Mediations of race, gender, and violence. UBC Press, Vancouver / Toronto.

Jones, P. N. (1994): Destination Germany. The spatial distribution and impacts of the 'third wave' of post-war immigrants. In: Gould, W. T. S. / Findlay, A. M. (Hrsg.): Population migration and the changing world order. Wiley, Chichester.

Karim, H. K. (2003): Mapping diasporic mediascapes. In: Ders. (Hrsg.): The media of diaspora. Routledge, London. S. 1 – 18.

Katz, E. / Blumler, J. G. / Gurevitch, M. (1973): Uses and gratifications research. In: Public Opinion Quarterly, 37. Jg., H. 4. S. 509 – 523. Abrufbar unter: <http://poq.oxfordjournals.org/content/37/4/509> [abgerufen am: 07.07.2016].

Katz, E. / Blumler, J. G. / Gurevitch, M. (1974): Utilization of mass communication by the individual. In: Blumler, J. G. / Katz, E. (Hrsg.): The uses of mass communications. Current perspectives on gratifications research. Sage Publications, Beverly Hills. S. 19 – 32.

Katz, E. / Foulkes, D. (1962): On the use of the mass media as "escape": Clarification of a concept. In: Public Opinion Quarterly, 26. Jg., H. 3. S. 377 – 388. Abrufbar unter: <http://poq.oxfordjournals.org/content/26/3/377> [abgerufen am: 07.07.2016].

Kaul, C. (1991): Der Flüchtlingsbegriff der Genfer Flüchtlingskonvention: Historische Entwicklung – Auslegung – Perspektiven. In: Geistlinger, M. / Pöckl, W. / Skuhra, A. (Hrsg.): Flucht – Asyl – Migration. Die rechtliche und faktische Bewältigung von Flüchtlingsproblemen in Österreich und im internationalen Vergleich: Flüchtlingsbegriff, Sichtvermerkserteilung, Zurückweisung an der Grenze, Abschiebung, Integration. Schriftenreihe des Instituts für Wirtschaftswissenschaften an der Rechtswissenschaftlichen Fakultät der Universität Salzburg, Band 6. Transfer-Verlag, Regensburg. S. 23 – 44.

Kaye, R. (2001): „Blaming the victim“. An analysis of press representation of refugees and asylum-seekers in the United Kingdom in the 1990s. In: King, R. / Wood, N. (Hrsg.): Media and migration: Constructions of mobility and difference. Routledge, London. S. 53 – 70.

Kelle, U. / Kluge, S. (1999): Vom Einzelfall zum Typus. Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung. Leske + Budrich, Opladen.

Kelle, U. / Kluge, S. (2010): Vom Einzelfall zum Typus. Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung. Springer VS, Wiesbaden.

Kim, Y. Y. (1977): Communications patterns of foreign immigrants in the process of acculturation. In: Human Communication Research, 4. Jg., H. 1. S. 66 – 77. Abrufbar unter: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1468-2957.1977.tb00598.x/full> [abgerufen am: 21.12.2016].

Kim, Y. Y. (1978): A communication approach to the acculturation process. A study of Korean immigrants in Chicago. In: Human Communication Research, 5. Jg., H. 4. S. 66 – 77. Abrufbar unter: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0147176778900068> [abgerufen am: 21.12.2016].

Kim, Y. Y. / Lujan, P. / Dixon, L. D. (1998): „I can walk both ways“. Identity Integration of American Indians in Oklahoma. In: Human Communication Research, 25. Jg., H. 2. S. 252 – 274. Abrufbar unter: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1468-2957.1998.tb00445.x/full> [abgerufen am: 21.12.2016].

Kissau, K. / Hunger, U. (2009a): Politische Sphären von Migranten im Internet. Neue Chancen im „Long Tail“ der Politik. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden.

Kissau, K. / Hunger, U. (2009b): Internet und Migration. Einführung in das Buch. In: Hunger, U. / Kissau, K. (Hrsg.): Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde. Springer VS, Wiesbaden. S. 7 – 11.

Klein, W. (1992): Zweitspracherwerb. Eine Einführung. Athenäum Verlag, Königstein.

Klingler, W. / Kutteroff, A. (2009): Stellenwert und Nutzung der Medien in Migrantenmilieus: Ergebnisse einer repräsentativen Studie. In: Media Perspektiven, 40. Jg., H. 6. S. 297–308. Abrufbar unter: <http://www.ardwerbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2009/artikel/stellenwert-und-nutzung-der-medien-in-migrantenmilieus> [abgerufen am: 07.07.2016].

Klößner, J. / Friedrichs, J. (2014): Gesamtgestaltung des Fragebogens. In: Baur, N. / Blasius, J. (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Springer VS, Wiesbaden. S. 675 – 685.

Kluge, S. (1999): Empirisch begründete Typenbildung. Zur Konstruktion von Typen und Typologien in der qualitativen Sozialforschung. Leske + Budrich, Opladen.

Kluge, S. (2000): Empirisch begründete Typenbildung. In: Forum Qualitative Sozialforschung, 1. Jg., H 1., Art. 14. Abrufbar unter: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1124/2497> [abgerufen am: 25.08.2017].

Köcher, R. (2015): Vertrauen und Skepsis – Bürger und Medien. Eine Dokumentation des Beitrags von Prof. Dr. Renate Köcher in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung vom 16. Dezember 2015, S. 8. Institut für Demoskopie Allensbach. Abrufbar unter: www.ifd-allensbach.de/uploads/tx_reportsndocs/FAZ_Dezember2015_Medien.pdf [abgerufen am: 06.10.2017].

Krotz, F. (2001): Die Mediatisierung kommunikativen Handelns: Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden.

Krotz, F. (2002): Die Mediatisierung von Alltag und sozialen Beziehungen und die Formen sozialer Integration. In: Imhof, K. / Jarren, O. / Blum, R. (Hrsg.): Integration und Medien. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden. S. 184 – 200.

Krotz, F. (2007): Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Springer VS, Wiesbaden.

Krumm, H.-J. (2009): Die Bedeutung der Mehrsprachigkeit in den Identitätskonzepten von Migrantinnen und Migranten. In: Gogolin, I. / Neumann, U. (Hrsg.): Streitfall Zweisprachigkeit – the bilingualism controversy. Springer VS, Wiesbaden. S. 233 – 247.

Kruse, J. (2015): Qualitative Interviewforschung. Ein integrativer Ansatz. Beltz Juventa, Weinheim / Basel.

Kruse, J. et al. (2012): In und mit fremden Sprachen forschen. Eine empirische Bestandsaufnahme zu Erfahrungs- und Handlungswissen von Forschenden. In: Kruse, J. / Bethmann, S. / Niermann, D. / Schmieder, C. (Hrsg.): Qualitative Interviewforschung in und mit fremden Sprachen. Eine Einführung in Theorie und Praxis. Beltz Juventa, Weinheim / Basel. S. 27 – 68.

Kubey, R. / Csikszentmihalyi, M. (1990): Television and the quality of life. How viewing shapes everyday experience. Erlbaum, Hillsdale.

Kuckartz, U. (2014): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. Beltz Juventa, Weinheim / Basel.

Kuckartz, U. (2016): Typenbildung und typenbildende Inhaltsanalyse in der empirischen Sozialforschung. In: Schnell, M. W. / Schulz, C. / Kuckartz, U. / Dunger, C. (Hrsg.): Junge Menschen sprechen mit sterbenden Menschen. Eine Typologie. Springer VS, Wiesbaden. S. 31 – 51.

Kuhlmann, C. / Wolling, J. (2014): Fernsehen als Nebenbeimedium. Befragungsdaten und Tagebuchdaten im Vergleich. In: Medien-und Kommunikationswissenschaft, 52. Jg., H. 3. S. 386 – 411.

Kunczik, M. / Zipfel, A. (2001): Publizistik. Ein Studienhandbuch. UTB / Böhlau, Köln.

Kutscher, N. / Kreß, L.-M. (2015): Internet ist gleich mit Essen. Empirische Studie zur Nutzung digitaler Medien durch unbegleitete minderjährige Flüchtlinge. Projektbericht. Universität Vechta, Vechta. Abrufbar unter: https://images.dkhw.de/fileadmin/Redaktion/1.1_Startseite/3_Nachrichten/Studie_Fluechtlingskinder_digitale_Medien/Studie_digitale_Medien_und_Fluechtlingskinder_Langversion.pdf [abgerufen am: 07.10.2017].

Lagebericht der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration (2014): 10. Bericht der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration über die Lage der Ausländerinnen und Ausländer in Deutschland. Abrufbar unter: https://www.bundesregierung.de/Content/DE/_Anlagen/IB/2014-10-29-Lagebericht-lang.pdf [abgerufen am: 07.07.2016].

Lamnek, S. (2010): Qualitative Sozialforschung. Beltz Verlag, Weinheim / Basel.

Lee, B. K. / Chen, L. (2000): Cultural communication competence and psychological adjustment: A study of Chinese immigrant children's cross-cultural adaptation in Canada. In: Communication Research, 27. Jg., H. 6. S. 764 – 792. Abrufbar unter: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/009365000027006004> [abgerufen am: 07.07.2016].

Leiner, N. (1998): Internationale Migration. Konsequenzen für Einkommensverteilung und öffentliche Güter. Deutscher Universitätsverlag, Wiesbaden.

Leung, L. / Lamb, C. F. / Emrys, L. (2009): Technology's refuge. The use of technology by asylum seekers and refugees. UTS Shopfront, Sydney. Abrufbar unter: <http://library.bsl.org.au/jspui/bitstream/1/2932/1/TechnologysRefuge.pdf> [abgerufen am: 07.10.2017].

Lieke, W. (1994): Politische Verfolgung. In: Böhme, G. / Chakraborty, R. / Weiler, F. (Hrsg.): Migration und Ausländerfeindlichkeit. Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt. S. 39 – 46.

Lochner, S. / Büttner, T. / Schuller, K. (2013): Das Integrationspanel. Langfristige Integrationsverläufe von ehemaligen Teilnehmenden an Integrationskursen. Working Paper 52. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Nürnberg. Abrufbar unter: https://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Publikationen/WorkingPapers/wp52_abschluss-integrationspanel.pdf [abgerufen am: 03.07.2016].

Lockwood, D. (1964): Social Integration and System Integration. In: Zollschan, G. K. / Hirsch, W. (Hrsg.): Explorations in Social Change. Routledge & Kegan, London. S. 244 – 257.

Loeffelholz von, H. D. / Köpp, G. (1998): Ökonomische Auswirkungen der Zuwanderungen nach Deutschland. Schriftenreihe des Rheinisch-Westfälischen Instituts für Wirtschaftsforschung, Heft 63. Duncker & Humblot, Berlin.

Luhmann, N. (1995): Soziologische Aufklärung. Band 6: Die Soziologie und der Mensch. Westdeutscher Verlag, Opladen.

Luhmann, N. (1996): Die Realität der Massenmedien. Westdeutscher Verlag, Opladen.

Luhmann, N. (1997): Die Gesellschaft der Gesellschaft. Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Luhmann, N. (2005): Soziologische Aufklärung. Band 2: Aufsätze zur Theorie der Gesellschaft. Springer Fachmedien, Wiesbaden.

Lünenborg, M. / Fritsche, K. / Bach, A. (2011): Migrantinnen in den Medien. Darstellungen in der Presse und ihre Rezeption. Transcript Verlag, Bielefeld.

Mahtani, M. (2002): Representing minorities: Canadian media and minority identities. In: Canadian Ethnic Studies, 23. Jg., H. 3. S. 99 – 131.

Mai, N. (2005): The Albanien diaspora-in-the-making: Media, migration and social exclusion. In: Journal of Ethnic and Migration Studies, 31. Jg., H. 3. S. 543 – 561. Abrufbar unter: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13691830500058737> [abgerufen am: 21.12.2017].

Maier, M. (2003): Nachrichtenfaktoren – Stand der Forschung. In: Ruhrman, G. / Woelke, J. / Maier, M. / Diehlmann, N.: Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren. Springer VS, Wiesbaden. S. 27 – 50.

Maletzke, G. (1963): Psychologie der Massenkommunikation. Hans Bredow-Institut, Hamburg.

Maletzke, G. (1984): Bausteine zur Kommunikationswissenschaft. 1949 - 1984. Volker Spiess Verlag, Berlin.

Matsaganis, M. D. / Katz, V. S. / Ball-Rokeach, S. J. (2011): Understanding ethnic media. Producers, consumers, and societies. Sage Publications, Thousand Oaks / London.

Maurer, M. / Reinemann, C. (2006): Medieninhalte. Eine Einführung. Springer VS, Wiesbaden.

Mayer, H. O. (2013): Interview und schriftliche Befragung. Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung. Oldenbourg Verlag, München.

Mayring, P. (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. Beltz Verlag, Weinheim / Basel.

Mayring, P. / Fenzl, T. (2014): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Baur, N. / Blasius, J. (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Springer VS, Wiesbaden. S. 543 – 556.

