



universität
wien

DISSERTATION

Titel der Dissertation

Fernsehsport und Integration

Verfasser

Mag. Franz Weissenböck

angestrebter akademischer Grad

Doktor der Philosophie (Dr. phil.)

Wien, im März 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt:
Dissertationsgebiet lt. Studienblatt:
Betreuer:

A 092 301
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Ao. Univ.-Prof. Dr. Fritz Hausjell

Inhalt

1	EINLEITUNG	5
1.1	PROBLEMSTELLUNG	5
1.2	UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND.....	7
1.3	AUFBAU DER ARBEIT.....	8
1.4	FORSCHUNGSBEDARF	9
1.5	ÖFFENTLICHER DISKURS	10
1.6	DATENGRUNDLAGE	11
1.7	EXKURS: MIGRATION NACH ÖSTERREICH IN DER ZWEITEN REPUBLIK	12
2	THEORETISCHE GRUNDLAGEN ZUR „GESELLSCHAFTLICHEN INTEGRATION“	19
2.1	SOZIOLOGISCHER INTEGRATIONSBEGRIFF	20
2.1.1	<i>Definition von „Integration“</i>	<i>20</i>
2.1.2	<i>Indikatoren bzw. Ressourcen gesellschaftlicher Integration.....</i>	<i>24</i>
2.1.3	<i>Institutionen, die Integration fördern (können).....</i>	<i>42</i>
2.1.4	<i>Desintegrationspotentiale</i>	<i>50</i>
2.1.5	<i>Synthese aus den Ressourcen gesellschaftlicher Integration</i>	<i>56</i>
2.2	MODELLE DER INTEGRATION VON MIGRANTEN	58
2.2.1	<i>Assimilationsmodell</i>	<i>60</i>
2.2.2	<i>Modell der Segregation.....</i>	<i>61</i>
2.2.3	<i>Modell der interkulturellen Integration</i>	<i>62</i>
2.3	ZWISCHENRESÜMEE ÜBER DIE THEORETISCHEN GRUNDLAGEN ZUR „GESELLSCHAFTLICHEN INTEGRATION“	69
3	FORSCHUNGSSTAND ZU „MIGRANTEN-MEDIEN-INTEGRATION“	71
3.1	MODELLE ZUR ROLLE DER MEDIEN BEI DER INTEGRATION VON MIGRANTEN.....	72
3.1.1	<i>Assimilative mediale Integration.....</i>	<i>72</i>
3.1.2	<i>Mediale Segregation</i>	<i>73</i>
3.1.3	<i>Interkulturelle mediale Integration.....</i>	<i>73</i>
3.1.4	<i>Fazit zu den Modellen zur Rolle der Medien bei der Integration von Migranten</i>	<i>75</i>
3.2	DUALES MEDIENANGEBOT FÜR MIGRANTEN.....	76
3.2.1	<i>Entwicklung ethnischer Medienkulturen.....</i>	<i>77</i>
3.2.2	<i>Typologie der Ethnomedien in Deutschland</i>	<i>80</i>
3.2.3	<i>Darstellung der Deutschen in den Ethnomedien.....</i>	<i>81</i>
3.2.4	<i>Fazit zur Forschung zum Medienangebot für Migranten.....</i>	<i>83</i>
3.3	MEDIENNUTZUNG VON MIGRANTEN.....	85
3.3.1	<i>Ausgewählte repräsentative Untersuchungen im deutschen Sprachraum.....</i>	<i>87</i>
3.3.2	<i>Synthese aus den bisherigen Studien zur Mediennutzung von Migranten.....</i>	<i>102</i>
3.4	MEDIENWIRKUNG AUF MEHRHEITS- UND MINDERHEITSGESELLSCHAFT	106
3.4.1	<i>Medienwirkungsforschung im Überblick</i>	<i>106</i>
3.4.2	<i>Konzept der Anschlusskommunikation.....</i>	<i>108</i>
3.4.3	<i>Integrative und desintegrative Wirkung der Mediennutzung</i>	<i>113</i>
3.4.4	<i>Exkurs: Darstellung von Migranten in den Mehrheitsmedien und Wirkung der „Ausländerberichterstattung“</i>	<i>117</i>
3.4.5	<i>Fazit zur Forschung über die Medienwirkungen im Zusammenhang mit gesellschaftlicher Integration.....</i>	<i>124</i>
3.5	EXKURS: MIGRANTEN IN DER MEDIENPRODUKTION.....	126
3.6	ZWISCHENRESÜMEE ÜBER DEN FORSCHUNGSSTAND ZU „MIGRANTEN-MEDIEN-INTEGRATION“	128

4	MODELLIERUNG UND ABLEITUNG DER FORSCHUNGSFRAGEN	130
4.1	THEORETISCHES MODELL „MEDIEN-SPORT-INTEGRATION“	130
4.2	ABLEITUNG DER FORSCHUNGSFRAGEN	135
5	EMPIRISCHE STUDIE	140
5.1	METHODE	140
5.1.1	<i>Untersuchungsanlage</i>	140
5.1.2	<i>Operationalisierung der Mediennutzung</i>	141
5.1.3	<i>Operationalisierung der Sportrezeption</i>	145
5.1.4	<i>Operationalisierung der Soziodemographie und der Herkunft</i>	153
5.1.5	<i>Operationalisierung des Integrationsgrades</i>	156
5.1.6	<i>Operationalisierung der Variablen speziell zur Fußball-EM</i>	159
5.1.7	<i>Hypothesen</i>	162
5.1.8	<i>Datenanalyse</i>	168
5.1.9	<i>Untersuchungssample</i>	169
5.2	BEFUNDE	176
5.2.1	<i>Befunde zum Mediennutzungsverhalten</i>	176
5.2.2	<i>Befunde zur Erklärung des Fernsehverhaltens</i>	184
5.2.3	<i>Befunde zur Häufigkeit der Sportrezeption</i>	186
5.2.4	<i>Befunde zur Charakterisierung der Sportrezeption</i>	190
5.2.5	<i>Befunde zur Erklärung der Sprache der Anschlusskommunikation bei der Fernsehportrezeption</i>	203
5.2.6	<i>Befunde zur finalen Prüfung des theoretischen Modells</i>	210
5.2.7	<i>Befunde zum Fragenkatalog zur Fußball-Europameisterschaft</i>	214
5.3	ZWISCHENRESÜMEE ÜBER DIE EMPIRISCHEN BEFUNDE	220
5.4	HYPOTHESENPRÜFUNG	224
6	SCHLUSS.....	226
7	LITERATUR	231
8	ÖFFENTLICHER DISKURS	250
8.1	MEDIEN UND INTEGRATION	250
8.2	SPORT UND INTEGRATION.....	251
9	ANHANG	255
9.1	ABKÜRZUNGEN	255
9.2	ABBILDUNGEN	256
9.3	TABELLEN	256
9.4	SPSS-SYNTAX.....	258
9.5	FRAGEBOGEN	262
9.5.1	<i>Erste Welle auf deutsch</i>	262
9.5.2	<i>Erste Welle auf serbokroatisch</i>	273
9.5.3	<i>Erste Welle auf türkisch</i>	284
9.5.4	<i>Zweite Welle auf deutsch</i>	295
9.5.5	<i>Zweite Welle auf serbokroatisch</i>	307
9.5.6	<i>Zweite Welle auf türkisch</i>	319
9.6	ABSTRACT	331
9.6.1	<i>Abstract auf deutsch</i>	331
9.6.2	<i>Abstract auf englisch</i>	332

Danksagung

Eine Dissertation ist etwas Besonderes. Unter anderem deshalb, weil dafür die Hilfe einer großen Zahl „Freiwilliger“ notwendig ist. Meinen Helfern bei der Erstellung der vorliegenden Arbeit bin ich zu großem Dank verpflichtet.

Allen voran danke ich meinen Betreuern Lutz Erbring (Berlin), Jürgen Grimm und Fritz Hausjell (Wien) für ihre Anregungen zur Konzeption der empirischen Studie. Weiteren wissenschaftlichen Rat verdanke ich Heinz Bonfadelli und Werner Wirth (Zürich). Thomas Friemel, Andrea Piga (Zürich) und Denise Sommer (Berlin) haben mir unveröffentlichte Arbeiten zur Verfügung gestellt, die für die Ableitung der Forschungsfragen eine entscheidende Hilfe darstellten. Im Rahmen des Doktorandenseminars der EUSOC (European graduate school of social science) in Telč im Mai 2007 sowie des Doktorandenworkshops der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung der DGPK in Hamburg im Jänner 2008 habe ich ebenfalls hilfreiche Anregungen erhalten.

Josef Kytir und Irene Baumgartner (Statistik Austria) danke ich für die Bereitstellung von Mikrozensus-Daten inklusive Erklärung, Hedwig Zehetner und Andreas Schärfinger (ORF) für die Berechnung und das zur Verfügung Stellen von Teletest-Reichweitendaten.

Für die Übersetzung des Erhebungsinstruments ins Serbokroatische und ins Türkische danke ich Nada Andjelic, Cem Say und Aytan Sahin. 200 Probanden ex-jugoslawischer und türkischer Herkunft in Wilhelmsburg und St. Pölten haben schließlich an der schriftlichen Befragung teilgenommen. Ihnen gilt ein besonderer Dank, genauso wie den Bürgermeisterinnen von Wilhelmsburg und St. Pölten, Herbert Choholka und Matthias Stadler, die es überhaupt ermöglicht haben, die potentiellen Untersuchungsteilnehmer zu erreichen. Bernadette Keusch und Martina Nitsch danke ich für die Mühe, die Arbeit kritisch Korrektur zu lesen.