McCombs, M. E. / Reynolds, A. (2002): News influence on our pictures of the world. In: Bryant, J. / Zillmann, D. (Hrsg.): Media effects: Advances in theory and research. Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah. S. 1 – 18.

Mc Combs, M. E. / Shaw, D. L. (1972): The agenda-setting function of mass media. In: Public Opinion Quarterly, 36. Jg., H. 2. S. 176 – 187. Abrufbar unter: <https://academic.oup.com/poq/article-abstract/36/2/176/1853310> [abgerufen am: 21. 12.2016].

McQuail, D. (1994): Mass Communication Theory. An introduction. Sage Publications, London / Thousand Oaks, New Delhi.

Mead, G. H. (1968): Geist, Identität und Gesellschaft. Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Mediathek Hessen (2015): Medienprojektzentrum Offener Kanal Kassel. Junge Flüchtlinge und Arbeitsmarkt. 30. September 2015. Abrufbar unter: http://www.mediathek-hessen.de/medienview_12206_Stefan-Bornemann-MOK-Kassel-Junge-Fl%C3%BChtlinge-und-Arbeitsmarkt.html [abgerufen am: 16. 07.2016].

Mediendienst Integration (2015): Informationspapier. Wie ist die Situation in den 10 Herkunftsländern, aus denen die meisten Asylsuchenden kommen? Abrufbar unter: http://mediendienst-integration.de/fileadmin/Dateien/Informationspapier_Herkunftslaender_Asyl.pdf [abgerufen am: 16.04.2016].

Meier-Braun, K.-H. (2001): Bleiben Chancen ungenutzt? Migration und Medien. In: Haburgische Anstalt für neue Medien (HAM) (Hrsg.): Medien – Migration – Integration. Elektronische Massenmedien und die Grenzen kultureller Identität. Vistas Verlag, Berlin. S. 125 – 135.

Meißner, B. / Ruhrmann, G. (2000): Das Ausländerbild in den Thüringer Tageszeitungen 1995 – 1999. Eine quantitative und qualitative Inhaltsanalyse. Friedrich-Schiller-Universität Jena, Jena.

Merten, K. (1986): Das Bild der Ausländer in der deutschen Presse. Ergebnisse einer systematischen Inhaltsanalyse. Dağyeli, Frankfurt am Main.

Merten, K. (1994): Wirkungen von Kommunikation. In: Merten, K. / Schmidt, S. J. / Weischenberg, S. (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Westdeutscher Verlag, Opladen. S. 291 – 328.

Meyen, M. (2001): Mediennutzung. Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz.

MiCT (Media in Cooperation and Transition) (2016): Information to go. Wie informieren sich syrische und irakische Flüchtlinge vor, während und nach ihrer Flucht nach Deutschland? MiCT Brief, Nr. 1 / 2016. Abrufbar unter: http://www.mict-international.org/wp-content/uploads/2016/06/mictbrief_201160616.pdf [abgerufen am: 21.12.2016].

Mikkelsen, F. (2001): Integrationens paradoks. Indvandrere og flygtninge i Danmark mellem inklusion og marginalisering. (Das Paradoxon der Integration. Einwanderer und Flüchtlinge in Dänemark zwischen Inklusion und Marginalisierung.) Catenét, Kopenhagen.

Miller, D. / Slater, D. (2000): The Internet. An ethnographic approach. Berg Publishers, Oxford.

Miller, J. / Court, C. (2004): Who's telling the news? Race and gender representation in Canada's daily newsroom. Diversity Watch / Ryerson University School of Journalism, Toronto.

Misoch, S. (2015): Qualitative Interviews. Walter de Gruyter, Berlin / München / Boston.

Mitra, A. (2005): Creating immigrant identities in cybernetic space: Examples from a non-resident immigrant web-site. In: Media, Culture and Society, 27. Jg., H. 3. S. 371 – 390. Abrufbar unter: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0163443705051749> [abgerufen am: 21.12.2017].

Mohr, C. / Bader, H. / Wicking, M. (2009): „Da weiß ich immer schon, dass es ein Ausländer war“. Zur Wirkung der Richtlinie 12.1 des Pressekodex. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Forschungsbefunde. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 217 – 232.

Mühlum, A. (1994): Armutswanderung, Asyl und Abwehrverhalten. Globale und internationale Dilemmata. In: Tessmer, C. (Hrsg.): Deutschland und das Weltflüchtlingsproblem. Leske + Budrich, Opladen. S. 77 – 101.

Müller, D. (2005a): Ethnische Minderheiten in der Medienproduktion. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 223 – 237.

Müller, D. (2005b): Die Inhalte der Ethnomedien unter dem Gesichtspunkt der Integration. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 323 – 355.

Müller, D. (2005c): Die Darstellung ethnischer Minderheiten in deutschen Massenmedien. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 83 – 126.

Müller, D. (2005d): Die Mediennutzung der ethnischen Minderheiten. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 359 – 387.

Müller, D. (2009): *Uyum* statt *entegrasyon*? Zur Europa-Ausgabe der türkischen Zeitung *Hümjet*. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Forschungsbefunde. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 299 – 315.

Müller, B. / Haase, M. / Kreienbrink, H. / Schmid, S. (2012): Klimamigration. Definitionen, Ausmaß und politische Instrumente in der Diskussion. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Nürnberg. Working Paper 45. Abrufbar unter: <https://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Publikationen/WorkingPapers/wp45-klimamigration.pdf> [abgerufen am: 28.04.2016].

Münch, R. (1991): Dialektik der Kommunikationswissenschaft. Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Münch, R. (1995): Das Projekt Europa. Zwischen Nationalstaat, regionaler Autonomie und Weltgesellschaft. Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Münch, R. (1997): Elemente einer Theorie der Integration moderner Gesellschaften. Eine Bestandsaufnahme. In: Heitmeyer, W. (Hrsg.): Was hält die Gesellschaft zusammen? Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Münch, R. (1998): Globale Dynamik, lokale Lebenswelten. Der schwierige Weg in die Weltgesellschaft. Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Münch, R. (2001): Offene Räume. Soziale Integration diesseits und jenseits des Nationalstaats. Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Münch, U. (1992): Asylpolitik in der Bundesrepublik Deutschland. Entwicklung und Alternativen. Leske + Budrich, Opladen.

Münz, R. / Seifert, W. / Ulrich, R. (1997): Zuwanderung nach Deutschland. Strukturen, Wirkungen, Perspektiven. Campus Verlag, Frankfurt / New York.

Myers N. (1993): Environmental refugees in a globally warmed world. In: Bioscience, 43. Jg., H. 11. S. 752 – 761.

Namin, P. J. (2009): Die Darstellung des Islam in den deutschen Printmedien am Beispiel von *Spiegel* und *Bild*. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Forschungsbefunde. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 271 – 296.

Napoli, P. M. (1999): Deconstructing the diversity principle. In: Journal of Communication, 49. Jg., H. 4. S. 7 – 34. Abrufbar unter: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02815.x/full> [abgerufen am: 21.12.2017].

Nederveen Pieterse, J. (2003): Social capital and migration. In: Ethnicities, 3. Jg., H. 1. S. 29 – 58. Abrufbar unter: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1468796803003001785> [abgerufen am: 12.10.2017].

New California Media (2005): Ethnic media in America: The giant hidden in plain sight. Final report. Bendixen & Associates, Coral Gables. Abrufbar unter: <http://www.npr.org/documents/2005/jul/ncmreport.pdf> [abgerufen am: 12.10.2017].

Nicolaus, P. (1990): Artikel 1 der Genfer Flüchtlingskonvention – eine vergessene Begriffsbestimmung des Flüchtlings? In: Otto Benecke Stiftung e. V. (Hrsg.): Vierzig Jahre Asylgrundrecht. Verhältnis zur Genfer Flüchtlingskonvention. Viertes Expertengespräch für Asylrichter, 25. – 27. September 1989 in Bonn. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden. S. 41 – 62.

Noelle-Neumann, E. (1980): Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut. Piper, München / Zürich.

n-tv (2015): Marhaba – Ankommen in Deutschland. „Man muss die Menschen direkt ansprechen“. 29. September 2015. Abrufbar unter: <http://www.n-tv.de/marhaba/Man-muss-die-Menschen-direkt-ansprechen-article16028561.html> [abgerufen am: 16.07. 2016].

Nuscheler, F. (1995): Internationale Migration. Flucht und Asyl. Leske + Budrich, Opladen.

Offener Kanal Schleswig-Holstein (2015): MediaZuflucht (MediaShelter). Abrufbar unter: <http://www.okkiel.de/sh/machen/projekte/medienmigration/mediazuflucht.php> [abgerufen am: 17.07.2016].

Ogan, C. (2001): Communication and identity in the diaspora: Turkish migrants in Amsterdam and their use of media. Lexington Books, Lanham.

Oksaar, E. (2003): Zweitspracherwerb. Wege zur Mehrsprachigkeit und zur interkulturellen Verständigung. Kohlhammer, Stuttgart.

Oltmer, J. (2015): Fluchtursachen, Fluchtwege und die neue Rolle Deutschlands. In: Neue Gesellschaft. Frankfurter Hefte, Ausgabe 12 / 2015. S. 19 – 21. Abrufbar unter: http://www.frankfurter-hefte.de/upload/Archiv/2015/Heft_12/PDF/2015-12_oltmer.pdf [abgerufen am: 29.04.2016].

Oltmer, J. (2016a): Warum ist die Bundesrepublik Deutschland 2015 Ziel umfangreicher globaler Fluchtbewegungen geworden? Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn. Abrufbar unter: <http://www.bpb.de/gesellschaft/migration/kurzdossiers/224849/fluchtziel-deutschland> [abgerufen am: 05.05.2017].

Oltmer, J. (2016b): Wie ist das Asylrecht entstanden? Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn. Abrufbar unter: <http://www.bpb.de/gesellschaft/migration/kurzdossiers/224641/wie-ist-das-asylrecht-entstanden> [abgerufen am: 05.05.2017].

Opitz, P. J. (1993): Ursachen und Erscheinungsformen weltweiter Flüchtlingsbewegungen. In: Drüke, L. / Weigelt, K. (Hrsg.): Fluchtziel Europa. Strategien für eine neue Flüchtlingspolitik. Verlag Bonn Aktuell, München / Landsberg am Lech. S. 37 – 51.

Opitz, P. J. (1997): Der globale Marsch. Flucht und Migration als Weltproblem. Verlag C. H. Beck, München.

Ortner, C. (2007): Tatort: Migration. Das Thema Einwanderung in der Krimireihe *Tatort*. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 55. Jg., H. 1. S. 5 – 23. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden. Abrufbar unter: http://www.m-und-k.nomos.de/fileadmin/muk/doc/Aufsatz_07_01.pdf [abgerufen am: 06.07.2016].

Oswald, H. (1997): Was heißt qualitativ forschen? Eine Einführung in Zugänge und Verfahren. In: Friebertshäuser, B. / Prengel, A. (Hrsg.): Handbuch. Qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft. Juventa-Verlag, Weinheim / München. S. 71 – 87.

Oswald, I. (2007): *Migrationssozioologie*. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz.

Ottenschläger, M. (2004): „Da spürt man irgendwie Heimat“. Eine qualitative Studie zur Mediennutzung von Türken und Deutsch-Türken der Zweiten Generation in Deutschland. LIT Verlag, Münster.

Ouaj, J. (1999): More color in the media: Employment and access of 'ethnic minorities' to the television industry in Germany, the UK, France, the Netherlands and Finland. The European Institute for the Media, Düsseldorf.

Oulios, M. (2009): Weshalb gibt es so wenig Journalisten mit Einwanderungshintergrund in deutschen Massenmedien? Eine explorative Studie. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Forschungsbefunde*. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 119 – 144.

Oulios, M. (2010): Journalisten mit Einwanderungsgeschichte in deutschen Massenmedien – unterrepräsentiert oder auf dem Vormarsch? In: *WISO Diskurs*, Ausgabe August 2010. Zur Rolle der Medien in der Einwanderungsgesellschaft. Veranstaltungsdokumentation im Auftrag des Gesprächskreises Migration und Integration der Friedrich-Ebert-Stiftung. S. 23 – 32. Abrufbar unter: <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/07394-20100820.pdf> [abgerufen am: 07.07.2016].

Palmgreen, P. (1984): Der "Uses and Gratifications Approach": theoretische Perspektiven und praktische Relevanz. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 32. Jg., H. 1. S. 51 – 62.

Park, R. E. (1922a): The immigrant press and its control. In: *The American Journal of Sociology*, 27. Jg., H. 6. S: 807 – 809.

Park, R. E. (1922b): *The immigrant press and its control*. Harper & brothers, New York / London.

Peteers, A. L. / D'Haenens, L. (2005): Bridging or bonding? Relationships between integration and media use among ethnic minorities in the Netherlands. In: Communications: The European Journal of Communication Research, 30. Jg., H. 2. S. 201 – 231. Abrufbar unter: https://www.researchgate.net/publication/249939761_Bridging_or_bonding_Relationships_between_integration_and_media_use_among_ethnic_minorities_in_the_Netherlands [abgerufen am: 28.04.2017].

Peters, B. (1993): Integration moderner Gesellschaften. Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Peterson, J. (2015): Sprache und Migration. Universitätsverlag Winter, Heidelberg.

PIAAC (Programme for the International Assessment of Adult Competencies) (2012): PIAAC 2012: Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick. Abrufbar unter: http://gesis.org/fileadmin/piaac/Downloadbereich/PIAAC_Zusammenfassung.pdf [abgerufen am: 07.07.2016].

Piga, A. (2007): Mediennutzung von Migranten: Ein Forschungsüberblick. In: Bonfadelli, H. / Moser, H. (Hrsg.): Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? Springer VS, Wiesbaden. S. 209 – 234.

Pöttker, H. (2005a): Soziale Integration. Ein Schlüsselbegriff für die Forschung über Medien und ethnische Minderheiten. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 25 – 43.

Pöttker, H. (2005b): Diskriminierungsverbote und Beschwerdepraxis des Deutschen Presserats. Eine quantitative und qualitative Analyse. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 185 – 221.

Pöttker, H. (2016): Fazit. In: Pöttker, H. / Kiesewetter, C. / Lofink, J. (Hrsg.): Migranten als Journalisten? Eine Studie zu Berufsperspektiven in der Einwanderungsgesellschaft. S. 153 – 168.

Predelli, U. (1995): Wie fremd sind uns Fremde? Das Ausländerbild in der deutschen Tagespresse. Vistas Verlag, Berlin.

Preißler, M. (2017): Flüchtlinge und Medien – Eine quantitative Studie zum Mediennutzungsverhalten von Flüchtlingen in Teilen Sachsens. Technische Universität Chemnitz, Institut für Medienforschung. Abrufbar unter: http://www.qucosa.de/fileadmin/data/qucosa/documents/22758/Masterarbeit_Marietheres_Preissler.pdf [abgerufen am: 07.10.2017].

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (2007): Der Nationale Integrationsplan. Neue Wege – Neue Chancen. Abrufbar unter: <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Archiv16/Artikel/2007/07/Anlage/2007-07-12-nationaler-integrationsplan.pdf> [abgerufen am: 08.07.2016].

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (2016): Neues Internetportal: www.deutschland-kann-das.de. „Integration, die allen hilft. Deutschland kann das.“ Pressemitteilung 256, 8. Juli 2016. Abrufbar unter: <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Pressemitteilungen/BPA/2016/07/2016-07-08-integrationsportal.html> [abgerufen am: 08.07.2016].

Pries, L. (2001): Internationale Migration. Transcript Verlag, Bielefeld.

Pro Asyl (2015): Dublin-Verfahren für Syrerinnen und Syrer generell ausgesetzt? 26. August 2015. Abrufbar unter: <https://www.proasyl.de/news/dublin-verfahren-fuer-syrerinnen-und-syrer-generell-ausgesetzt/> [abgerufen am: 09.05.2016].

Protokoll über die Rechtsstellung der Flüchtlinge (1967). UNHCR (United Nations High Commissioner for Refugees). Abrufbar unter: http://www.unhcr.de/fileadmin/user_upload/dokumente/03_profil_begriffe/genfer_fluechtlingskonvention/Genfer_Fluechtlingskonvention_-_und_New_Yorker_Protokoll.pdf [abgerufen am: 21.04. 2016].

Raab-Steiner, E. / Benesch, M. (2008): Der Fragebogen. Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung. UTB / facultas wuv, Wien.

Reichertz, J. (2009): Die Macht der Worte und der Medien. Springer VS, Wiesbaden.

Reinhardt, J. D. / Jäckel, M. (2002): Zurechnungsmodelle und Themen-repertoires. Gedanken zur Integrations-leistung der Massenmedien in der Moderne. In: Imhof, K. / Jarren, O. / Blum, R. (Hrsg.): Integration und Medien. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden. S. 77 – 92.

Richter, C. / Kunst, M. / Emmer, M. (2016): Aus der Forschungspraxis: Flucht 2.0 – Erfahrungen zur Befragung von Flüchtlingen zu ihrer mobilen Mediennutzung. In: Global Media Journal, German Edition, 6. Jg., H. 1. Abrufbar unter: https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00035518/GMJ11-Richter.pdf [abgerufen am: 21.12.2016].

Rigoni, I. (2005): Challenging notions and practices: The Muslim media in Britain and France. In: Journal of Ethnic and Migration Studies, 31. Jg., H. 3. S. 563 – 580. Abrufbar unter: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13691830500058729> [abgerufen am: 28.04.2016].

Ritzi, N. (2015): Flüchtlinge. Themenblätter im Unterricht / Nr. 109. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn.

Ronneberger, F. (1964): Die politischen Funktionen der Massenkommunikationsmittel. In: Publizistik, 9. Jg., H. 9. S. 291 – 304.

Ronneberger, F. (1971): Sozialisation durch Massenkommunikation. Ferdinand Enke Verlag, Stuttgart.

Ronneberger, F. (1974): Die politischen Funktionen der Massenkommunikation. In: Langenbucher, W. R. (Hrsg.): Zur Theorie der politischen Kommunikation. Piper, München. S. 193 – 205.

Ronneberger, F. (1985): Integration durch Massenmedien. In: Saxer, U. (Hrsg.): Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien? Homogenisierung – Differenzierung der Gesellschaft durch Massenkommunikation. Ölschläger Verlag, München. S. 3 – 18.

Roscoe, J. (2000): Documenting the „immigrant nation“: Tensions and contradictions in the representation of immigrant communities in a New Zealand television documentary series. In: Media, Culture & Society, 22. Jg., H. 3. S. 243 – 261. Abrufbar unter: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/016344300022003001> [abgerufen am: 12.04.2017].

Rosenthal, G. (2011): Interpretative Sozialforschung. Eine Einführung. Juventa-Verlag, Weinheim / München.

Rössler, P. (2002): Viele Programme, dieselben Themen? Vielfalt und Fragmentierung: Konvergenz und Divergenz in der aktuellen Berichterstattung – eine Inhaltsanalyse internationaler TV-Nachrichten auf der Mikroebene. In: Imhof, K. / Jarren, O. / Blum, R. (Hrsg.): Integration und Medien. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden. S. 148 – 167.

Rössler, P. (2005): Inhaltsanalyse. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz.

Rubin, A. M. (2000): Die Uses-And-Gratifications-Perspektive in der Medienforschung. In: Schorr, A. (Hrsg.): Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader. Westdeutscher Verlag, Opladen. S. 137 – 152.

Ruhrmann, G. (1991): Zum Problem der Darstellung fremder Kulturen in der deutschen Presse. In: Zeitschrift für Kulturaustausch, 41 Jg., H. 1. S. 42 – 53.

Ruhrmann, G. (1995): Das Bild der Ausländer in der Öffentlichkeit. Eine theoretische und empirische Analyse zur Fremdenfeindlichkeit. Leske + Budrich, Opladen.

Ruhrmann, G. (1999): Medienberichterstattung über Ausländer: Befunde – Perspektiven - Empfehlungen. In: Butterwegge, C. / Hentges, G. / Sarigöz, F. (Hrsg.): Medien und multikulturelle Gesellschaft. Leske + Budrich, Opladen. S. 95 – 108.

Ruhrmann, G. / Demrem, S. (2000): Wie Medien über Migranten berichten. In: Schatz, H. / Holtz-Bacha, C. / Nieland, J.-U. (Hrsg.): Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden. S. 69 – 81.

Ruhrmann, G. / Göbbel, R. (2007): Nachrichtenwertforschung: Strukturen und Trends. In: Dies.: Veränderung der Nachrichtenfaktoren und Auswirkungen auf die journalistische Praxis in Deutschland. Abschlussbericht. S. 3 – 17. Abrufbar unter: <https://netzwerkrecherche.org/files/nr-studie-nachrichtenfaktoren.pdf> [abgerufen am: 15.08.2017].

Ruhrmann, G. / Kollmer, J. (1987): Ausländerberichterstattung in der Kommune. Inhaltsanalyse Bielefelder Tageszeitungen unter Berücksichtigung ausländerfeindlicher Alltagstheorien. Westdeutscher Verlag, Opladen.

Ruhrmann, G. / Nieland, J.-U. (2001): Integration durch Medien? Zur Berichterstattung über Migranten in Deutschland. Befunde und Perspektiven der Kommunikationsforschung. In: Anstalt für neue Medien (HAM) (Hrsg.): Medien – Migration – Integration. Elektronische Massenmedien und die Grenzen kultureller Identität. Vistas Verlag, Berlin. S. 111 – 124.

Ruhrmann, G. / Sommer, D. / Uhlemann, H. (2006): TV-Nachrichtenberichterstattung über Migranten – Von der Politik zum Terror. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 45 – 75.

Sachverständigenrat für Zuwanderung und Integration (2004): Migration und Integration – Erfahrungen nutzen, Neues wagen. Jahresgutachten 2004 des Sachverständigenrates für Zuwanderung und Integration. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Downloads/Infothek/ZuwanderungsratGutachten/gutachten-2004-zuwanderungsrat-lang.pdf> [abgerufen am: 21.04.2016].

Sauer, M. (2007): Perspektiven des Zusammenlebens: die Integration türkischstämmiger Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen. Ergebnisse der achten Mehrthemenbefragung. Stiftung Zentrum für Türkeistudien / Integrationsforschung Institut an der Universität Duisburg-Essen, Essen. Abrufbar unter: <http://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/34974> [abgerufen am: 21.04.2016].

Sauer, M. (2010): Mediennutzungsmotive türkeistämmiger Migranten in Deutschland. In: Publizistik, 55. Jg., H. 1. S. 55 – 76: Abrufbar unter: <http://link.springer.com/article/10.1007/s11616-010-0074-5> [abgerufen am: 21.04.2016].

Sauer, M. / Halm, D. (2009): Erfolge und Defizite der Integration türkeistämmiger Einwanderer. Entwicklung der Lebenssituation 1999 bis 2008. Springer VS, Wiesbaden.

Schaffner, B. F. / Gadson, M. (2004): Reinforcing stereotypes? Race and local television news coverage of congress. In: *Social Science Quarterly*, 85. Jg., H. 3 S. 604 – 623. Abrufbar unter: <http://onlinelibrary.wiley.com/wol1/doi/10.1111/j.0038-4941.2004.00235.x/full> [abgerufen am: 21.10.2017].

Scheffran, J. (1994): Kriegs- und Umweltflüchtlinge. In: Böhme, G. / Chakraborty, R. / Weiler, F. (Hrsg.): *Migration und Ausländerfeindlichkeit*. Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt. S. 23 – 38.

Scheinert, L. (2016): Sichere Einreise: Deutschlands Aufnahmeprogramme für syrische Flüchtlinge 2013 – 2015 und ihre Folgen für Asylpolitik und Flüchtlingszuwanderung. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn. Abrufbar unter: <http://www.bpb.de/gesellschaft/migration/kurzdossiers/224847/fluechtlingsaufnahme-und-ihre-folgen> [abgerufen am: 21.04.2016].

Schenk, M. (2007): *Medienwirkungsforschung*. Mohr Siebeck, Tübingen.

Scherer, H. / Schlütz, D. (2002): Gratifikation á la minute: Die zeitnahe Erfassung von Gratifikationen. In: Rössler, P. / Kubisch, S. / Gehrau, V. (Hrsg.): *Empirische Perspektiven der Rezeptionsforschung*. Verlag Reinhard Fischer, München.

Schildmeier, A. (1978): *Freizeitmöglichkeiten ausländischer Arbeitnehmer*. Kohlhammer, Stuttgart / Berlin / Köln / Mainz.

Schmid, M. (2017): *News for refugees – Eine qualitative Untersuchung der Mediennutzung von Flüchtlingen in Deutschland*. Unveröffentlichte Bachelorarbeit. Universität Hohenheim, Hohenheim.

Schmidthaler, C. (1991): Asylrecht ist Menschenrecht. In: Geistlinger, M. / Pöckl, W. / Skuhra, A. (Hrsg.): Flucht – Asyl – Migration. Die rechtliche und faktische Bewältigung von Flüchtlingsproblemen in Österreich und im internationalen Vergleich: Flüchtlingsbegriff, Sichtvermerkserteilung, Zurückweisung an der Grenze, Abschiebung, Integration. Transfer-Verlag, Regensburg. S. 7 – 21.

Schneider, B. / Arnold, A.-K. (2004a): Türkische Journalisten in Deutschland. Zwischen Integration und Bewahrung. In: Neubert, K. / Scherer, H. (Hrsg.): Die Zukunft der Kommunikationsberufe. Ausbildung – Berufsfelder – Arbeitsweisen. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz. S. 245 – 263.

Schneider, B. / Arnold, A.-K. (2004b): Mediennutzung und Integration türkischer Migranten in Deutschland. In: Pöttker, H. / Meyer, T. (Hrsg.): Kritische Empirie. Lebenschancen in den Sozialwissenschaften. Springer VS, Wiesbaden. S. 489 – 503.

Schneider, B. / Arnold, A.-K. (2006): Die Kontroverse um die Mediennutzung von Migranten: Massenmediale Ghettoisierung oder Einheit durch Mainstream? In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 93 – 119.