Meinem privaten Umfeld, Familie, Freunden und Therese, danke ich schließlich für das Verständnis, das sie mir in den vergangenen drei Jahren entgegen gebracht haben.

Wien, im März 2009

Franz Weissenböck

1 Einleitung

1.1 Problemstellung

Österreich, Deutschland und die Schweiz sind in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts *de facto* zu Einwanderungsgesellschaften geworden. In Österreich haben 17 % der Bevölkerung eine Zuwandererbiographie, in Deutschland 20 % und in der Schweiz gehört jeder dritte Einwohner einer ethnischen Minderheit an oder hat einen Migrationshintergrund.¹ In vielen Großstädten liegt der Anteil an Personen mit ausländischen Wurzeln über einem Drittel² (vgl. ORF/GfK 2008; ARD/ZDF 2007: 426; Piga 2007: 209).

Hauptverantwortlich für den stetig zunehmenden Migrantenanteil ist die Arbeitsmigration. Die Nachfrage der westlichen Industrieländer nach Arbeitskräften wird seit Mitte des 20. Jahrhunderts vielfach durch Zuwanderer aus ärmeren Teilen Europas und dem Rest der Welt gestillt. Die niedrigen Geburtenraten in der westlichen Welt begünstigen diese Entwicklung. Die Folgen der Zuwanderung stellen die Gesellschaften aber auch vor große Herausforderungen, sowohl im Alltagsleben und im öffentlichen Bereich, wie beispielsweise in der Bildung, als auch generell im Hinblick auf den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Eigentlich schien die Integrationsfrage in Westeuropa durch beständiges Wirtschaftswachstum und die sich daraus bildenden neuen Formen von Solidarität – Stichwort *Interessensgemeinschaften* – bereits gelöst. Diese Hoffnungen haben sich angesichts fremdenfeindlicher Ausschreitungen gegen Migranten und der immer wieder aufkeimenden öffentlichen Diskussionen um „*mangelnde Integration*“ ethnischer Minoritäten bzw. dem „*Scheitern der Idee der multikulturellen Gesellschaft*“ aber nicht gänzlich erfüllt (vgl. Heitmeyer 1997o: 9; Bonfadelli 2007a: 7).

Unter den verschiedensten normativen und theoretischen Gesichtspunkten stellt sich die Frage, wie Immigranten am besten in das System der Aufnahmegesellschaft eingegliedert werden können. Abseits der gesellschaftspolitischen Auseinandersetzung, die meist in Zusammenhang mit punktuellen Ereignissen³ entfacht wird, hat die Sozialwissenschaft eine

¹ Die Begriffe *Migrant* und *Person mit Migrationshintergrund* werden synonym verwendet; Eigentlich sind damit immer Personen mit Migrationshintergrund gemeint.

² In Stuttgart oder Frankfurt am Main haben beispielsweise rund 40 % eine Zuwandererbiographie (vgl. WDR-Medienforschung 2007: 427), in Zürich leben 30 % ausländische Staatsangehörige (vgl. Bonfadelli 2007b: 95).

³ Bonfadelli zählt zu diesen „*punktuell aufbrechenden Ereignissen*“ unter anderem die Ermordung des holländischen Filmers Theo van Gogh (2004), die Bombenattentate im Juli 2005 in London, die Jugendgewalt in den französischen Banlieus im November 2005 und die Schülergewalt an Berliner Hauptschulen im Frühling 2006 (vgl. Bonfadelli 2007a: 7).

Reihe von Modellen hervorgebracht, die sich der Integrationsproblematik in theoretischer Hinsicht annehmen. Auf der einen Seite des Spektrums steht dabei das *Assimilationsmodell*, das eine sprachlich-mentale und sozial-kulturelle Anpassung von Zuwanderern vorsieht, auf der anderen Seite das *Multikulturalismus-Modell*, das auf eine Beibehaltung der Herkunftskultur von Migranten und damit auf kulturelle Vielfalt setzt. In pragmatischen Ansätzen wie im *Modell der interkulturellen Integration* werden Elemente beider Pole vereint (vgl. Geißler 2005b; Bonfadelli 2007a: 8). Die Integrationsmodelle werden im theoretischen Teil dieser Arbeit ausführlich diskutiert und bilden auch eine theoretische Grundlage für den empirischen Teil.

Die Forschungstätigkeit zu Migrations- und Integrationsthemen hat im deutschen Sprachraum seit Anfang der 1990er Jahre zugenommen. Verantwortlich dafür sind die Entwicklungen in der internationalen Migration nach 1989 und die immer wieder aufkommenden öffentlichen Diskussionen in diesem Bereich. In der Kommunikationswissenschaft ist die *Rolle der Medien im Integrationsprozess* seit Ende der Neunzigerjahre ein Forschungsschwerpunkt. Vorherrschende Themen im Forschungsfeld „*Migranten-Medien-Integration*“ sind die Darstellung von Migranten in den Mehrheitsmedien, das (muttersprachige) Medienangebot für Migranten, ihre Mediennutzung sowie ihre Beteiligung an der Medienproduktion⁴ (vgl. Piga 2007: 209f.). Alle diese Themen werden schließlich mit der Integrationsfrage verbunden. Die daraus resultierenden Ansätze und Modelle der medialen Integration bauen auf den genannten soziologischen Integrationsmodellen auf (vgl. Geißler 2005c).

Der engere Forschungsbereich, dem diese Arbeit schließlich zugerechnet werden kann, ist die *Integrationsforschung in Zusammenhang mit Medien*. Während in anderen Untersuchungen zum Thema der theoretische Fokus auf der „*kulturellen Identität*“⁵ oder der verwandten Perspektive der „*Ethnisierung*“⁶ liegt (vgl. Pöttker 2005: 25 bzw. Butterwegge 1999a: 64ff.), richtet sich der Blick in dieser Arbeit in erster Linie auf die *gesellschaftliche Integration*.

⁴ Zwei Aspekte wurden bisher am häufigsten untersucht und kontrovers diskutiert: einerseits die *Medienghetto*-These, wonach Migranten durch ihre überwiegend muttersprachige Mediennutzung gesellschaftlich isoliert werden, und andererseits die „*Ausländerberichterstattung*“ in den Mehrheitsmedien, die als die Integration behindernd eingestuft wird, weil die Mehrheitsbevölkerung ein negativverzerrtes Bild von Migranten vermittelt bekommt und sich Minderheitenangehörige dadurch noch stärker von den Mehrheitsmedien ab- und den Ethnomedien zuwenden (zur Medienghetto-These: vgl. Meier-Braun 2002; Güntürk 1999; Schneider/Arnold 2006; zur Darstellung von Migranten in den Medien: Müller 2005a; Weber-Menges 2005a; Ruhrmann 1999; Bonfadelli 2007a).

⁵ Beispielsweise bei Bucher/Bonfadelli 2007; Herman/Hanetseder 2007; Niesyto/Holzwarth 2007; Petrovic 2005; Vogel 2006; Wieler 2007.

⁶ Ethnisierung wird als „ein sozialer Exklusionsmechanismus [verstanden], der Minderheiten schafft, diese negativ etikettiert und dadurch Privilegien einer dominanten Mehrheit zementiert. Nur vordergründig geht es

1.2 Untersuchungsgegenstand

Primärer Untersuchungsgegenstand der Arbeit ist die Mediennutzung von Migranten und der Zusammenhang mit der gesellschaftlichen Integration. Darüber hinaus werden alle zum Forschungsfeld „*Migranten-Medien-Integration*“ gehörenden Teilbereiche betrachtet.

Zunächst wird der Forschungsstand zur „*Integration moderner, pluralistischer Gesellschaften*“ aus soziologischer Sichtweise und zu „*Medien und Integration*“ aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive aufgearbeitet. Dazu werden theoretische Arbeiten zum Integrationsbegriff und zu Modellen der Integration sowie theoretische Überlegungen und empirische Studien zum Medienangebot für Migranten, zu ihren Mediennutzungsgewohnheiten und zu allfälligen Wirkungen dieser Nutzung kritisch evaluiert.

Aus dem bisherigen Forschungsstand wird sodann das theoretische Modell „*Medien-Sport-Integration*“ entwickelt, das die Grundlage für die eigene empirische Studie bildet. In diesem Modell wird ein spezieller Aspekt der Mediennutzung, nämlich der von Fernsehsport, mit der sozialen Integration von Migranten in Verbindung gebracht.

Die eigene empirische Erhebung ist schließlich eine Rezeptions- und Wirkungsstudie unter ex-jugoslawischen und türkischen Migranten in Wilhelmsburg (Niederösterreich). Darin erfolgt neben der Prüfung des theoretischen Modells „*Medien-Sport-Integration*“ eine mit bisherigen Untersuchungen vergleichbare Messung des Mediennutzungsverhaltens von Migranten. Die wichtigsten Referenzstudien sind die ARD/ZDF-Studie „*Migranten und Medien 2007*“ (ARD/ZDF 2007), die deutsche Presseamtsstudie zur „*Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland*“ (Weiß/Trebbe 2001) sowie unveröffentlichte Arbeiten am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien und Studien am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich⁷.

dabei um die „kulturelle Identität“, denn dahinter verbergen sich Konflikte um knappe gesellschaftliche Ressourcen. [...] Je mehr die Konkurrenz (nicht zuletzt durch die über Massenmedien popularisierte Standortdebatte) ins Zentrum zwischenstaatlicher und –menschlicher Beziehungen rückt, desto leichter lässt sich die ethnische bzw. Kulturdifferenz politisch aufladen“ (Butterwegge 1999a: 64).

⁷ Es handelt sich dabei um eine Dissertation zur Mediennutzung von italienischen Migranten in der Schweiz von Piga (2006) und um eine Untersuchung von Bucher/Bonfadelli (2007) zur „*Mediennutzung von Jugendlichen mit Migrationshintergrund in der Schweiz*“.

1.3 Aufbau der Arbeit

Im Kapitel 2 *Theoretische Grundlagen zur „gesellschaftlichen Integration“* werden der Integrationsbegriff für ethnisch-kulturell-pluralistische Gesellschaften erarbeitet und Modelle der Integration von Migranten aus soziologischer Perspektive vorgestellt.

Im Kapitel 3 *Forschungsstand zu „Migranten-Medien-Integration“* stehen die bisherigen Befunde zum Forschungsfeld im Blickpunkt. Einleitend werden theoretische Modelle der medialen Integration und schließlich theoretische Ansätze und bisherige empirische Befunde zum Medienangebot für Migranten, zu ihrer Mediennutzung und zur Wirkung von Medieninhalten auf Mehrheits- und Minderheitsgesellschaft präsentiert.

Im Kapitel 4 *Modellierung und Ableitung der Forschungsfragen* wird das theoretische Modell „*Medien-Sport-Integration*“ entwickelt. Aus diesem Modell leitet sich ein Teil der Forschungsfragen ab. Andere Fragen nehmen auf den Forschungsstand zur Mediennutzung von Migranten Bezug. Ein Fragenpaket speziell zur Fußball-EM nimmt Anleihe am öffentlichen Diskurs bzw. an Fragestellungen der kommerziellen Medienforschung.

Im Kapitel 5 *Empirische Studie* werden Methode und Befunde der eigenen empirischen Erhebung im Detail vorgestellt. Ziele der Untersuchung sind die Prüfung der Forschungsfragen und Hypothesen sowie das Liefern von Daten, die mit den bisherigen Befunden zur Mediennutzung von Migranten vergleichbar sind.

Im Kapitel 6 *Schluss* werden die theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde des Forschungsfeldes „*Migranten-Medien-Integration*“ abschließend diskutiert und es wird überprüft, inwiefern Methode und Befunde der Regionalstudie darin einzuordnen sind.

In den Kapiteln 7 *Literatur* und 8 *Öffentlicher Diskurs* sind die Quellennachweise für die wissenschaftliche und die öffentliche Auseinandersetzung mit dem Thema „*Medien und Integration*“ bzw. „*Sport und Integration*“ verzeichnet. Stellvertretend für den breiten öffentlichen Diskurs wurden Artikel aus den österreichischen Tageszeitungen *Der Standard*, *Die Presse* und *Kurier* sowie den Fußball-Verbänden *FIFA*⁸ und *UEFA*⁹ ausgewählt.

Unterabschnitte, die nicht unmittelbar mit dem Untersuchungsgegenstand in Zusammenhang stehen und die der zusätzlichen Hintergrundinformation dienen sollen, werden als *Exkurse* gekennzeichnet.

⁸ FIFA – Fédération Internationale de Football Association – Weltfußballverband (www.fifa.com).

⁹ UEFA – Union des Associations Européennes de Football – Europäischer Fußballverband (www.uefa.com).

1.4 Forschungsbedarf

Forschungsbedarf die theoretische Bearbeitung des Forschungsfeldes „*Migranten-Medien-Integration*“ betreffend besteht zuerst hinsichtlich der Erarbeitung eines Integrationsbegriffs für *ethnisch-kulturell-pluralistische* Gesellschaften bzw. der Bedingungen und Möglichkeiten *interkultureller Integration*. Seit dem Ende des 19. Jahrhunderts haben sich die Klassiker der Soziologie (Emile Durkheim, Max Weber, Norbert Elias) – damals vor allem angesichts der *Arbeits- und Machtverteilung* und der daraus resultierenden *großen sozialen Ungleichheit* – mit der gesellschaftlichen Integration beschäftigt und ganz gezielt die Probleme ihrer Zeit aufgegriffen. Kulturelle Unterschiede ließen sie dabei jedoch außer Acht. Heute ist der Zusammenhalt der modernen Gesellschaft wieder zu einem großen Thema geworden. Diesmal allerdings weniger aufgrund der funktionalen Differenzierung und nur bedingt wegen sozialer Ungleichheiten, sondern vorwiegend aufgrund kultureller Diversität, die durch interne Differenzierung oder durch Zuwanderung entsteht (vgl. Heitmeyer 1997o: 10f.). Forschungsbedarf in theoretischer Hinsicht besteht also zunächst einmal darin, den Integrationsbegriff an die aktuellen Erfordernisse zu adaptieren. Pöttker (2005) kritisiert die bisherige theoretisch-analytische Auseinandersetzung mit dem Begriff der gesellschaftlichen Integration als unbefriedigend. Das Niveau der Diskussion schätzt er angesichts der aktuellen Lage als „*zu schmal und uneinheitlich*“ ein, denn „*was die moderne, hochkomplexe Gesellschaft (noch) zusammenhält*“ stellt für Pöttker die Kardinalfrage der soziologischen Theorie dar, die im Lauf des 20. Jahrhunderts nicht schlüssig beantwortet werden konnte (vgl. Pöttker 2005: 26).

Hinsichtlich der *Rolle der Medien im Integrationsprozess* besteht ebenfalls noch großer Forschungsbedarf. Die Medienforschung hat auf die Realität einer multiethnischen Gesellschaft noch nicht hinreichend reagiert, nämlich konkret darauf, dass neben soziodemographischen und milieuspezifischen Merkmalen auch ethno-kulturelle Eigenschaften wichtige Determinanten der Mediennutzung sind, und dass das Mediensystem in vielerlei Hinsicht Funktionen bei der Integration ethnischer Minderheiten übernimmt.

Trotz der verstärkten Forschungstätigkeit in den vergangenen Jahren sind bisher erst wenige repräsentative Untersuchungen zur Mediennutzung von Migranten im deutschen Sprachraum durchgeführt worden. Noch dünner wird die Erkenntnislage wenn es um den Zusammenhang von Mediennutzung und Integration geht. Die Auswirkungen der Mediennutzung auf den gesellschaftlichen Zusammenhalt sind noch unzureichend erforscht. Eine Vertiefung des

Forschungsfeldes ist schließlich nicht nur von wissenschaftlichem sondern auch von öffentlichem Interesse: in der öffentlichen Diskussion nämlich haben Zuwanderungs- und Integrationsthemen seit 20 Jahren beständig Hochkonjunktur.

1.5 Öffentlicher Diskurs

Bonfadelli bezeichnet den Problembereich „*Medien, Migration, ethnische Minoritäten und multikulturelle Gesellschaft*“ als „*seit längerem schwelende gesellschaftlich aktuelle wie brisante Thematik*“, die immer wieder die Medienberichterstattung dominiert (Bonfadelli 2007a: 7). Oft wird eine öffentliche Diskussion durch punktuell aufbrechende Ereignisse wie islamistisch motivierte Anschläge (London 2005, Madrid 2004), Fälle von Jugendgewalt (Berlin 2006, Frankreich 2005) oder Flüchtlingskatastrophen im Mittelmeer (Sommer 2006) ausgelöst. Speziell in Österreich und in der Schweiz sind darüber hinaus Wahlkämpfe zu nennen, in denen die Integrationsthematik regelmäßig in den Vordergrund gerückt wird. In beiden Ländern erlangen gegen Zuwanderung gerichtete Parteien bei bundesweiten Wahlen aktuell einen Stimmenanteil von mehr als einem Viertel.¹⁰ Der Aufstieg der Rechtsparteien seit Anfang der 1990er Jahre fällt unmittelbar mit den Entwicklungen der internationalen Migration zusammen. Die Migrationswelle nach 1989 hat Wanderungen ins Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit gerückt. Die Migrationsforscher Fassmann und Münz bezeichnen räumliche Mobilität zwar nicht als Ausnahme, sondern als ein „*Charakteristikum*“ moderner Gesellschaften, in Europa hat sich aber Eines verändert: Viele Länder sind von Auswanderungs- zu Einwanderungsgesellschaften geworden und diese Entwicklung ruft in der Bevölkerung vielfach „*Ängste und Abwehrreflexe*“ hervor (vgl. Fassmann/Münz 1996a: 14). Nicht zuletzt hat die „*Hochphase der Zuwanderung*“ zwischen 1989 und 1993 (vgl. Demokratiezentrum Wien 2008) die österreichischen Bürger sensibilisiert und *Integration* zum immer wieder aufflackernden Bezugspunkt der gesellschaftspolitischen Auseinandersetzung werden lassen. Die Diskussionen werden dabei jeweils wenig später durch andere tagesaktuelle Politikthemen verdrängt. Dieser punktuelle, unstetige Diskurs lässt sich insofern erklären, als die Politiker und die Zivilgesellschaft „*sich damit schwer tun, konstruktiv und lösungsorientiert mit diesen aktuellen Herausforderungen umzugehen*“ (vgl. Bonfadelli 2007a: 7).

¹⁰ Bei den österreichischen Nationalratswahlen am 28.9.2008 erreichten die rechtsgerichteten Parteien FPÖ und BZÖ zusammen rund 28 % der Stimmen (vgl. Bundesministerium für Inneres 2008). In der Schweiz entfielen auf die SVP (Schweizerische Volkspartei) bei den Wahlen zum Nationalrat am 21.10.2007 rund 29 % der Stimmen (vgl. Statistik Schweiz 2008).