Schneider, R. (1992): Die Krisengebiete der Welt sind die Fluchtgebiete der Welt. In: Hohenwarter, A. / Althaler, K. S. (Hrsg.): Torschluss. Wanderbewegungen und Politik in Europa. Verlag für Gesellschaftskritik, Wien. S. 10 – 19.

Schnell, R. / Hill, P. B. / Esser, E. (2013): Methoden empirischer Sozialforschung. Oldenbourg Verlag, München.

Schnitzer, A. (2013): Sprich mit mir – zur Rolle der Sprache für die Integration von Familien mit Migrationshintergrund. In: Geisen, T. / Studer, T. / Yildiz, E. (Hrsg.): Migration, Familie und soziale Lage. Beiträge zu Bildung, Gender und Care. Springer VS, Wiesbaden. S. 125 – 144.

Schoenemann, P. (1994): Das Asylrecht in europäischen Staaten. Eine vergleichende Betrachtung. In: Heinelt, H. (Hrsg.): Zuwanderungspolitik in Europa. Nationale Politiken – Gemeinsamkeiten und Unterschiede. Reihe Gesellschaftspolitik und Staatstätigkeit, Band 4. Leske + Budrich, Opladen.

Schramm, H. / Hasebrink, U. (2004): Fernsehnutzung und Fernsehwirkung. In: Mangold, R. / Vorderer, P. / Bente, G. (Hrsg.): Lehrbuch der Medienpsychologie. Hogrefe, Göttingen. S. 465 – 492.

Schuller, K. / Lochner, S. / Rother, N. (2011): Das Integrationspanel. Ergebnisse einer Längsschnittstudie zur Wirksamkeit und Nachhaltigkeit von Integrationskursen. Forschungsbericht 11. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Nürnberg. Abrufbar unter: <http://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Publikationen/Forschungsberichte/fb11-integrationspanel.pdf> [abgerufen am: 03.07.2016].

Schulz, W. (1990): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Verlag Karl Alber, Freiburg / München.

Schweer, M. K. W. (2001): Der Einfluss der Medien im Spiegel aktueller Vertrauensforschung. In: Ders. (Hrsg.): Der Einfluss der Medien. Vertrauen und soziale Verantwortung. Leske + Budrich, Opladen. S. 7 – 19.

Schweiger, W. (2007): Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. Springer VS, Wiesbaden.

Schweizer, K. / Klein, K.-M. (2008): Medien und Emotionen. In: Batinic, B. / Appel, M. (Hrsg.): Medienpsychologie. Springer Medizin Verlag, Heidelberg. S. 149 – 176.

Sen, F. (2001): Türkische Fernsehsender in der deutschen Fernsehlandschaft. Zur Mediennutzung türkischer Migranten in Deutschland. In: Haburgische Anstalt für neue Medien (HAM) (Hrsg.): Medien – Migration – Integration. Elektronische Massenmedien und die Grenzen kultureller Identität. Vistas Verlag, Berlin. S. 101 – 110.

Silverstone, R. (2002): Eine Stimme finden. Minderheiten, Medien und die globale Allmende. In: Hepp, A. / Löffelholz, M. (Hrsg.): Grundlagen-texte zur Transkulturellen Kommunikation. UVK, Konstanz. S. 725 – 749.

Silverstone, R. (2007): Anatomie der Massenmedien. Ein Manifest. Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Simon, E. (2007): Migranten und Medien 2007. Zielsetzung, Konzeption und Basisdaten einer repräsentativen Untersuchung der ARD / ZDF Medienkommission. In: Media Perspektiven, 38. Jg., H. 9. S. 426 – 435. Abrufbar unter: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2007/artikel/migranten-und-medien-2007> [abgerufen am: 15.08.2016].

Simon, E. / Neuwöhner, U. (2011): Medien und Migranten 2011. Zielsetzung, Konzeption und Basisdaten einer repräsentativen Untersuchung der ARD / ZDF Medienkommission. In: Media Perspektiven, 42. Jg., H. 10. S. 458 – 470. Abrufbar unter: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2011/artikel/medien-und-migranten-2011> [abgerufen am: 15.08.2016].

Smend, R. (1956): Integrationslehre. In: Von Beckerath, E. et al. (Hrsg.): Handwörterbuch der Sozialwissenschaften, Band 5. Fischer / Mohr / Vandenhoeck & Ruprecht: Stuttgart / Tübingen / Göttingen. S. 299 – 302.

Spencer, R. (2004): Assessing multicultural identity and politics: The challenge of hypodescent. In: *Ethnicities*, 4. Jg., H. 3. S. 357 – 379.

Sponholz, L. (2013): Der misslungene Integrationsbegriff. Die Repräsentationen von MigrantInnen in den deutschen Massenmedien. In: Brinkmann, H. U / Uslucan, H.-H. (Hrsg.): Dabeisein und Dazugehören. Integration in Deutschland. Springer VS, Wiesbaden. S. 291 – 305.

Sreberny, A. (2001): The role of the media in the cultural practices of diasporic communities. In: Bennett, T.: Differing diversities: Transversal study on the theme of cultural policy and cultural diversity. Council of Europe Publishing, Straßburg. S. 155 – 167.

Sreberny, A. (2005): „Not only, but also“: Mixedness and media. In: *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 31. Jg., H. 3. S. 443 – 459. Abrufbar unter: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13691830500058828> [abgerufen am: 15.07.2016].

Statista (2017): Verkaufte Auflage ausgewählter überregionaler Tageszeitungen in Deutschland im 2. Quartal 2015 und Veränderung zum Vorjahresquartal. Abrufbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/36587/umfrage/verkaufte-auflage-von-ueberregionalen-tageszeitungen/> [abgerufen am: 02.05.2017].

Statistisches Bundesamt (2017): Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Bevölkerung mit Migrationshintergrund. Ergebnisse des Mikrozensus 2016. Destatis, Wiesbaden. Abrufbar unter: <https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Bevoelkerung/MigrationIntegration/Migrationshintergrund2010220167004.pdf> [abgerufen am: 15.11. 2017].

Steigleder, S. (2008): Die strukturierende qualitative Inhaltsanalyse im Praxistest. Eine konstruktiv kritische Studie zur Auswertungsmethodik von Philipp Mayring. Tectum Verlag, Marburg.

Stillwell, J. / Congdon, P. (1991): Migration modelling: concepts and contents. In: Dies. (Hrsg.): Migration models: Macro and micro approaches. Bellhaven Press, London / New York.

Subervi-Velez, F. A. (1986): The mass media and ethnic assimilation and pluralism. A review and research proposal with special focus on Hispanics. In: Communication Research, 13. Jg., H. 1. S. 71 – 96. Abrufbar unter: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/009365028601300105> [abgerufen am: 07.07.2016].

Suckfüll, M. (2004): Rezeptionsmodalitäten. Ein integratives Konstrukt für die Medienwirkungsforschung. Verlag Reinhard Fischer, München.

Sunjic, M. H. (2000): Das Weltflüchtlingsproblem: gestern – heute – morgen. In: Husa, K. / Parnreiter, C. / Stacher, I. (Hrsg.): Internationale Migration. Die globale Herausforderung des 21. Jahrhunderts? Brandes & Apsel Verlag, Frankfurt am Main. S. 145 – 155.

Sutter, T. (2002): Integration durch Medien als Beziehung struktureller Kopplung. In: Imhof, K. / Jarren, O. / Blum, R. (Hrsg.): Integration und Medien. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden. S. 122 – 136.

SWR (2008): SWR International. Multikultur mit Tradition im SWR. 24. Juli 2008. Abrufbar unter: <http://www.swr.de/international/team/swr-international-die-fachredaktion-fuer-migration-und-integration/swr-international/-id=2900638/did=3787140/mpdid=3791786/nid=2900638/z8ggsp/index.html> [abgerufen am: 16.07. 2016].

SWR (2015): Deutsch lernen. Kostenlose Lernapps. Abrufbar unter: <http://www.swr.de/international/deutsch-lernen-kostenlose-lernapps/-/id=233334/did=16398212/nid=233334/1oofmec/index.html> [abgerufen am: 16.07. 2016].

SWR (2016): News for refugees. Abrufbar unter: <http://www.swr.de/international/refugees/-/id=16250052/index.html> [abgerufen am: 16.07.2016].

Ter Wal, J. (2002): Racism and cultural diversity in the mass media: An overview of research and examples of good practice in the EU member states, 1995 – 2000. European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia (EUMC), Wien. Abrufbar unter: <http://fra.europa.eu/en/publication/2002/racism-and-cultural-diversity-mass-media> [abgerufen am: 21.12.2017].

Ter Wal, J. (2004): European day of media monitoring: Quantitative analysis of daily press and TV contents in the 15 EU member states. European Research Centre on Migration and Ethnic Relations, Utrecht. Abrufbar unter: http://expo.se/www/download/edmm_eureport.pdf [abgerufen am: 21.12.2017].

Ter Wal, J. / D'Haenens, L. / Koeman, J. (2005): (Re)presentation of ethnicity in EU and Dutch domestic news: Quantitative analysis. Invited paper. In: Media, Culture & Society, 27. Jg., H. 6. S. 937 – 950. Abrufbar unter: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0163443705057681> [abgerufen am: 21.12.2017].

Thiele, M. (2005): Flucht, Asyl und Einwanderung im Fernsehen. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz.

Thüringer Landesmedienanstalt (2016): Lebendig und lebensnah – Projektarbeit in den Thüringer Bürgermedien. In: Dies. (Hrsg.): up²date. Das Magazin der Thüringer Landesmedienanstalt, 3. Jg., H. 1. S. 12 – 15. Abrufbar unter: <http://www.swr.de/international/refugees/-/id=16250052/pd8jk2/index.html> [abgerufen am: 16.07.2016].

Tichenor, P. H. / Donohue, G. A. / Olien, C. N. (1980): Community conflict and the press. Sage Publications, Beverly Hills.

Tölölyan, K. (1996): Rethinking diaspora(s). Stateless power in the transnational moment. In: *Diaspora. A journal of transnational studies*, 5. Jg., H. 1. S. 3 – 36. Abrufbar unter: https://www.researchgate.net/publication/236773617_Rethinking_Diasporas_Stateless_Power_in_the_Transnational_Moment [abgerufen am: 15.08.2016].

Trebbe, J. (2007): Akkulturation und Mediennutzung von türkischen Jugendlichen in Deutschland. In: Bonfadelli, H. / Moser, H. (Hrsg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Springer VS, Wiesbaden. S. 183 – 208.

Trebbe, J. (2009): *Ethnische Minderheiten, Massenmedien und Integration. Eine Untersuchung zu massenmedialer Repräsentation und Medienwirkungen.* Springer VS, Wiesbaden.

Trebbe, J. / Weiß, H.-J. (2007): Integration als Mediennutzungsmotiv? Eine Typologie junger türkischer Erwachsener in Nordrhein-Westfalen. In: *Media Perspektiven*, 38. Jg., H. 3. S. 136 – 141. Abrufbar unter: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2007/artikel/integration-als-mediennutzungsmotiv/> [abgerufen am: 15.08.2016].

Treibel, A. (2003): *Migration in modernen Gesellschaften. Soziale Folgen von Einwanderung, Gastarbeit und Flucht.* Juventa-Verlag, Weinheim / München.

Tremmel, H. (1992): *Grundrecht Asyl. Die Antwort der christlichen Sozialethik.* Herder, Freiburg im Breisgau.

Tsagarousianou, R. (2004): Rethinking the concept of diaspora: Mobility, connectivity and communication in a globalized world. In: *Westminster Papers in Communications and Culture*, 1. Jg., H. 1. S. 52 – 65. Abrufbar unter: <https://www.westminsterpapers.org/articles/abstract/10.16997/wpcc.203/> [abgerufen am: 15.08.2017].

UNDP (United Nations Development Programme) (2015): About Kosovo. Abrufbar unter: <http://www.ks.undp.org/content/kosovo/en/home/countryinfo/> [abgerufen am: 16.04.2016].

UNHCR (United Nations High Commissioner for Refugees) (1994): Die Lage der Flüchtlinge in der Welt. UNHCR-Report 1994. Verlag J.H.W. Dietz Nachfolger, Bonn.

UNHCR (2000): Zur Lage der Flüchtlinge in der Welt. 50 Jahre humanitärer Einsatz. Verlag J.H.W. Dietz Nachfolger, Bonn.

UNHCR (2015a): World at war. Global Trends. Forced Displacement in 2014. Abrufbar unter: <http://unhcr.org/556725e69.html> [abgerufen am: 19.04.2016].

UNHCR (2015b): Weltweit fast 60 Millionen Menschen auf der Flucht. Abrufbar unter: <http://www.unhcr.de/home/artikel/weltweit-fast-60-millionen-menschen-auf-der-flucht.html> [abgerufen am: 26.04.2016].

UNHCR (2016a): Genfer Flüchtlingskonvention. Abrufbar unter: <http://www.unhcr.de/mandat/%20genfer-fluechtlingskonvention.html> [abgerufen am: 21.04.2016].

UNHCR (2016b): United Nations High Commissioner for Refugees. Abrufbar unter: <http://www.unhcr.de/unhcr.html> [abgerufen am: 03.05.2016].

UNHCR (2017a): Global Trends. Forced Displacement in 2016. Abrufbar unter: <http://www.unhcr.org/5943e8a34.pdf> [abgerufen am: 24.01.2018].

UNHCR (2017b): Statistiken. Abrufbar unter: <http://www.unhcr.org/dach/de/services/statistiken> [abgerufen am: 24.12.2017].

UNHCR (2017c): UNHCR-Bericht: Flucht und Vertreibung erreichen 2016 neuen Höchststand. Abrufbar unter: <http://www.unhcr.org/dach/de/15212-globaltrends2016.html> [abgerufen am: 24.01.2018].

Vester, H.-G. (2010): Kompendium der Soziologie III: Neuere soziologische Theorien. Springer VS, Wiesbaden.

Viswanath, K. / Arora, P. (2000): Ethnic media in the United States: An essay on their role in integration, assimilation and social control. In: Mass Communication & Society, 3. Jg., H. 1. S. 39 – 56. Abrufbar unter: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327825MCS0301_03 [abgerufen am: 12.10.2017].

Vlašić, A. (2004): Die Integrationsfunktion der Massenmedien. Begriffsgeschichte, Modelle, Operationalisierung. Springer VS, Wiesbaden.

Vlašić, A. / Brosius, H. B. (2002): „Wetten dass...“ – Massenmedien integrieren? Die Integrationsfunktion der Massenmedien: Zur empirischen Beschreibbarkeit eines normativen Paradigmas. In: Imhof, K. / Jarren, O. / Blum, R. (Hrsg.): Integration und Medien. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden. S. 93 – 109.

Vliegenthart, R. / Roggeband, C. (2007): Framing immigration and integration: Relationships between press and parliament in the Netherlands. In: International Communication Gazette, 69. Jg., H. 3. S. 295 – 319. Abrufbar unter: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1748048507076582> [abgerufen am: 28.04.2016].

Vogelgesang, J. (2010): Sprachkompetenz, Tageszeitungsnutzung und Politikorientierung von Einwanderern. Springer VS, Wiesbaden.

Vorderer, P. (1996): Rezeptionsmotivation: Warum nutzen Rezipienten mediale Unterhaltungsangebote? In: Publizistik, 41. Jg., H. 3. S. 310 – 326.

Voß, F. (2001): SFB4 Radio MultiKulti – Bewahren und Integrieren. Weltmusik und Informationen (nicht nur) für Ausländer in Berlin. In: Anstalt für neue Medien (HAM) (Hrsg.): Medien – Migration – Integration. Elektronische Massenmedien und die Grenzen kultureller Identität. Vistas Verlag, Berlin. S. 137 – 146.

Walter, M. / Schlinker, U. / Fischer, C. (2007): Fernsehnutzung von Migranten. Ergebnisse der ARD / ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“. In: Media Perspektiven, 38. Jg., H. 9. S. 436 – 451. Abrufbar unter: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/2007/artikel/fernsehnutzung-von-migranten> [abgerufen am: 15.08.2017].

Weber, M. (1973): Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. Mohr, Tübingen.

Weber-Menges, S. (2005a): Die Entwicklung ethnischer Medienkulturen. Ein Vorschlag zur Periodisierung. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 241 – 322.

Weber-Menges, S. (2005b): Die Wirkungen der Präsentation ethnischer Minderheiten in deutschen Medien. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 127 – 184.

Weber-Menges, S. (2006): Die Entwicklung der Ethnomedien in Deutschland. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hrsg.): Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Transcript Verlag, Bielefeld. S. 121 – 145.

Weiß, H.-J. / Trebbe, J. (2001): Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. GöfaK Medienforschung, Potsdam.

Weiß, H.-J. / Trebbe, J (2002): Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. In: Meier-Braun, K. H. / Kilgus, M. A. (Hrsg.): Integration durch Politik und Medien? 7. Medienforum Migranten bei uns. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden S. 45-48.

Welcome App Germany (o. J.): Welcome App Germany. Integrationshilfe per Smartphone für Flüchtlinge und Zuwanderer in Deutschland. Abrufbar unter: <http://welcome-app-concept.de/de/> [abgerufen am: 12.07.2016].

Wendekamm, M. (2014): Die Wahrnehmung von Migration als Bedrohung. Zur Verzahnung der Politikfelder Innere Sicherheit und Migrationspolitik. Springer VS, Wiesbaden.

WDR (2016a): Projekt Babel: Funkhaus Europa Streams im Überblick. Sechs Sprachensendungen täglich. Abrufbar unter: <http://www1.wdr.de/radio/funkhauseuropa/programm/sendungen/livestreams-sprachensendungen-100.html> [abgerufen am: 12.07.2016].

WDR (2016b): Funkhaus Europa sendet Programm für Flüchtlinge. Refugee Radio. Abrufbar unter: <http://www1.wdr.de/radio/funkhauseuropa/programm/refugee-radio/deutsch/index.html> [abgerufen am: 12.07.2016].

WDR (2016c): WDR for you. Abrufbar unter: <http://www1.wdr.de/nachrichten/wdrforyou/> [abgerufen am: 12.07.2016].

Wimmer, A. (2009): Hartmut Essers Assimilationsmodell zwischen empirischer Sozialforschung und makrosoziologischer Theorie. In: Hill, P. / Kalter, F. / Kopp, J. / Kroneberg, C. / Schell, R. (Hrsg.): Hartmut Essers erklärende Soziologie. Kontroversen und Perspektiven. Campus Verlag, Frankfurt / New York. S. 318 – 348.

Winter, C. / Thomas, T. / Hepp, A. (2003): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Herbert von Halem-Verlag, Köln.

Witteborn, S. (2012): Forced migrants, new media practices, and the creation of locality. In: Volkmer, I. (Hrsg.): The handbook of global media research. Blackwell, Malden. S. 312 – 330.

Witteborn, S. (2015): Becoming (im)perceptible: Forced migrants and virtual practice. In: Journal of Refugee Studies, 28. Jg., H. 3. S. 350 – 367. Abrufbar unter: <https://academic.oup.com/jrs/article-abstract/28/3/350/1908329> [abgerufen am: 12.04.2017].

Wode, H. (1993): Psycholinguistik. Eine Einführung in die Lehr- und Lernbarkeit von Sprachen. Theorien, Methoden, Ergebnisse. Max Hueber Verlag, Ismaning.

Wollenschläger, M. (1982): Einführung in das Ausländerrecht. In: Schult, G. (Hrsg.): Einwanderungsland Bundesrepublik Deutschland? Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden. S. 19 – 27.

Wollenschläger, M. (1994): Zuwanderung nach Europa. Motive und Ursachen – Herkunfts- und Zielregionen – Größenordnungen. In: Barwig, K. et al. (Hrsg.): Asyl nach der Änderung des Grundgesetzes. Entwicklungen in Deutschland und Europa. Hohenheimer Tage zum Ausländerrecht. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden. S. 44 – 47.

Wright, T. (2002): Moving images: The media representation of refugees. In: Visual Studies, 7. Jg., H. 1. S. 53 – 66. Abrufbar unter: https://www.researchgate.net/publication/249071089_Moving_Images_The_Media_Representation_of_Refugees [abgerufen am: 12.04.2017].

Zambonini, G. / Simon, E. (2008): Kulturelle Vielfalt und Integration: Die Rolle der Medien. Forschungsstand, Perspektiven und Maßnahmen. In: Media Perspektiven, 39. Jg., H.3. S. 120 – 124. Abrufbar unter: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2008/artikel/kulturelle-vielfalt-und-integration-die-rolle-der-medien/> [abgerufen am: 21.08.2016].

ZDF (2015): Mobil und leicht zugänglich: ZDF-Angebot für Flüchtlinge. Abrufbar unter: <http://www.zdf.de/zdf/zdfarabic-zdfenglish-mobiles-angebot-fuer-fluechtlinge-41314154.html> [abgerufen am: 12.07.2016].

ZEIT ONLINE: Abschlussbericht. Behörden versagten in Kölner Silvesternacht. 31. März 2017. Abrufbar unter: <http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2017-03/abschlussbericht-koeln-silvesternacht-behoerdenversagen-polizei> [abgerufen am: 12.07.2017].

Zentrum für Türkeistudien (1997): Kurzfassung der Studie zum Medienkonsum der türkischen Bevölkerung in Deutschland und Deutschlandbild im türkischen Fernsehen. Zentrum für Türkeistudien, Essen / Bonn.

Zhang, K. / Xiaoming, H. (1999): The internet and the ethnic press. A study of electronic Chinese publications. In: The Information Society, 15. Jg., H. 1. S. 21 – 30. Abrufbar unter: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/019722499128646> [abgerufen am: 21.12.2016].

Zubrzycki, J. (1958): The role of the foreign language-press in migrant integration. In: Population Studies, 12. Jg., H. 1. S. 73 – 82. Abrufbar unter: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00324727.1957.10404371> [abgerufen am: 21.12.2016].

Zwengel, A. (2008): „Wenn die Worte fehlen ...“ – Wie Migrantinnen mit geringen deutschen Sprachkenntnissen ihren Alltag gestalten. In: Hentges, G. / Hinnenkamp, V. / Zwengel, A. (Hrsg.): Migrations- und Integrationsforschung in der Diskussion. Biografie, Sprache und Bildung als zentrale Bezugspunkte. Springer VS, Wiesbaden. S. 205 – 227.

Anhang 1: Übersicht der Befragten

	Name	Geschlecht	Alter	Herkunfts- land	Wohnort	Sprach- niveau
Int. 1	Ali	männlich	33 Jahre	Irak	Arnstadt	B1
Int. 2	Tarek	männlich	29 Jahre	Syrien	Erfurt	B1
Int. 3	Banu	weiblich	18 Jahre	Syrien	Ilmenau	A2
	Yasemin	weiblich	19 Jahre	Syrien	Ilmenau	A2
Int. 4	Ahmed	männlich	24 Jahre	Syrien	Erfurt	B2
Int. 5	Samira	weiblich	27 Jahre	Syrien	Leipzig	B1
	Ali	männlich	20 Jahre	Syrien	Arnstadt	A2
Int. 6	Faris	männlich	25 Jahre	Syrien	Arnstadt	A2
	Alia	weiblich	18 Jahre	Syrien	Arnstadt	A2
Int. 7	Emal	männlich	37 Jahre	Afghanistan	Stadtilm	A2
	Navid	männlich	33 Jahre	Afghanistan	Arnstadt	A2

	Name	Geschlecht	Alter	Herkunfts- land	Wohnort	Sprach- niveau
Int. 8	Hasim	männlich	22 Jahre	Afghani- stan	Arnstadt	A2
	Raoul	männlich	29 Jahre	Afghani- stan	Arnstadt	A2
Int. 9	Mo- hammad	männlich	21 Jahre	Syrien	Arnstadt	A2
	Daja	weiblich	32 Jahre	Syrien	Arnstadt	A2
Int. 10	Abdul	männlich	32 Jahre	Syrien	Jena	B2
Int. 11	Khalil	männlich	38 Jahre	Syrien	Jena	B2
Int. 12	Omar	männlich	24 Jahre	Syrien	Neustadt a. d. Orla	B1
Int. 13	Kadir	männlich	31 Jahre	Syrien	Pößneck	B1
Int. 14	Mustafa	männlich	23 Jahre	Syrien	Pößneck	B1
Int. 15	Nasser	männlich	27 Jahre	Afghani- stan	Pößneck	B1
Int. 16	Hawi	männlich	27 Jahre	Eritrea	Neustadt an der Orla	B1

	Name	Geschlecht	Alter	Herkunfts- land	Wohnort	Sprach- niveau
Int. 17	Farid	männlich	27 Jahre	Afghanistan	Rudolstadt	B1
Int. 18	Ramiz	männlich	24 Jahre	Afghanistan	Breitenbrunn	A2
	Ezel	männlich	21 Jahre	Afghanistan	Breitenbrunn	A2
Int. 19	Sami	männlich	21 Jahre	Syrien	Aue	B1
	Khaled	männlich	18 Jahre	Syrien	Zwickau	B1

Anhang 2: Leitfaden Deutsch

Vor Interview notieren

- Name des Interviewten:
- Geschlecht:
- Wohnort:

Begrüßung / Einleitung

Hallo! Ich freue mich, dass du dazu bereit bist, mir ein Interview zu geben. Zuerst möchte ich mich kurz vorstellen. Mein Name ist Nadine Ranger und ich schreibe an der Universität Bamberg meine Doktorarbeit, in der es um das Leben und die Mediennutzung von Flüchtlingen in Deutschland geht. Um mehr über dieses Thema zu erfahren, spreche ich mit Menschen wie dir.

Es ist mir wichtig, dass du weißt, dass alle Daten anonym ausgewertet werden und keine Rückschlüsse auf deine Person zulassen. Außerdem werden die Daten nicht weitergegeben, sondern dienen nur für meine Doktorarbeit. Es gibt auch keine falschen Antworten. Mich interessiert allein deine Meinung!