Ein Aspekt, der in der öffentlichen Diskussion immer wieder ins Spiel gebracht wird, ist der Beitrag ausgewählter gesellschaftlicher Teilbereiche zur Integration. Vor allem zwei Felder werden gerne genannt: die *Medien* und der *Sport*, sowie als Synthese der beiden der *Medien-sport* (siehe Kapitel 8 *Öffentlicher Diskurs zu „Medien und Integration“* sowie *„Sport und Integration“*). Im Vorfeld medien-sportlicher Großereignisse wie Fußball-Welt- und Europameisterschaften werden die positiven Effekte solcher Veranstaltungen für die *interkulturelle Kommunikation* und die Integration öffentlich diskutiert; nicht zuletzt auch aus Angst vor und zur Vorbeugung von negativen Effekten wie Rassismus oder Diskriminierung, die im sportlichen Umfeld genauso vorkommen. Insbesondere FIFA und UEFA als Veranstalter hegen große Ambitionen und Hoffnungen hinsichtlich des interkulturellen Dialogs (vgl. UEFA 2006, 2008; FIFA 2006, 2008). Diese Arbeit will einen fundierten Beitrag zur Diskussion leisten, indem in der empirischen Studie anlässlich der Fußball-Europameisterschaft im Juni 2008 der Zusammenhang zwischen Fernsehspornutzung und Integration untersucht wird.

1.6 Datengrundlage

Für die empirische Prüfung des theoretischen Modells *„Medien-Sport-Integration“* und der Fragen zur Mediennutzung von Migranten steht ein Zwei-Wellen-Sample (n=160 im Panel) zur Verfügung, das im Zuge einer schriftlichen Regional-Befragung im Bezirk St. Pölten im ersten Halbjahr 2008 entstanden ist. Die Untersuchungsteilnehmer wurden auf Basis der örtlichen Meldedaten von Wilhelmsburg und St. Pölten akquiriert. Die erste Welle der Erhebung fand zwischen 29. Jänner und 6. Juni 2008 statt, die zweite Welle während der Play-Off-Phase der Fußball-EM zwischen 19. und 29. Juni 2008. 160 Probanden, davon 80 mit ex-jugoslawischem und 80 mit türkischem Migrationshintergrund, nahmen an beiden Erhebungswellen teil¹¹.

Die beiden Migrantengruppen wurden deshalb ausgewählt, weil sie die bedeutendsten in Österreich sind. Eine Hochrechnung auf Basis des Mikrozensus mit den Merkmalen *Geburtsland* und *Staatsbürgerschaft* der Ursprungsländer ergibt rund 400.000 Personen mit (ex-)jugoslawischem und 230.000 Personen mit türkischem Migrationshintergrund (vgl. Statistik Austria 2001a bzw. Hochrechnung von Dr. Kytir, Statistik Austria auf Basis des Mikrozensus). Hier sind allerdings keine Kinder von Zuwanderern, die bereits in Österreich

¹¹ Für die Auswertung der ersten Welle stehen zusätzlich 40 Probanden zur Verfügung, die allerdings für die zweite Welle aus verschiedenen Gründen nicht mehr erreicht wurden.

geboren *und* österreichische Staatsbürger sind, inbegriffen. Die Zahl dieser Personen kann auf Basis der Meldedaten nicht genau berechnet werden. Somit wird über einen zweiten Weg eine Schätzung der Gesamtzahl der Menschen mit ex-jugoslawischem und türkischem Migrationshintergrund vorgenommen: Aus der Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung geht hervor, dass von den Menschen mit Migrationshintergrund die Hälfte ausländische Staatsangehörige sind (in Österreich haben 1,4 Mio. Migrationshintergrund, 700.000 sind ausländische Staatsangehörige). Dieses 50-zu-50-Verhältnis ist allerdings auf die beiden betrachteten Migrantengruppen nicht übertragbar. Laut der repräsentativen Migrantenstudie von GfK/ORF (2008) liegt unter den Personen mit ex-jugoslawischem Migrationshintergrund der Ausländeranteil bei 63 %, unter den türkischen bei 40 %. Werden davon ausgehend die Staatsbürger der jugoslawischen Nachfolgestaaten und der Türkei¹² hochgerechnet ergeben sich 510.000 Personen mit ex-jugoslawischem (6,4 % der Gesamtbevölkerung) und 320.000 (4 %) mit türkischem Migrationshintergrund. Zusammenge-rechnet machen diese beiden Gruppen rund 60 % der Menschen mit Migrationshintergrund (830.000 von 1,4 Mio.) bzw. rund 10 % der Gesamtbevölkerung (830.000 von 8 Mio.) in Österreich aus (Quelle: Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung 1. Quartal 2008; vgl. ORF/GfK 2008; Statistik Austria 2001c).

1.7 Exkurs: Migration nach Österreich in der Zweiten Republik

Aktuell leben in Österreich 1,4 Mio. Personen mit Migrationshintergrund. Das ist ein Anteil von 17 % an der Gesamtbevölkerung (Quelle: Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung 1. Quartal 2008; vgl. ORF/GfK 2008). Ziemlich genau die Hälfte davon machen ausländische Staatsangehörige aus (8,9 %), die andere Hälfte österreichische Staatsbürger (Quelle: Volkszählung 2001; vgl. Rohe 2006: 4).

Der Terminus „*Migrationshintergrund*“ hat sich in den letzten Jahren etabliert, um Menschen mit Zuwandererbiographie unabhängig von ihrer Staatsbürgerschaft zu bezeichnen. Es hat sich nämlich in vielen Untersuchungen herausgestellt, dass nicht nur unmittelbare Zuwanderer (erste Generation), sondern auch Kinder und sogar Enkelkinder von Zuwanderern (zweite und dritte Generation) bzw. bereits eingebürgerte Migranten von gemeinsamen Problemen und Ausgrenzungen betroffen sind. Der Forschungsbereich, der sich damit beschäftigt, wie es zu dieser stattlichen Zahl von Menschen mit Zuwanderer-

¹² Laut Volkszählung von 2001 leben in Österreich 322.261 Staatsangehörige eines jugoslawischen Nachfolgestaats und 127.226 türkische Staatsbürger (vgl. Statistik Austria 2001c).

biographie kommt, ist die *Migrationsforschung*. Während es in der *Integrationsforschung*, dem Schwerpunkt dieser Arbeit, um die Auswirkungen der Migration geht, beschäftigt sich die Migrationsforschung also damit, warum und in welchem Ausmaß Migration überhaupt stattfindet (vgl. Fassmann/Münz 1996). Die Thematik der Migrationsforschung wird in diesem Exkurs kurz gestreift.

Fassmann/Münz (1996) geben in einem Sammelband einen Überblick über die europäische Migrationsgeschichte speziell nach dem Zweiten Weltkrieg. Neben einer Zusammenfassung der Migration innerhalb Europas bzw. der Zuwanderung nach Europa finden sich darin auch Beiträge zu wichtigen Zielländern (u.a. Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Österreich) und Herkunftsländern (u.a. Jugoslawien). Fassmann/Münz und die anderen Autoren sind bemüht, historische und aktuelle Muster der Migration, typische Formen, politische und sozioökonomische Ursachen und Folgen sowie die geographische Dimension abzubilden.

Den meisten europäischen Staaten gemein ist, dass sie bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts Auswanderungsländer¹³ waren und nunmehr de facto zu Einwanderungsländern geworden sind. Diese Tatsache ist wiederum nur bedingt Resultat „*politischer, wirtschaftlicher oder demographischer Überlegungen*“ (von der Gastarbeiter-Anwerbung einmal abgesehen), sondern vielmehr Ergebnis „*ungeplanter Prozesse*“, die längere Zeit fernab der öffentlichen Wahrnehmung passiert sind (vgl. Fassmann/Münz 1996: 9). Europa ist ein „*Einwanderungskontinent wider Willen*“ geworden. Auch klassische Auswanderungsländer wie Italien, Portugal oder Spanien bzw. Polen, Tschechien, Ungarn oder Russland sind mittlerweile mit großen Einwanderungsbewegungen aus angrenzenden ärmeren Regionen konfrontiert: Südeuropa mit nordafrikanischen Zuwanderern und Mitteleuropa mit Migrant*innen aus den Nachfolgestaaten der ehemaligen Sowjetunion (vgl. Fassmann/Münz 1996: 9).

In der international vergleichenden Migrationsforschung wird die Staatsangehörigkeit als vorrangiges Unterscheidungskriterium zwischen „*Einheimischen*“ und „*Ausländern*“ herangezogen. Allerdings gibt die Staatsbürgerschaft nicht notwendigerweise darüber Auskunft ob jemand Migrant ist oder nicht. Genauere Daten über das Geburtsland einer Person bzw. das Geburtsland der Eltern sind aber in den amtlichen Aufzeichnungen nicht immer verfügbar¹⁴.

¹³ Zwischen 1815 und 1939 wanderten mehr als 50 Mio. Europäer nach Übersee aus, darunter fast 30 Mio. in die USA (vgl. Hoerder 1985; In: Fassmann/Münz 1996a: 13).

¹⁴ Neben Einbürgerungen verzerren unter anderem spezielle Abkommen und gesetzliche Regelungen, wie beispielsweise die Anerkennung von Vertriebenen oder Einwanderern aus Kolonien, die automatisch die Staatsbürgerschaft erhalten (haben), die Statistik (vgl. Fassmann/Münz 1996a: 15f.).

In Westeuropa und exemplarisch in Österreich kann auf Basis der verfügbaren Daten diese Migrationsgeschichte nachvollzogen werden: Von 1950 (in Österreich ab Anfang der 1960er) bis in die frühen 1970er Jahre ist in der Wirtschaftswunderzeit durch Anwerbung von ausländischen Arbeitskräften eine starke Zunahme von Ausländern festzustellen. Mitte der 70er bis Mitte der 80er wurde die Zuwanderung aufgrund der Rezession vorübergehend gestoppt, nahm anschließend wieder zu und erreichte während der Umbrüche in Osteuropa und Jugoslawien zwischen 1989 und 1993 ihren vorläufigen Höhepunkt. Diese Phase hat in der Folge aber auch zu strengeren gesetzlichen Bestimmungen geführt (vgl. Fassmann/Münz 1996a: 16, 210ff.). In Deutschland verlief die Zuwanderungsgeschichte in der Nachkriegszeit nahezu gleich wie in Österreich. Geißler unterteilt sie in die folgenden vier Phasen: Anwerbe- und Gastarbeiterphase (1955–1973), Konsolidierungsphase mit ersten Integrationsversuchen (1973– etwa 1980), Abwehrphase und Zuwanderungsland wider Willen (1981/82– etwa 1998) und Akzeptanzphase (seit 1999) (vgl. Geißler 2005: 16 ff.). Inwieweit nunmehr auch in Österreich von einer „Akzeptanzphase“ oder von einer Fortsetzung der „Abwehrphase“ gesprochen werden kann, ist vielfach eine Frage des politischen Standpunkts.

Migrantentypen

Fassmann/Münz unterscheiden fünf Typen von Migranten, die in den einzelnen europäischen Ländern unterschiedlich ins Gewicht fallen (vgl. Fassmann/Münz 1996a: 18ff.):

- 1) Koloniale und postkoloniale Wanderer¹⁵
- 2) Ethnische Wanderer¹⁶
- 3) Arbeitsmigranten und deren Angehörige
- 4) Flüchtlinge und Asylwerber (anerkannte Flüchtlinge, De-facto-Flüchtlinge, geduldete Kriegsoffer)
- 5) „sonstige“ Zuwanderer¹⁷

Nach 1945 setzten sich die Zuwanderer nach Österreich in erster Linie aus Arbeitsmigranten und deren Angehörigen (3) und Flüchtlingen (4) zusammen. Abgesehen von der Aufnahme

¹⁵ Betrifft die Länder mit ehemaligen Kolonien: Belgien, Frankreich, Großbritannien, Italien, Niederlande, Portugal und Spanien.

¹⁶ Betrifft insbesondere Deutschland (Ost- und Volksdeutsche).

¹⁷ Dazu zählen Fassmann/Münz: 1) die Nord-Süd-Wanderung älterer Menschen (z.B. Briten und Deutsche nach Spanien), 2) die internationale Elitenwanderung (z.B. Manager und Forscher), 3) die Rückkehr von Überseeauswanderern (in Spanien, Italien und Griechenland von Bedeutung) und 4) die Rückkehr von Arbeitsmigranten in ihr Herkunftsland (vgl. Fassmann/Münz 1996a: 51).

volksdeutscher Vertriebener¹⁸ unmittelbar nach dem Zweiten Weltkrieg haben ethnische (2), koloniale (1) und „sonstige“ (5) Wanderungen für Österreich keine wesentliche Bedeutung. In Deutschland ist die Situation ähnlich, wenngleich volksdeutsche Aussiedler hier auch aktuell von großer Bedeutung sind. In Großbritannien und Frankreich beispielsweise sind hingegen koloniale und postkoloniale Zuwanderung (1) zentral. Hier gibt es mit Deutschland und Österreich kaum „Überschneidungen“ bei den Herkunftsgebieten der Immigranten (vgl. Fassmann/Münz 1996a: 33).

ad 3) Arbeitsmigranten und deren Angehörige

In einigen Staaten Westeuropas begann bereits Mitte der 1950er Jahre die Anwerbung billiger, wenig qualifizierter Arbeitskräfte aus (ehemaligen) Kolonien bzw. aus dem Mittelmeerraum. Dafür wurden in den meisten Fällen bilaterale Abkommen geschlossen (vgl. Fassmann/Münz 1996a: 22). Österreich warb ab 1961/62 ausländische Arbeitskräfte an. Das Anwerbeabkommen mit Spanien (1962) blieb bedeutungslos. Die Abkommen mit der Türkei (1964) und Jugoslawien (1966) brachten jedoch eine beachtliche Anzahl ausländischer Arbeitskräfte nach Österreich¹⁹. 1973 erreichte die „Gastarbeiterbeschäftigung“ mit 230.000 einen ersten Höhepunkt (vgl. Fassmann/Münz 1996b: 216).

Mitte der 1970er Jahre erfolgte aufgrund der wirtschaftlichen Rezession und des Nachrückens geburtenstarker Jahrgänge auf den Arbeitsmarkt ein Anwerbestopp für ausländische Arbeitskräfte und restriktivere Einwanderungs- und Aufenthaltsbestimmungen traten in Kraft. In einigen Aufnahmeländern nahm damit der Ausländeranteil wieder ab, so auch in Österreich (vgl. Fassmann/Münz 1996b: 216). Im Großen und Ganzen wurde aber kein Ende der Einwanderung bewirkt. In vielen Ländern machten „*Familienzusammenführung und steigende Geburtenzahlen unter der ausländischen Wohnbevölkerung den Stopp der Arbeitsmigration wieder wett*“ (Fassmann/Münz 1996: 23). Durch den Familiennachzug wurde auch das ursprünglich in Deutschland und Österreich intendierte „*Gastarbeitermodell*“ für Arbeitsmigranten obsolet. Zwischen der Mitte der 1980er Jahre und der Mitte der 1990er wanderten auch wieder mehr ausländische Erwerbstätige ein. Dazu kam in der *Hochphase der Zuwanderung 1989–1993* der Nachzug von Familienangehörigen aus Ex-

¹⁸ Insgesamt hielten sich zu Kriegsende 530.000 Volksdeutsche aus den Gebieten Tschechoslowakei, Ungarn und Jugoslawien in Österreich auf (vgl. Fassmann/Münz 1996b: 212), zu einem guten Teil sudetendeutsche „Altösterreicher“, die 1945 aus der Tschechoslowakei vertrieben wurden.

¹⁹ Neben türkischen und ex-jugoslawischen „Gastarbeitern“ kamen ab den 1970er Jahren auch Arbeitsmigranten anderer Herkunftsländer nach Österreich (Deutschland, Ostmitteleuropa, Asien), die hier aber nicht im Detail behandelt werden (vgl. Fassmann/Münz 1996b: 217).

Jugoslawien, aus der Türkei und aus Staaten Ostmitteleuropas sowie ab 1992 die Aufnahme der bosnischen Kriegsflüchtlinge (vgl. Fassmann/Münz 1996b: 216f., 219).

ad 4) Flüchtlinge und Asylwerber

Auch nach dem Zweiten Weltkrieg kam es in Europa zu zahlreichen Unruhen, staatlichen Repressionen, ethnischen Konflikten und kriegerischen Auseinandersetzungen, von denen Österreich als Aufnahmeland von Flüchtlingen betroffen war: Ungarn (1956/57²⁰), Tschechoslowakei (1968/69²¹), Polen (1981/82²²), Rumänien (1990²³) und Ex-Jugoslawien (Anfang der 1990er Jahre²⁴). Für Flüchtlinge aus kommunistischen Ländern sowie Kriegsflüchtlinge aus Ex-Jugoslawien wurden dazu gesonderte Vereinbarungen getroffen. Ihnen wurde zum Teil die Aufenthaltsgenehmigung erleichtert, finanzielle Unterstützung oder kollektiv Asyl gewährt. Allerdings veranlasste die große Zahl der Asylanträge Anfang der 1990er Jahre die Regierung dazu, die Bedingungen zu verschärfen. Die Zahl der Asylwerber ging dann auch ab 1992 zurück, obwohl die Krisenherde in der Welt nicht weniger wurden bzw. sich neue auftaten wie beispielsweise im Kosovo, im Irak oder in Afghanistan (vgl. Fassmann/Münz 1996: 27). Nunmehr hat sich die Asylpraxis in Österreich insofern verändert, als das Land von so genannten *sicheren Drittstaaten* umgeben ist und Flüchtlinge in diese zurück abgeschoben werden können (vgl. Fassmann/Münz 1996b: 215).

Geographisch gesehen sind innerhalb Europas Migrationsflüsse von Ost nach West und von Süden nach Norden typisch, wobei zu beachten ist, dass süd- und osteuropäische Länder mittlerweile selbst zum Ziel von Zuwanderung aus anderen Regionen geworden sind. Weiters ist zu beobachten, dass einzelne Zielländer fest zuordenbare „*Hinterländer*“ und umgekehrt Herkunftsländer typische Zielländer haben (vgl. Fassmann/Münz 1996a: 28f.).

In Österreich sind von den 711.000 ausländischen Staatsbürgern 322.000 (44 %) Angehörige eines jugoslawischen Nachfolgestaats²⁵. 127.000 (18 %) sind türkische und 72.000 (10 %)

²⁰ Von den 200.000 1956/57 geflüchteten Ungarn stellten etwa 180.000 in Österreich einen Asylantrag. Ihnen wurde kollektiv Asyl gewährt. 20.000 von ihnen blieben dauerhaft im Land (vgl. Fassmann/Münz 1996b: 212).