Hast du vorab noch Fragen an mich?

Biografischer Hintergrund / aktuelle Lebenssituation

Dann fangen wir an! Zuerst würde ich gern etwas mehr über dich als Person erfahren. Aus welchem Land kommst du?

Und seit wann bist du in Deutschland?

Darf ich auch fragen, wie alt du bist?

Zu Beginn würde ich gern noch wissen, wie gut du deine Deutschkenntnisse einschätzt. Was würdest du selbst sagen, wie gut kannst du deutsche Texte lesen und verstehen? Eher gut, mittelmäßig oder nicht so gut?

Und wie gut kannst du Menschen verstehen, die die deutsche Sprache sprechen? Gut, mittelmäßig oder nicht so gut?

Und wie gut kannst du selbst Deutsch sprechen? Gut, mittelmäßig oder nicht so gut?

Hast du denn schon einen Sprach- oder Integrationskurs besucht?

➔ Wenn ja:

- Was für einen? (Welches Niveau?)
- Hast du diesen bereits abgeschlossen?
 - Wenn ja:
 - Wann hast du diesen abgeschlossen?

Fällt es dir denn leicht oder schwer, die deutsche Sprache zu lernen?

Und wie oft benutzt du die deutsche Sprache im Alltag?

Mit welchen Personen oder in welchen Situationen sprichst du da Deutsch? (Beim Einkaufen, beim Arztbesuch, ...)

Und wie wichtig findest du es, Deutsch gut sprechen und verstehen zu können?

Welche anderen Sprachen sprichst du noch?

Wie gut kannst du diese?

Jetzt würde ich gern noch mehr über deine persönliche Situation erfahren. Deine Flucht war ja sicherlich ein langer und schwerer Weg. Bist du denn allein nach Deutschland gekommen oder mit anderen Personen, z. B. deiner Familie?

Und wie ist jetzt deine aktuelle Wohnsituation? Wohnst du mit anderen Personen zusammen?

➔ Wenn ja:

- Mit welchen Personen wohnst du zusammen?
- Beschreibe deine Wohnsituation doch einmal genauer! (Ist es eine WG, eine eigene Wohnung, ...? Mit wie vielen Leuten wohnst du zusammen? Aus welchen Ländern kommen deine Mitbewohner?)
- Und in welcher Sprache unterhältst du dich mit diesen Personen?

Wohnen denn (noch) andere Verwandte oder Bekannte in der Nähe?

➔ Wenn ja:

- Wie lang sind diese schon in Deutschland?
- In welcher Sprache unterhältst du dich mit diesen Personen?

Und wer von deinen Verwandten lebt noch in deinem Herkunftsland?

Wie hältst du zu diesen Personen Kontakt? (Über welche Medien, wie oft, ...)

Wenn noch nicht erzählt / bekannt: Hast du auch Kinder?

➔ Wenn ja oder wenn bereits bekannt ist, dass der Befragte Kinder hat:

- Wie viele Kinder hast du?
- Wie alt ist dieses / sind diese?
- Ist es / Sind diese auch in Deutschland?
- Geht es / Gehen diese denn hier in den Kindergarten oder zur Schule?
- Fühlt es / Fühlen sie sich dort wohl?
- Wie gut kann dein Kind / können deine Kinder denn schon die deutsche Sprache?
- Hat dein Kind / Haben deine Kinder auch deutsche Freunde?

Nun würde ich gern wissen, wie momentan ein typischer Tag von dir aussieht. Versuche doch einmal, deinen Tagesablauf zu beschreiben! (Evt. Stützen geben: Was machst du morgens nach dem Aufstehen? Nutzt du da schon Medien? Was machst du am Mittag / Nachmittag? Wie sieht dein Abend aus? Wann nutzt du da Medien?)

- ➔ Wenn kein Job erwähnt:
 - Arbeitest du auch?

Welchen Beruf hattest du denn in deinem Heimatland?

- ➔ Falls Beruf in der Medienbranche:
 - Welche Aufgaben hattest du da?

Und welche Ausbildung hast du absolviert? Was ist dein höchster Abschluss (Schule, Uni ...)?

Jetzt würde ich gern noch mehr über deine persönliche Interessen und deine Freizeit erfahren. Was hast du denn für Hobbys?

Besuchst du hier in Deutschland auch eine sozialen Einrichtung (z.B. einen Verein, eine Organisation oder eine Kirche), bei der du dich mit anderen Personen triffst?

- ➔ Wenn ja:
 - Mit welchen Personen triffst du dich da? (Deutsch, andere Flüchtlinge)
 - Und was macht ihr da so?
 - In welcher Sprache sprichst du mit diesen Personen?

Findest du, dass es genug kulturelle Einrichtungen bzw. Freizeitmöglichkeiten in deiner Umgebung gibt?

Hast du denn in Deutschland auch Freunde?

Und wenn du an deine Freunde denkst: Aus welchem Herkunftsland kommen diese?

In welcher Sprache sprichst du mit diesen?

Unternimmst du in deiner Freizeit manchmal auch etwas mit deutschen Personen?

Wie oft hast du denn generell Kontakt zu deutschen Personen?

(Wenn noch unbekannt): Hast du auch deutsche Freunde?

➔ Wenn ja: In welcher Sprache unterhältst du dich mit diesen?

Würdest du dir gern mehr Kontakt mit deutschen Personen wünschen?

Mediennutzung / Mediennutzungsgründe

Kommen wir nun zum Thema Medien. Welche technischen Geräte besitzt / nutzt du eigentlich? (Fernseher, Radio, Computer / Laptop, Tablet, Smartphone, Handy)

Ich würde jetzt gern etwas mehr zu deinem Mediennutzungsverhalten erfahren. Es gibt ja sehr viele Medien, die man in verschiedenen Sprachen nutzen kann. Darum möchte ich gern mit dir darüber sprechen, von welchen Medien du Gebrauch machst.

Kommen wir zuerst zum Fernsehen (auch Fernsehnutzung durch das Internet): Schaust du deutsches Fernsehen?

Siehst du dir auch Sendungen aus deinem Heimatland an?

- ➔ Einzelne für deutsche Medien und Ethnomedien abfragen:
- Welche Sender schaust du an? (*Bei Bedarf Ausdruck mit Logos deutscher TV-Sender vorlegen!*)
 - Welche Sendungen / Genres schaust du an?
 - Welche Themen interessieren dich dabei? (z.B. Filme, Serien, Quizsendungen, Castingshows, Sportsendungen, Nachrichten, Talkshows, Dokumentationen, Boulevardmagazin, Cartoons)
 - Wann schaust du dir das an? In welchen Situationen?

Und wie lange schaust du dann so an einem normalen Tag fern?

Und wie viel Zeit davon schaust du deutsche Sendungen an?

- ➔ Für deutsche Medien und Ethnomedien einzeln abfragen:
 - Gibt es auch Sendungen, die du aus Gewohnheit immer schaust?
 - Wenn ja:
 - Welche?
 - Warum?

Wenn du deutsches Fernsehen schaust, wie viel verstehst du von den Sendungen?

Kommen wir nun zum Radio (inkl. Radionutzung durch das Internet):
Hörst du deutsche Radiosender?

Hörst du dir auch Radiosender aus deinem Heimatland an? (Zum Beispiel über das Internet)

- ➔ Einzeln für deutsche Medien und Ethnomedien abfragen:
 - Welche Sender hörst du dir an?
 - Was hörst du dir an (Nachrichten, Musik ...)?
Welche Themen interessieren dich?
 - Wann hörst du dir das an? In welchen Situationen?

Was würdest du denn schätzen, wie lang hörst du an einem normalen Tag Radio?

Und wie lang hörst du dann deutsche Sender?

- ➔ Für deutsche Medien und Ethnomedien einzeln abfragen:
 - Gibt es auch Zeiten, an denen du aus Gewohnheit immer Radio hörst?
 - Wenn ja:
 - Und was hörst du dir da im Radio an?
 - Und warum hörst du dir das an?

Wenn du deutsches Radio hörst: Wie viel verstehst du von dem, was die Moderatoren sagen?

Als nächstes kommen wir zu Zeitungen und Zeitschriften:
Liest du deutsche Zeitungen / Zeitschriften?

Liest du auch Zeitungen oder Zeitschriften aus deinem Heimatland?

- ➔ Für deutsche Medien und Ethnomedien einzeln abfragen
 - Welche Zeitungen / Zeitschriften liest du? (*Bei Bedarf Ausdruck mit Zeitungs- und Zeitschriftenlogos vorlegen*)
 - Was liest du dabei besonders häufig? Welche Themen interessieren dich?
 - Wann liest du denn eine Zeitung oder eine Zeitschrift?

An wie vielen Tagen der Woche liest du denn generell eine Zeitung oder Zeitschrift?

Und wie lang liest du dann?

Wie viel Zeit davon liest du denn eine deutsche Zeitung oder Zeitschrift?

- ➔ Für deutsche Medien und Ethnomedien einzeln abfragen:
 - Gibt es auch Zeitungen oder Zeitschriften, die du aus Gewohnheit immer liest?
 - Wenn ja:
 - Welche sind das?
 - Warum liest du diese?

Hast du auch schon einmal ein deutsches Buch gelesen?

- ➔ Wenn ja:
 - Was für ein Buch war es?

Wenn du eine deutsche Zeitung / Zeitschrift oder ein deutsches Buch liest, wie viel verstehst du davon?

Jetzt möchte ich mit dir noch über die Internetnutzung reden:
Wann nutzt du das Internet meistens?

Und nutzt du deutsche Internetseiten?

Nutzt du auch Internetseiten aus deinem Heimatland?

- ➔ Für deutsche Medien und Ethnomedien einzeln abfragen:
 - Welche Seiten nutzt du?
 - Was machst du dabei besonders häufig? (Artikel lesen, Videos schauen, mit anderen kommunizieren) Welche Themen interessieren dich?
 - Und warum nutzt du genau diese Internetseiten?

Wie lange bist du denn an einem normalen Tag im Internet unterwegs?

Und wie lang davon auf deutschen Seiten?

- ➔ Für deutsche Medien und Ethnomedien einzeln abfragen:
 - Gibt es auch Internetseiten, die du aus Gewohnheit immer besuchst?
 - Wenn ja:
 - Welche sind das?
 - Warum rufst du diese auf?

Wenn du deutsche Internetseiten besuchst, wie viel verstehst du dann davon?

Jetzt würde ich gern nochmal mehr auf Social Media-Seiten wie zum Beispiel *Facebook* oder *Twitter* eingehen. Nutzt du solche Seiten oder Apps?

- ➔ Wenn ja:
 - Welche Social-Media-Plattformen (also Internetseiten oder Apps, über die du mit anderen Personen Kontakt haben oder Fotos hochladen kannst) nutzt du?
 - Und wozu nutzt du diese?
 - Mit welchen Personen kommunizierst du dort?

- Folgst du dort auch bestimmten Personen (Freunden oder Prominenten) oder Organisationen, ...?
 - Wenn ja:
 - Wem folgst du?
 - Warum folgst du diesen Personen / Organisationen, ...?
- Nutzt du diese Seiten auch, um Neuigkeiten über dein Heimatland zu erfahren?
 - Wenn ja:
 - Wem folgst du hierzu?
- Folgst du auch deutschen Seiten?
 - Wenn ja:
 - Welchen deutschen Seiten folgst du?
 - Warum folgst du diesen Seiten?

Hast du über das Internet denn auch schon hier in Deutschland neue Menschen kennengelernt, mit denen du jetzt befreundet bist?

- ➔ Wenn ja:
 - Über welche Seite hast du diese kennengelernt?
 - Was sind das für Personen (Deutsche, Flüchtlinge, ...)

Und ganz allgemein: Haben sie dir auch schon mal dabei geholfen, mit deutschen Personen Kontakt aufzunehmen (z.B. über Foren im Internet)?

- ➔ Wenn ja:
 - Was waren das für Situationen? Kannst du sie beschreiben?

Und wenn du die deutsche Sprache noch besser verstehen könntest: Glaubst du, dass du dann eher mehr oder gleich viele deutsche Medien als jetzt nutzen würdest?

Hilft dir das Nutzen von deutschen Medien denn auch, die deutsche Sprache zu lernen?

- ➔ Wenn ja:
 - Welches Medium hilft dir dabei am meisten?
 - Warum?

Manchmal nutzt man Medien ja auch, wenn man nichts zu tun hat. Nutzt du Medien denn auch manchmal aus Langeweile?

- ➔ Wenn ja:
 - Welche Medien nutzt du dann?

Nutzt du Medien auch manchmal, um dich zu entspannen?

- ➔ Wenn ja:
 - Welche Medien nutzt du dazu?

Willst du dich dabei auch etwas von deinem Alltag ablenken? (Probleme vergessen, von schwierigen Situationen ablenken.)

- ➔ Wenn ja:
 - Welche Medien nutzt du dazu?

Hast du dich hier in Deutschland auch schon einmal mit Freunden oder Verwandten getroffen, um zusammen fernsehen zu schauen?

- ➔ Wenn ja:
 - Wie oft kam das vor?
 - Was habt ihr da angeschaut?
 - Warum habt ihr es zusammen angeschaut?

Wenn du Medien aus deinem Heimatland nutzt, hast du dann das Gefühl, dass sie Verbundenheit zu deiner Heimat schaffen?

Kommt es denn auch manchmal vor, dass du mehrere Medien gleichzeitig nutzt?

- ➔ Wenn ja:
 - Welche Medien nutzt du am häufigsten gleichzeitig?
 - Warum nutzt du die Medien gleichzeitig?

Kennst du deutsche Medienangebote, die sich speziell an Flüchtlinge richten?

- ➔ Wenn ja:
 - Welche Medienangebote für Flüchtlinge nutzt du?
 - Wie oft nutzt du diese?
 - Wann nutzt du diese? In welchen Situationen?
 - Warum nutzt du diese?
- ➔ Wenn nein:
 - Hast du zum Beispiel schon mal etwas von der *Tagesschau in 100 Sekunden* oder der App *Ankommen* gehört?
 - Hast du diese schon einmal genutzt?
 - > Wenn ja:
 - Warum?
 - > Wenn nein:
 - Warum nicht?

Würdest du dir denn noch mehr Medienangebote wünschen, die speziell für Flüchtlinge produziert werden?

- ➔ Wenn ja:
 - Wie sollten diese aussehen? (Welches Medium, welche Inhalte, welche Sprache ...?)

Kennst du Medienangebote, die von Flüchtlingen selbst produziert werden? (Also keine Medienangebote für Flüchtlinge, sondern von Flüchtlingen.)

- ➔ Wenn ja:
 - Welche?
 - Würdest du dir noch mehr davon wünschen?
 - Wie sollten diese aussehen? (Welches Medium, welche Inhalte, welche Sprache ...?)

- ➔ Wenn nein:
 - Würdest du dir so etwas wünschen?
 - Wie sollten diese Angebote aussehen? (Welches Medium, welche Inhalte, welche Sprache ...?)

Spezifische Aspekte der Integration

Oft nutzt man Medien ja auch, um sich über das Land, aus dem man kommt, zu informieren. Suchst du oft nach Neuigkeiten aus deinem Heimatland?

- ➔ Wenn ja:
 - Welches Medium nutzt du dafür am meisten?
 - Warum? (Gefühl von Kontakt zur Heimat,)
- ➔ Wenn nein:
 - Warum informierst du dich nicht (mehr) über dein Herkunftsland?

Nutzt du die Medien auch, um Neuigkeiten über Deutschland zu erfahren?

- ➔ Wenn ja:
 - Welches Medium nutzt du dafür am meisten?
 - Warum?
- ➔ Wenn nein:
 - Warum nicht? (Kein Interesse, zu schwer zu verstehen, ...)

Hast du das Gefühl, dass die deutschen Medien dir dabei helfen, in Deutschland zurechtzukommen? (Indem sie dir zum Beispiel dabei helfen, etwas über die deutsche Kultur zu erfahren?)

- ➔ Wenn ja:
 - Warum?
- ➔ Wenn nein:
 - Warum nicht?

Erfährst du denn aus den Medien viel über die Lebensweise der Deutschen?

Hast du dich denn vor deiner Flucht über Deutschland informiert?
(Zum Beispiel um Informationen zum Leben in Deutschland oder dem deutschen Asylverfahren zu bekommen.)

➔ Wenn ja:

- Welche Medien hast du dafür benutzt?
- Warum hast du gerade diese benutzt?
- Über welche Themen hast du Informationen bekommen?

Unterhältst du dich denn mit anderen Personen manchmal über Dinge, die du in den deutschen Medien liest, hörst oder siehst?

➔ Wenn ja:

- Mit wem?
- Und was für Themen sind das dann meistens?

Wenn man deutsche Medien nutzt, merkt man ja manchmal, dass diese unterschiedlich über die gleichen Ereignisse berichten. Was ist denn ein Eindruck: Wie berichten denn deiner Meinung nach die Medien in deinem Heimatland über Deutschland?

Und die deutschen Medien, wie berichten die deiner Meinung nach über Flüchtlinge? (Eher positiv oder eher negativ?)

Glaubst du, dass die Dinge, die da berichtet werden, stimmen? (Ist die Berichterstattung glaubwürdig bzw. wahrheitsgemäß?)

Glaubst du, dass die Journalisten vor ihrer Berichterstattung gut recherchieren?

Findest du, dass in den deutschen Medien genug über Flüchtlinge berichtet wird?

- ➔ Wenn nein:
 - Was fehlt?
 - Was müsste anders sein?

Stell dir doch jetzt mal vor, du wärst Redakteur bei einer Zeitung und könntest über Flüchtlinge berichten. Was würdest du anders machen?

Und wenn du eine Zeitung für Flüchtlinge erstellen würdest, in welcher Sprache würdest du diese herausbringen?

Manchmal ist es für Flüchtlinge ja auch wichtig, welche neuen Gesetze gerade beschlossen werden und wie sich die politische Lage in einem Land entwickelt. Interessierst du dich denn für Politik?

Wie oft informierst du dich denn über die deutsche Politik?

Und welche Medien nutzt du dazu?

Wie viel verstehst du denn von dem, was in den Medien über die deutsche Politik berichtet wird?

Hast du das Gefühl, durch die Medien gut über die deutsche Politik informiert zu werden?

- ➔ Wenn ja:
 - Warum?
- ➔ Wenn nein:
 - Warum nicht?

Und hast du das Gefühl, dass die deutschen Politiker deine Interessen bzw. die von Flüchtlingen allgemein vertreten? Also, dass sie Gutes für Flüchtlinge tun?

Hast du denn auch schon mal etwas über das deutsche Grundgesetz gehört?

→ Wenn ja:

- Was weißt du darüber?
- Und wie findest du die Dinge, die im deutsche Grundgesetz stehen?

→ Wenn nein: Hast du schon etwas von deutschen Normen und Werten gehört?

- Wenn ja:
 - Welche fallen dir spontan ein?
 - Wie findest du diese Normen und Werte?
- Wenn nein: *Hilfestellung geben!* Hierzu zählen zum Beispiel die Religionsfreiheit, die Achtung der Menschenrechte, Pünktlichkeit, Toleranz gegenüber anderen Personen wie Homosexuellen oder die Demokratie als Regierungsform.
 - Wie findest du diese Normen und Werte?

Und weißt du auch, welche Pflichten man als Asylberechtigter hat? (Integrationskurs besuchen, Wohnsitz darf für drei Jahre zugewiesen werden)?

Kennst du denn auch Rechte, die man als Asylberechtigter in Deutschland hat (z.B. arbeiten gehen)?

Wenn man in ein neues Land kommt und sich dort zurechtfinden muss, dann ist das ja meist sehr aufregend und nicht immer einfach. Darum würde ich jetzt gern wissen, was dir an Deutschland gefällt und was dir nicht so gut gefällt?

Und was war in deinem Heimatland besser? (Was vermisst du hier in Deutschland?)

Oft wird in den Medien ja auch das Thema *Integration* angesprochen.
Wenn du darüber nachdenkst, was bedeutet *Integration* für dich?

Würdest du sagen, dass du dich in Deutschland gut integriert fühlst?

- ➔ Wenn ja:
 - Warum?
- ➔ Wenn nein:
 - Warum nicht?

Hast du auch das Gefühl, dass dich die deutsche Gesellschaft akzeptiert?

- ➔ Wenn ja:
 - Warum?
- ➔ Wenn nein:
 - Warum nicht?
 - Was müsste sich ändern?

Und ganz allgemein gefragt: Fühlst du dich in Deutschland wohl?

- ➔ Wenn ja:
 - Und Warum? Kannst du es begründen?
- ➔ Wenn nein:
 - Warum nicht? Kannst du es begründen?

Zum Schluss würde ich gern noch wissen, was deine Ziele für die nächsten Monate hier in Deutschland sind?

Darfst du diese Dinge denn auch machen? Also wie ist denn eigentlich dein aktueller Status im Aufnahmeverfahren?

- ➔ Wenn noch keine Asylberechtigung erhalten: Denkst du, dass du als Flüchtling anerkannt wirst und hierbleiben darfst?

Und würdest du gern in dein Heimatland zurückkehren, wenn du dort sicher leben könntest?

➔ Wenn ja:

- Warum?
- Und was glaubst du, wie lang es dauern wird, bis sich dieser Wunsch erfüllt?

➔ Wenn nein:

- Warum nicht?
- Könntest du dir denn auch vorstellen, irgendwann einmal die deutsche Staatsbürgerschaft zu erwerben?
 - Wenn ja: Warum? Was wäre gut daran?
 - Wenn nein: Warum nicht?

Ausklang

Damit sind wir am Ende des Interviews angekommen. Ich danke dir für deine Zeit! Fällt dir noch etwas ein, über das wir jetzt noch nicht gesprochen haben, dass du aber besonders wichtig findest?

Anhang 3: Erstes Kategoriensystem

K1: Selbsteinschätzung: Deutsche Sprachkenntnisse

K1.1: Gut

K1.2: Mittelmäßig

K1.3: Nicht gut

K2: Sprach- / Integrationskurs

K2.1: Keinen Sprach- oder Integrationskurs besucht

K2.2: Niveau A1 abgeschlossen

K2.3: Niveau A2 abgeschlossen

K2.4: Niveau B1 abgeschlossen

K2.5: Niveau B2 abgeschlossen

K3: Lernen der deutschen Sprache

K3.1: Große Schwierigkeiten

K3.2: Leichte Schwierigkeiten

K3.3: Keine Schwierigkeiten

K4: Gebrauch der deutschen Sprache im Alltag

K4.1: Nie

K4.2: In der Schule

K4.3: Bei Freunden

K4.4: Bei Familienmitgliedern

K4.5: Bei Mitbewohnern

K4.6: Bei Nachbarn

K4.7: Beim Arzt

K4.8: Beim Einkaufen

K4.9: Auf Arbeit

K4.10: Bei Behörden

K4.11: In der Freizeit generell

K4.12: Mit deutschem Partner

K4.13: In der Kirche

K5: Bedeutsamkeit der deutschen Sprache

K5.1: Wichtig

K5.2: Nicht wichtig

K6: Sonstige Sprachkenntnisse

K6.1: Arabisch

K6.2: Persisch (inkl. Dari)

K6.3: Paschtu

K6.4: Englisch

K6.5: Französisch

K6.6: Kurdisch

K6.7: Spanisch

K6.8: Türkisch

K6.9: Indisch

K6.10: Tigrinisch

K6.11: Chinesisch

K6.12: Hindi

K6.13: Urdu

K6.14: Russisch

K7: Aktuelle Wohnsituation

K7.1: Eigene Wohnung

K7.2: Einzelzimmer im Wohnheim

K7.3: Wohngemeinschaft im Wohnheim

K7.4: Wohnung mit Partner (und evt. Kind/-ern)

K7.5: Wohnung mit Familienmitglied/-ern

K7.6: Wohngemeinschaft in einer Wohnung

K8: Kontakt zu Verwandten

K8.1: Telefonie / SMS

K8.2.: Messenger

K8.3: Social Media-Plattformen

K8.4: Treffen in Deutschland

K8.5: Telegramm

K8.6: Kein Kontakt zu Verwandten

K9: Arbeit

K9.1: Person hat einen Job

K9.2: Person hat keinen Job

K10: Arbeit im Heimatland

K10.1: Arbeit in der Medienbranche

K10.2: Arbeit außerhalb der Medienbranche

K10.3: Keiner Arbeit nachgegangen

K11: Höchster Bildungsabschluss

K11.1: Kein Schulabschluss / geht noch zur Schule

K11.2: Mittlere Reife

K11.3: Hochschulreife

K11.4: Berufsausbildung

K11.5: Hochschulabschluss

K11.6: Promotion

K11.7: abgebrochenes Studium

K12: Kollektive Freizeitaktivitäten

K12.1: Einbindung in einen Verein

K12.2: Treffen mit Freunden

K12.3: Gruppentreffen mit Geflüchteten, Begegnungsstätte

K12.4: Gruppentreffen mit Geflüchteten und Deutschen / Begegnungsstätte

K13: Menge der Freizeitangebote

K13.1: Wunsch nach mehr Angeboten / Vereinen / Organisationen

K13.2: Ausreichend Angebote vorhanden

K14: Freunde, die keine deutschen Staatsbürger sind

K14.1: Keine Freude, die Migranten bzw. Geflüchtete sind

K14.2: Einige Freude, die Migranten bzw. Geflüchtete sind

K14.3: Viele Freude, die Migranten bzw. Geflüchtete sind

K15: Deutsche Freunde

K15.1: Keine deutschen Freunde

K15.2: Einige deutsche Freunde

K15.3: Viele deutsche Freunde

K16: Genereller Kontakt zu deutschen Personen (ausgenommen Sprachlehrer)