²¹ 162.000 Tschechen und Slowaken verließen 1968/69 ihre Heimat in Richtung Österreich. 12.000 suchten in Österreich um Asyl an (vgl. Fassmann/Münz 1996b: 212).

²² Zwischen 120.000 und 150.000 Polen kamen 1981/82 nach Österreich. Rund 33.000 stellten einen Asylantrag (vgl. Fassmann/Münz 1996b: 212).

²³ Im Zuge des Umbruchs in Rumänien Anfang der 1990er Jahre stellten rund 20.000 Rumänen einen Antrag auf Asyl in Österreich (vgl. Fassmann/Münz 1996b: 213).

²⁴ Neben den regulären Asylanträgen von Kriegsflüchtlingen aus Ex-Jugoslawien (rund 20.000 zwischen 1991 und 1995) wurde 80.000–90.000 Bürgerkriegsopfern aus Bosnien-Herzegowina als De-facto-Flüchtlingen Aufenthalt und finanzielle Unterstützung gewährt (vgl. Fassmann/Münz 1996b: 212f.).

²⁵ Bosnien-Herzegowina (108.000), Kroatien (61.000), Mazedonien (14.000), Serbien-Montenegro (133.000) und Slowenien (7.000) (vgl. Statistik Austria 2001a).

deutsche Staatsangehörige (vgl. Statistik Austria 2001a). Ex-Jugoslawische und türkische Staatsbürger machen demnach zusammen fast zwei Drittel der Ausländer in Österreich aus. Eine Analyse nach Geburtsland ergibt eine ähnliche Aufteilung auf die Herkunftsländer: Von den rund 1 Mio. im Ausland Geborenen entfallen 351.000 (35 %) auf einen jugoslawischen Nachfolgestaat²⁶, 125.000 (12 %) auf die Türkei und 140.000 (14 %) auf Deutschland (vgl. Statistik Austria 2001b).

Für Deutschland sind die Türkei (28 % der Ausländer besitzen die türkische Staatsbürgerschaft), Ex-Jugoslawien (18 %) und Italien (8 %) die bedeutendsten Herkunftsländer. Die größte Gruppe bilden hier eigentlich die mehr als 3 Mio. Aussiedler volksdeutscher Abstammung. Ihre Situation ist – obwohl sie kollektiv als deutsche Staatsbürger anerkannt werden – mit der ausländischer Migranten durchaus vergleichbar (vgl. Fassmann/Münz 1996a: 32f.).

Erklärung der Migration

Zur Erklärung von „*Ausmaß, Intensität und Verlauf der europäischen Migration*“ ziehen Fassmann/Münz verschiedene Ansätze heran. In *einer* geschlossenen Theorie lassen sich die Wanderungsbewegungen nicht nachvollziehen. Es müssen immer mehrere Aspekte zusammen kommen damit eine Migrationslinie entsteht (vgl. Fassmann/Münz 1996a: 45).

Ein erstes wichtiges Erklärungsmuster sind ökonomische und politische Faktoren. Aufnahmeländer zeichnen sich idealtypisch durch eine prosperierende Wirtschaft, eine hohe Nachfrage an Arbeitskräften, ein hohes Lohnniveau sowie demokratische und rechtsstaatliche Verhältnisse aus und entwickeln damit Anziehungskräfte (Pull-Faktoren). Herkunftsländer hingegen verfügen idealtypisch über zu wenige Arbeitsplätze, ein geringes Lohnniveau, eine stagnierende Wirtschaft und ein krisenanfälliges politisches System mit ethnischer oder religiöser Unterdrückung und regen infolge dessen zur Auswanderung an (Push-Faktoren) (vgl. Fassmann/Münz 1996a: 46). Das Push- und Pull-Modell bzw. das Zentrum-Peripherie-Modell besagt also, dass Migration von ärmeren und instabileren in reichere und stabilere Regionen verläuft. Es kann jedoch nicht vollständig erklären, warum zwischen manchen Ländern ein Migrationsstrom in Gang kommt und zwischen anderen nicht (vgl. Fassmann/Münz 1996a: 46).

²⁶ Bosnien-Herzegowina (134.000), Kroatien (39.000), Mazedonien (14.000), Serbien-Montenegro (143.000) und Slowenien (21.000) (vgl. Statistik Austria 2001b).

Dazu sind zusätzliche geographische, kulturelle, politische und historische Faktoren nötig: Zum einen macht es räumliche Nähe wahrscheinlicher, dass zwischen zwei Ländern ein Migrationsfluss entsteht: Wanderungen zwischen Nachbarstaaten sind häufiger als zwischen weit voneinander entfernten Ländern (vgl. Fassmann/Münz 1996a: 45). Zum zweiten folgen Migranten ihren kulturellen Netzwerken und wandern besonders häufig in Zielregionen, in denen bereits Bekannte aus der Heimat ansässig sind (vgl. Fassmann/Münz 1996a: 47f.). Drittens wird Migration durch politische Regulative strukturiert. Beispielsweise wurde die Ost-West-Wanderung 40 Jahre lang herkunftslandseitig durch Reisebeschränkungen für Bürger kommunistischer Staaten gebremst. Sie ist nach 1989 aber umso stärker wieder angelaufen und wird als Reaktion darauf nunmehr aufnahmelandseitig durch schärfere Asyl- und Einwanderungsgesetze in den westeuropäischen Staaten beschränkt (vgl. Fassmann/Münz 1996a: 48f.). In Österreich wurde 1992 das „*Aufenthaltsgesetz*“ verabschiedet, das eigentlich ein Einwanderungsgesetz ist, und die Zuwanderung nach Österreich kontingentiert (vgl. Fassmann/Münz 1996b: 209, 219).

2 Theoretische Grundlagen zur „gesellschaftlichen Integration“

Im Forschungsfeld „*Migranten-Medien-Integration*“ nimmt die theoretische Auseinandersetzung mit dem Integrationsbegriff in der Regel keinen großen Raum ein. Vielmehr wird implizit ein Wissen darum, was damit gemeint ist, vorausgesetzt. Pöttker (2005) nennt die theoretisch-analytische Auseinandersetzung mit dem Begriff der gesellschaftlichen Integration „*unbefriedigend*“ (vgl. Pöttker 2005: 26). In ihren beiden Sammelbänden greifen Geißler/Pöttker (2005 und 2006) deshalb soziologische Arbeiten zu Integrationskonzepten auf und analysieren im Detail diese drei Modelle des Verhältnisses von Mehrheitsgesellschaft und ethnischen Minderheiten:

- a) Assimilation
- b) Segregation
- c) Interkulturelle Integration

Von den dreien beurteilen sie das Modell der interkulturellen Integration als das brauchbarste, weil es den Bedürfnissen aller Beteiligten am ehesten gerecht wird.

In diesem Abschnitt wird detailliert herausgearbeitet, wie es zu dieser Schlussfolgerung kommt, welche Dimensionen zur Unterscheidung der Modelle herangezogen werden und wie diese Dimensionen in den Konzepten unterschiedlich ausgeprägt sind. Zunächst fällt bei der Sichtung der Literatur zur Integration auf, dass die kulturelle Vielfalt respektive die ethnisch-kulturelle Differenzierung keineswegs den Schwerpunkt bei der Sorge um den gesellschaftlichen Zusammenhalt bildet. In soziologischen Arbeiten geht es primär um die Integration „*moderner, pluralistischer*“ Gesellschaften im Allgemeinen. Die Autoren im Sammelband von Friedrichs/Jagodzinski (1999) beziehen sich in genau dieser Weise auf den Zusammenhalt der pluralistischen Gesellschaft ohne spezielle Berücksichtigung von ethnischen Minderheiten. In den beiden Sammelbänden von Heitmeyer (1997a und 1997n) wird ebenfalls die generelle Frage nach der „*Integrationsfähigkeit moderner Gesellschaften*“ gestellt. Die ethnisch-kulturelle Differenzierung gilt darin neben der Globalisierung und der Individualisierung als ein Desintegrationspotential (vgl. Heitmeyer 1997o: 9).

Ethnisch-kulturelle Differenz ist demnach *ein* Merkmal moderner pluralistischer Gesellschaften und theoretische Betrachtungen zur Integration pluralistischer Gesellschaften können somit (mit Adaptierungen) auf ethnisch-kulturell-pluralistische übertragen werden. Dieser Schluss wird auch durch die Definition pluralistischer Gesellschaften von Hillmann

gestützt. Für ihn ist eine pluralistische Gesellschaft gekennzeichnet „*durch eine konflikträchtige Vielfalt unterschiedlicher, z. T. gegensätzlicher Weltanschauungen, Werte, Interessen, Lebensstile und Verhaltensweisen sowie durch eine entsprechend stark differenzierte Sozialstruktur und Herrschaftsordnung*“ (Hillmann 1994: 672; In: Wolf 1999: 321). Eine pluralistische Gesellschaft zeichnet sich durch Heterogenität aus. Die Vielfalt kann dabei einerseits durch innere Ausdifferenzierung und andererseits durch Zuwanderung zunehmen. In Österreich ist in den vergangenen Jahrzehnten eine Pluralisierung der Gesellschaft in religiöser und ethnischer Hinsicht eindeutig feststellbar. Näheres dazu findet sich im Kapitel 1.7 *Exkurs: Migration nach Österreich in der Zweiten Republik*.