K16.1: Täglich / Häufig

K16.2: Manchmal / Gelegentlich

K16.3: Nie

K17: Wunsch nach mehr Kontakt zu deutschen Personen

K17.1: Vorhanden

K17.2: Nicht vorhanden

K18: Besitz von technischen Geräten

K18.1: Fernseher

K18.2: Radio

K18.3: Handy / Smartphone

K18.4: Laptop / Computer

K18.5: Tablet

K19: Mediennutzung: Fernsehen

K19.1: Nur deutsches Fernsehen

K19.2: Deutsches und ausländisches Fernsehen

K19.3: Nur ausländisches Fernsehen

K19.4: Keine Fernsehnutzung

K20: Mediennutzung: Radio

K20.1: Nur deutsches Radio

K20.2: Deutsches und ausländisches Radio

K20.3: Nur ausländisches Radio

K20.4: Keine Radionutzung

K21: Mediennutzung: Printmedien

K21.1: Nur deutsche Printmedien

K21.2: Deutsche und ausländische Printmedien

K21.3: Nur ausländische Printmedien

K21.4: Keine Nutzung von Printmedien

K22: Mediennutzung: Internetnutzung

K22.1: Suchmaschinen / Informationsbeschaffung

K22.2: Wörterbücher / Übersetzungshilfen / Seiten, um Deutsch zu lernen

K22.3: Shoppingseiten / Verkaufsportale

K22.4: Social Media-Seiten

K22.5: Regionale Internetportale

K22.6: Unterrichtshilfen für die Schule

K22.7: Bestimmte Internetseiten aus der Heimat

K22.8: Streaming-Portale / Mediatheken

K22.9: Messenger-Dienste

K22.10: Radiosender

K22.11: Online-Angebote von Printmedien

K22.12: eBooks

K22.13: Onlinespiele spielen

K23: Mediennutzung: Soziale Netzwerke

K23.1: Person folgt nur deutschsprachigen Seiten

K23.2: Person folgt deutschsprachigen und ausländischen Seiten

K23.3: Person folgt nur ausländischen Seiten

K24: Verständnis deutscher Medien: Fernsehen

K24.1: Wird gut verstanden

K24.2: Wird teilweise verstanden

K24.3: Wird nicht gut verstanden

K25: Verständnis deutscher Medien: Radio

K25.1: Wird gut verstanden

K25.2: Wird teilweise verstanden

K25.3: Wird nicht gut verstanden

K26: Verständnis deutscher Medien: Printmedien

K26.1: Werden gut verstanden

K26.2: Werden teilweise verstanden

K26.3: Werden nicht gut verstanden

K27: Nutzungsgründe Fernsehen

K27.1: Informationen über Deutschland

K27.2: Informationen über das Heimatland

K27.3: Generelles Informationsbedürfnis

K27.4: Unterhaltung / Langeweile bekämpfen

K27.5: Entspannung

K27.6: Probleme vergessen / Eskapismus

K27.7: Habituelle Nutzung

K27.8: Deutschkenntnisse verbessern

K27.9: Schafft Verbundenheit zur Heimat / Sehnsucht

K27.10: Etwas mit Freunden anschauen

K27.11: Etwas mit Familienmitgliedern anschauen

K27.12: Als Nebenbei-Medium

K27.13: Bietet Gesprächsthemen

K28: Nutzungsgründe Radio

K28.1: Informationen über Deutschland

K28.2: Informationen über das Heimatland

K28.3: Generelles Informationsbedürfnis

K28.4: Unterhaltung / Langeweile bekämpfen

K28.5: Entspannung

K28.6: Probleme vergessen / Eskapismus

K28.7: Habituelle Nutzung

K28.8: Deutschkenntnisse verbessern

K28.9: Schafft Verbundenheit zur Heimat

K28.10: Als Nebenbei-Medium

K29: Nutzungsgründe Printmedien

- K29.1: Informationen über Deutschland
- K29.2: Informationen über das Heimatland
- K29.3: Generelles Informationsbedürfnis
- K29.4: Habituelle Nutzung
- K29.5: Deutschkenntnisse verbessern
- K29.6: Schafft Verbundenheit zur Heimat
- K29.7: Unterhaltung / Langeweile bekämpfen

K30: Nutzungsgründe Internet

- K30.1: Informationen über Deutschland
- K30.2: Informationen über das Heimatland
- K30.3: Generelles Informationsbedürfnis
- K30.4: Unterhaltung / Langeweile bekämpfen
- K30.5: Entspannung
- K30.6: Probleme vergessen / Eskapismus
- K30.7: Habituelle Nutzung
- K30.8: Deutschkenntnisse verbessern / etwas übersetzen
- K30.9: Schafft Verbundenheit zur Heimat
- K30.10: Neue Menschen kennenlernen
- K30.11: Mit Familie / Freunden in Kontakt bleiben
- K30.12: Bietet Gesprächsthemen
- K30.13: Navigation
- K30.14: Gemeinsame Nutzung mit Freunden

K31: Nutzungsgründe Social Media

- K31.1: Informationen über Deutschland
- K31.2: Informationen über das Heimatland
- K31.3: Generelles Informationsbedürfnis
- K31.4: Unterhaltung / Langeweile bekämpfen
- K31.5: Entspannung
- K31.6: Probleme vergessen / Eskapismus
- K31.7: Habituelle Nutzung
- K31.8: Deutschkenntnisse verbessern
- K31.9: Mit Familie / Freunden in Kontakt bleiben
- K31.10: Schafft Verbundenheit zur Heimat
- K31.11: Neue Menschen kennenlernen
- K31.12: Erwerb von Second Hand-Artikeln

K32: Sprache als Hindernis bei der Nutzung deutscher Medien

- K32.1: Sprache als Hindernis wahrgenommen
- K32.2: Sprache stellt kein Hindernis dar
- K32.3: Unentschlossen

K33: Medienangebote für Geflüchtete

- K33.1: Sind bekannt und werden genutzt
- K33.2: Sind bekannt, werden aber nicht (mehr) genutzt
- K33.2: Sind nicht bekannt

K34: Wunsch nach mehr Medienangeboten für Geflüchtete

- K34.1: Vorhanden
- K34.2: Nicht vorhanden
- K34.3: Keine Meinung

K35: Informationen über Deutschland vor der Flucht

- K35.1 Keine Informationen eingeholt
- K35.2: Informationen über das Internet eingeholt
- K35.3: Informationen durch sonstige Medien
- K35.4: Informationen durch den Schulbesuch
- K35.5: Informationen durch Bekannte / Verwandte
- K35.6: Informationen durch Bücher

K36: Berichterstattung über Deutschland in den Heimatmedien

K36.1: Positiv

K36.2: Negativ

K36.3: Ausgeglichen / Unterschiedlich

K36.4: Nicht vorhanden

K37: Informationen über das Heimatland

K37.1: Starkes Interesse

K37.2: Etwas Interesse

K37.3: Kein Interesse

K38: Informationsquellen für Neuigkeiten über Deutschland

K38.1: Fernsehen

K38.2: Radio

K38.3: Printmedien

K38.4: Internet

K38.5: Social Media

K38.6: Andere Personen (Freunde, Verwandte, Bekannte, Partner)

K39: Glaubwürdigkeit der Berichterstattung über Geflüchtete

K39.1: Wahrheitsgemäß

K39.2: Nicht wahrheitsgemäß

K39.3: Unterschiedlich

K39.4: Keine Meinung

K40: Meinung der Medien zu Geflüchteten

K40.1: Positiv

K40.2: Negativ

K40.3 Ausgeglichen / Unterschiedlich

K40.4: Keine Meinung

K41: Umfang der Berichterstattung über Geflüchtete

K41.1: Zu selten

K41.2: Genau richtig / Ausreichend

K41.3: Zu häufig

K41.4: Keine Meinung

K42: Wünsche an die deutschen Medien / Idealvorstellung

- K42.1: Probleme der Geflüchteten thematisieren / Einzelschicksale aufzeigen
- K42.2: Produktion von deutschen Medien in den Muttersprachen der Geflüchteten
- K42.3: Differenzierte Darstellung / bessere Recherche
- K42.4: Hilfe beim Lernen der deutschen Sprache bieten
- K42.5: Beiträge in englischer Sprache
- K42.6: Untertitel
- K42.7: Neutrale Berichterstattung
- K42.8: Mehr Informationen für Geflüchtete bieten
- K42.9: Mehr über das Heimatland bzw. direkt von diesem aus berichten
- K42.10: Positiv über Geflüchtete berichten

K43: Interesse an der deutschen Politik

- K43.1: Vorhanden
- K43.2: Nicht vorhanden

K44: Kenntnisse über die deutsche Politik und Gesetze

- K44.1: Vorhanden
- K44.2: Teilweise vorhanden
- K44.3: Überhaupt nicht vorhanden

K45: Bewertung der deutschen Politik

- K45.1: Vertritt die Interessen der Geflüchteten
- K45.2: Vertritt die Interessen der Geflüchteten nicht
- K45.3: Unentschlossen / Keine Meinung

K46: Bewertung des Grundgesetzes

- K46.1: Inhalte werden befürwortet
- K46.2: Inhalte werden teilweise befürwortet
- K46.3: Inhalte werden nicht befürwortet
- K46.4: Keine Meinung

K47: Positive Aspekte an Deutschland

- K47.1: Sicherheit
- K47.2: Nette Menschen
- K47.3: Natur / Umweltschutz
- K47.4: Freiheit
- K47.5: Verlässlichkeit
- K47.6: Wirtschaftliche Faktoren
- K47.7: Schulsystem, Ausbildungsmöglichkeiten
- K47.8: Politisches System
- K47.9: Deutsche Kultur
- K47.10: Verkehrsnetz
- K47.11: Möglichkeit für Ratenzahlungen
- K47.12: Große Städte
- K47.13: Möglichkeit, dauerhaft hier zu bleiben
- K47.14: Möglichkeit, neue Sprache zu lernen
- K47.15: Gleichberechtigung / Respekt vor anderen
- K47.16: Wetter
- K47.17: Geschäfte

K48: Negative Aspekte an Deutschland

- K48.1: Bürokratie
- K48.2: Vorurteile
- K48.3: Wetter
- K48.4: Schwierigkeiten, eine Arbeit zu finden
- K48.5: Zu wenig Rechte / Freiheiten für Geflüchtete
- K48.6: Zu schwache Gesetze
- K48.7: Kein gutes Sozialleben
- K48.8: Anderer Humor
- K48.9: Lebensweise
- K48.10: Heimweh / Familie vermissen
- K48.11: Alltagsprobleme aufgrund der Sprachbarriere
- K48.12: Schlechte Verkehrsanbindung
- K48.13: Zu wenig Moscheen
- K48.14: Zu wenig Informationen für Geflüchtete

K49: Definition des Begriffs *Integration*

- K49.1: Deutsche Sprache lernen
- K49.2: Kontakt zu Deutschen
- K49.3: Gesetze und Regeln kennen / einhalten
- K49.4: Arbeiten gehen
- K49.5: Deutsche Medien nutzen
- K49.6: Toleranz gegenüber anderen Menschen
- K49.7: Deutsche Kultur kennenlernen und akzeptieren
- K49.8: Soziales Verhalten
- K49.9: Steuern zahlen
- K49.10: Studieren / eine Ausbildung machen
- K49.11: Eigene Wohnung haben
- K49.12: Eigene Traditionen und Muttersprache behalten

K50: Zugehörigkeitsgefühl zu Deutschland

- K50.1: Vorhanden
- K50.2: Teilweise vorhanden
- K50.3: Nicht vorhanden

K51: Ziele und Wünsche

- K51.1: In Deutschland leben
- K51.2: In Deutschland eine Arbeit finden / arbeiten gehen
- K51.3: Studieren / Ausbildung machen
- K51.4: Schulabschluss erwerben
- K51.5: Deutschkenntnisse verbessern
- K51.6: Urlaub im Heimatland machen
- K51.7: In eine andere Stadt ziehen
- K51.8: Familienmitglieder nachholen
- K51.9: Familie gründen
- K51.10: Weiterbilden
- K51.11: Führerschein machen
- K51.12: Deutsche Menschen kennenlernen / dt. Freunde finden

K52: Aufenthaltsstatus

- K52.1: Aufenthaltserlaubnis / Duldung liegt vor
- K52.2: Offenes Asylverfahren

K53: Bleibewunsch

K53.1: Vorhanden

K53.2: Nicht vorhanden

K53.3: Unentschlossen



University
of Bamberg
Press

Mit dieser Dissertation wurden neue Erkenntnisse darüber gewonnen, ob ein Zusammenhang zwischen dem Mediennutzungsverhalten und der Integration von Flüchtlingen erkennbar ist. Um diese Frage beantworten zu können, wurde auf der Basis des Uses-and-Gratifications-Ansatzes ein Analyseverfahren entwickelt, dessen Komponenten anschließend in einen Leitfaden eingearbeitet wurden. Im nächsten Schritt wurden qualitative Interviews mit 27 Geflüchteten geführt und mittels Inhaltsanalyse ausgewertet.

ISBN: 978-3-86309-628-1



9 783863 096281

www.uni-bamberg.de/ubp/