Angesichts der zunehmenden gesellschaftspolitischen und sozialwissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der *Integration von Migranten* lässt sich festhalten, dass ethnisch-kulturelle Differenz zwar nur *ein* Kennzeichen moderner Gesellschaften ist, diese Eigenschaft aber eine immer bedeutendere Rolle einnimmt. Unter *Integrationsforschung* wird immer häufiger die Beschäftigung mit der *Thematik der Eingliederung von Zuwanderern in die Aufnahmegesellschaft* verstanden. Diese Einschränkung des Integrationsbegriffs auf die Zuwanderungsproblematik ist aber, wie bereits angesprochen, in der sozialwissenschaftlichen Forschung nicht zwingend so gegeben²⁷.

2.1 Soziologischer Integrationsbegriff

Die Basis für die hier präsentierte Definition und Charakterisierung des Begriffs der *gesellschaftlichen* respektive der *sozialen Integration* bilden die Aufsätze in den Sammelbänden von Friedrichs/Jagodzinski (1999)²⁸, Heitmeyer (1997a und 1997n)²⁹ und Geißler/Pöttker (2005)³⁰.

2.1.1 Definition von „Integration“

Der Vorgang der Integration ist ein dynamischer Prozess zur Entstehung eines Ganzen, in sozialem Bezug ein Prozess der Gruppenbildung. Integration stellt also eine Verbindung zwischen der „*Differenz von Ganzem und Teilen*“ her (vgl. Fuchs 1999: 150). In der

²⁷ Neben Migranten können natürlich auch Heranwachsende, Behinderte, Kriminelle oder andere gesellschaftliche Gruppen, die vermeintlich oder tatsächlich am Rande der Gesellschaft stehen, in dieselbe integriert werden.

²⁸ Baurmann 1999; Dubiel 1999; Friedrichs 1999; Friedrichs/Jagodzinski 1999a; Fuchs 1999; Gabriel 1999; Kirchgässner 1999; Raub 1999 und Zintl 1999.

²⁹ Dubiel 1997; Heitmeyer 1997o, 1997p; Hengsbach 1997; Keupp 1997; Leggewie 1997; Meyer 1997; Münch 1997; Nassehi 1997; Neckel 1997; Nunner-Winkler 1997; Sander/Heitmeyer 1997; Sarcinelli 1997; Vester 1997.

³⁰ Geißler 2005b.

lateinischen Ursprungsbedeutung heißt Integration „Wiederherstellen einer Einheit“ (vgl. Nunner-Winkler 1999: 294).

Im Hinblick auf ihre Dynamik wird die Integration also vorwiegend nicht als Status³¹, sondern als ein *Prozess* verstanden, „*der die Teile eines sozialen Systems zu dessen Ganzheit verbindet*“ und mehr oder weniger fortgeschritten ist (vgl. Bernsdorf 1968: 469; Hartfiel/Hillmann 1978: 344; In: Pöttker 2005: 25). Hinsichtlich der Art und Größe dieser Ganzheit wird bei Integration zuerst an Gleichheit oder Ähnlichkeit, Konsens und Harmonie zwischen den Teilen eines sozialen Systems gedacht. Allerdings: Nicht nur Gemeinsamkeit sondern auch Verschiedenheit kann zur insgesamten Integration beitragen, ebenso wie Streit oder Disharmonie (vgl. Pöttker 2005: 25). Auch für Heitmeyer bedeuten Stabilität oder Konfliktfreiheit nicht gleich Integration (vgl. Heitmeyer 1997p: 26). Darauf wird in der Folge noch zurückzukommen sein.

Rottleuthner unterscheidet zwei Verwendungskomplexe des Konzepts der sozialen Integration (vgl. Rottleuthner 1999: 398ff.):

- Beim ersten Integrationsbegriff geht es um „*den Prozess der Einbeziehung von etwas in eine umfassendere Einheit, in ein Integrat, und/oder um das dabei erzielte Ergebnis*“, kurz gefasst um die Integration von etwas *in etwas* sowie um einen *Zustand von etwas*, der mehr oder weniger realisiert sein kann. Dabei kann sich das Integrat durch die Einbeziehung neuer Mitglieder durchaus auch wandeln.
- Beim zweiten Integrationsbegriff geht es um „*die Charakterisierung von sozialen Systemen [...] (Gruppen, Organisationen, soziale Subsysteme, die Gesamtgesellschaft) hinsichtlich ihres Zusammenhalts, ihrer Kohäsion*“, kurz gefasst um die Integration *eines etwas* bzw. *von etwas*. Historisch wird ein Zusammenhang gesehen zwischen Differenzierung auf der einen und Integration auf der anderen Seite. Auch in dieser Variante kann Integration als Prozess oder als Zustand verstanden werden.

In beiden Varianten bestehen ungelöste Operationalisierungsprobleme: Wann kann von gelungener Integration gesprochen werden? Wann also ist etwas „*erfolgreich*“ *in etwas* integriert? Beziehungsweise: welches Maß von Integration weist ein soziales System auf? (vgl. Rottleuthner 1999: 402) Zwischen den sorgfältig geschiedenen Integrationsbegriffen besteht natürlich ein enger Zusammenhang. Die Integration der Elemente in ein System ist

³¹ Münch spricht von sozialer Integration als „Zustand der Gesellschaft, in dem alle ihre Teile fest miteinander verbunden sind und eine nach außen abgegrenzte Ganzheit bilden“ (Münch 1997: 66).

nämlich verantwortlich für die Integration des Systems insgesamt. Beispielsweise kann die Aufnahme „zu vieler“ Elemente „den Grad der Integration des Gesamtsystems“ gefährden und auch die „Exklusion von Elementen kann der Steigerung der Integration dienen“ (Rottleuthner 1999: 402). Dies hat mit der Gruppendynamik zu tun, mit der in-group/out-group-Sichtweise. Normabweichler, Ausgegrenzte und Sündenböcke können sehr wohl zur Integration des Gesamtsystems beitragen. Durkheim hat auf diesen Umstand bereits hingewiesen (vgl. Durkheim 1988: 158ff.; In: Rottleuthner 1999: 402). Allerdings herrscht Unklarheit darüber, welches Ausmaß an Exklusion für eine optimale Integration im zweiten Sinne notwendig ist. Es zeigt sich, dass der zweite Integrationsbegriff („Charakterisierung von sozialen Systemen“) überaus schwer operationalisierbar ist. In dieser Arbeit bildet nicht zuletzt deshalb der erste Integrationsbegriff nach Rottleuthner, der „Prozess der Einbeziehung“ auf individueller Ebene, den Leitfaden.

Zur Definition lässt sich weiters sagen, dass Integration ein Erfolgsbegriff ist und gelingen oder misslingen kann (vgl. Peters 1993: 92; In: Fuchs 1999: 150). Im Zusammenhang mit sozialen Gruppen ist die Operationalisierung der beiden Pole aber schwierig bis unmöglich. Eigentlich kann hier gar nicht mit zwei gegensätzlichen Polen gearbeitet werden, eine Gruppe ist nicht einfach integriert oder „fällt auseinander“, sondern ihre Mitglieder sind alle zu einem bestimmten *Grad* in die Gruppe integriert (vgl. Pöttker 2005: 28; Friedrichs/Jagodzinski 1999: 14f.): Integration ist also ein gradueller respektive relationaler Begriff, der mehr oder weniger stark ausgeprägt sein kann. Damit ist aber noch nichts über den Inhalt gesagt, also welche Zustände als mehr und welche als weniger integriert gelten können. Die relationale Eigenschaft beschreibt nur, dass es eine Vielzahl an graduellen Abstufungen gibt, die im einfacheren Fall zweidimensional fassbar und im schwierigeren Fall mehrdimensional sind (vgl. Pöttker 2005: 27f.).

Von Seiten einiger Autoren wird diesbezüglich eine normative Zielvorgabe abgesteckt und der wertneutrale Integrationsbegriff mit Leben erfüllt. Aus dieser Sicht ist Integration kein wertneutraler, sondern ein normativer Begriff (vgl. Pöttker 2005: 29). Heitmeyer hält die Versuche einer normativ *neutralen* Konzeption von Integration für gescheitert bzw. von den Menschen, ihren Bedürfnissen und Ängsten „entleert“. Im normativen Integrationsbegriff wird die Idee von „der Gleichwertigkeit der Menschen und der Gewaltfreiheit der Verhältnisse und Beziehungen in den Vordergrund gestellt“ (Heitmeyer 1997p: 25).

Heitmeyer warnt schließlich davor, nur die positiven Aspekte von Integration zu sehen, denn es sind damit auch „*Mechanismen der sozialen Kontrolle und Zwänge*“ und folglich „*Herrschafts- und Machtverhältnisse*“ verbunden (vgl. Heitmeyer 1997p: 26). Auch Nassehi spricht sich gegen eine Art von „*Totalintegration*“ aus und diskutiert ein Modell zum Verhältnis von Individuum und Gesellschaft, in dem durch *Inklusion* zwar eine partielle Einbindung in die gesellschaftlichen Teilsysteme geschieht, gleichzeitig aber beim Individuum eine Autonomie verbleibt, die er als Exklusion bezeichnet (vgl. Nassehi 1997: 134f.).

Weil die Begriffe „*gesellschaftliche*“ und „*soziale*“ Integration von den verschiedenen Autoren nicht einheitlich verwendet werden, wird in dieser Arbeit folgende Festlegung getroffen: Unter *gesellschaftlicher Integration* wird der Zusammenhalt des Kollektivs verstanden (Makroebene). Fuchs verwendet dafür den Begriff der *sozialen Integration der gesellschaftlichen Gemeinschaft* (vgl. Fuchs 1999: 150). Hierbei geht es um die Integration der Gesamtgesellschaft. Das Negativszenario *Desintegration* wäre dabei mit Schlagworten wie Parallelgesellschaften, Rassismus oder ethnische Konflikte verbunden. *Soziale Integration* hingegen meint in weiterer Folge die Eingliederung von Individuen in die Gesellschaft, die Einbindung von Individuen mit Migrationshintergrund in die österreichische Gesellschaft (Mikroebene). Beide Perspektiven kommen im alltäglichen Kontext vor. In der öffentlichen Diskussion wird gerne von *den* Ausländern gesprochen. Die Vielfalt der Individuen, mit denen wir es hier zu tun haben, lässt jedoch die Mikroperspektive in vielerlei Hinsicht vernünftiger erscheinen. Allerdings: Generalisierung ist ein Instrument der Sozialwissenschaft, das natürlich auch in dieser Untersuchung über eine Aggregation der Individualdaten angewendet wird. Die Sorge um den gesellschaftlichen Zusammenhalt dreht sich ja auch nicht um Einzelschicksale, sondern eben um das Gesamtbild. Insofern ist die *gesellschaftliche Integration* besonders für die theoretische Analyse wichtig.

Die nähere Spezifikation des Integrationsbegriffs erfolgt nun über drei Zugänge:

- 1) Indikatoren bzw. Ressourcen gesellschaftlicher Integration (Makroebene) bzw. sozialer Integration einzelner Mitglieder (Mikroebene)
- 2) Institutionen, die Integration innerhalb einer Gruppe (Gesellschaft) fördern
- 3) Desintegrationspotentiale

2.1.2 Indikatoren bzw. Ressourcen gesellschaftlicher Integration

Als zwei grundsätzliche Indikatoren zur Messung des Grades der Integration einer Person in eine Gruppe (Mikroebene) nennen Friedrichs/Jagodzinski „äußeres Verhalten“ und „innere Einstellung“. Diese beiden Dimensionen lassen sich ihrerseits in Sub-Indikatoren aufspalten, die anschließend im Detail vorgestellt werden. Im liberalen Modell von Fuchs (1999: 155) spiegelt sich die Aufteilung in *Verhalten* und *Einstellung* auf den drei Ebenen *Prozess*-, *Kultur*- und *Strukturebene* wider. Das *Verhalten* ist dabei auf der *Prozess*-Ebene angesiedelt. Diese faktischen Handlungen sind wiederum durch strukturelle und kulturelle Richtlinien (*Einstellungen*) gesteuert. Nach Parsons (1971) stellt die *Kulturebene* (Werte/Ziele) noch über der *Strukturebene* (Normen) die höchste Steuerungsebene dar (vgl. Fuchs 1999: 155).

Eine ähnliche Gliederung wie Fuchs sieht auch Nunner-Winkler (1999) vor, die auf Grundlage der verschiedenen gesellschaftlichen Teilsysteme fünf Modi bzw. Ressourcen der Integration benennt: ökonomische³², politische, kulturelle, solidarische und moralische Integration (vgl. Nunner-Winkler 1999: 296). Münch (1997) führt bis auf die moralische Integration eben diese Ressourcen an (vgl. Münch 1997: 66). In anderen Zusammenhängen wird noch die *rechtliche* Integration als Modus genannt (vgl. beispielsweise Würtenberger 1999: 382).

Aus der Synthese der Integrationsebenen von Fuchs und der Modi von Nunner-Winkler und Münch kann schließlich diese Aufstellung zusammengefasst werden:

Abbildung 1: Integrationsebenen und -modi: adaptiertes Modell von Fuchs (1999)

<i>Integrationsebenen (Modi)</i>	<i>Inhalt</i>
Kultur – kulturelle Integration	Werte, Ziele
Struktur – politische / rechtliche / moralische Integration	Rechts-Normen, soziale Normen (Moral)
Prozess – ökonomische / solidarische Integration	faktische Handlungen (Interaktion) Solidarität, Tolerierung

³² Die Integration in die Arbeitswelt (ökonomische Integration) gilt vielfach als wichtigste Form der sozialen Integration (vgl. Rottleuthner 1999: 405).

Wird diese Aufstellung noch ergänzt um die Überlegungen von Friedrichs/Jagodzinski und Geißler/Pöttker, so können folgende Indikatoren für die gesellschaftliche Integration (Makroebene) bzw. die Integration neuer Gruppenmitglieder (Mikroebene) abgegrenzt werden:

- „äußeres“ Verhalten
 - 1) Kontakte, Interaktion, Kooperation – ökonomische Integration
 - 2) Leistungen für das Gemeinwohl, Solidarität – solidarische Integration
- „innere“ Einstellung
 - 3) Werte/Ziele – kulturelle Integration
 - 4) Regeln/Normen (moralische/soziale und gesetzliche) – politische, rechtliche und moralische Integration

Die Aufteilung des „äußeren“ Verhaltens in zwei Subgruppen leitet sich von den beiden von Nunner-Winkler und Münch genannten Modi, ökonomische und solidarische, Integration ab. Darunter fallen einerseits *Interaktion mit den anderen Gruppenmitgliedern* und *ökonomische Kooperation* sowie andererseits *Leistungen für das Gemeinwohl* und *Solidarität*. Vereinfacht gesagt lassen eine höhere Zahl an Kontaktpersonen (Freunde/Bekannte) in der Gruppe, eine höhere Zentralität im Netzwerk und mehr Altruismus auf eine höhere Integration schließen.

Friedrichs/Jagodzinski halten regelmäßige Kontakte mit Gruppenmitgliedern und Leistungen für das Gemeinwohl zwar für notwendige aber nicht hinreichende Bedingungen für *echte* Integration. Sie fügen den Aspekt der „inneren“ Einstellung hinzu, ein Kollektivbewusstsein, das mit der Identifikation mit den Werten und Zielen der Gruppe einhergeht. An anderen Stellen ist von „Wir-Gefühl“ bzw. „Wir-Bewusstsein“ die Rede. Diese Formen der intrinsischen Motivation hielt Durkheim auch für moderne Gesellschaften für unerlässlich (vgl. Friedrichs/Jagodzinski 1999: 12; bzw. vgl. Herzog 1971: 40ff., Fleiner-Gerster 1995: 128ff.; In: Burmeister 1999: 354).

Nicht alle Autoren teilen diese Einschätzung. Darum wird beim näheren Vorstellen der vier Indikatoren bzw. Modi speziell darauf eingegangen, als wie bedeutend die einzelnen Aspekte der Integration von den verschiedenen Autoren eingestuft werden.

ad 1) Kontakte, Interaktion, Kooperation – ökonomische Integration

Für Fuchs (1999) sind die Interaktionen innerhalb der Gruppe nicht bloß ein Indikator für den Grad der Integration, vielmehr stellt sich für ihn „*das Soziale selbst*“ überhaupt erst

durch die Interaktion von Mitgliedern in der Gemeinschaft her (vgl. Fuchs 1999: 151). Im gleichen Atemzug weist Fuchs auf die Voraussetzungen für Interaktionen hin: „*Interaktionen kommen nur dann zustande, wenn die Handlungen mehrerer Akteure koordiniert, d.h. aufeinander bezogen und wechselseitig anschlussfähig gemacht werden*“ (Fuchs 1999: 151). Zur Erläuterung des Konstrukts der „*koordinierten Handlungen*“ greift Fuchs auf system- und handlungstheoretische Ansätze zurück. Demnach entsteht koordiniertes Handeln dann, „*wenn es ein begrenztes Repertoire von Handlungsmöglichkeiten in Situationen gibt*“ (vgl. Luhmann 1984; In: Fuchs 1999: 151). Diese Begrenzung passiert durch *generalisierte Verhaltenserwartungen*, „*die festlegen, welche Handlungen in einer Situation typischerweise und normativ erwartet werden können*“ (Luhmann 1984). Coleman (1990) verwendet den Begriff der *Handlungsnormen*, Brennan und Buchanan (1985) den Begriff der *Handlungsregeln* für diesen Sachverhalt. Entscheidend ist, dass Individuen im Zuge ihrer Handlungen eine Freiheitseinschränkung akzeptieren müssen. Für Details dazu sei auf die Ausführungen zu 4) *Regeln/Normen* in diesem Kapitel weiter unten verwiesen.

Kooperation ist eine Steigerung der Interaktion zu ökonomischen Zwecken. Als Voraussetzungen für Kooperation, die schließlich in Vertragsabschlüssen münden kann, werden Vertrauen und die Akzeptanz von Normen und Gesetzen genannt (Näheres dazu bei 4) *Regeln/Normen*). Kirchgässner argumentiert mithilfe der Spieltheorie, dass Kooperation auch zwischen so genannten „*rationalen Egoisten*“ möglich ist³³ (vgl. Kirchgässner 1999: 123ff.). Raub (1999) bezieht sich ebenfalls auf dieses individualistische Konzept und versucht das Zustandekommen von Kooperationen mit Hilfe einer Analyse des Vertrauens in dauerhaften Zweierbeziehungen zu erklären. Vertrauen entsteht demnach dadurch, dass die Akteure die „*langfristigen Folgen ihrer Handlungen in Rechnung stellen*“ und damit von der Realisierung kurzfristiger Vorteile absehen. Unter der Leitidee „*Kooperation durch aufgeklärtes Eigeninteresse*“ geht Raub von „*rationalen Egoisten*“ aus, die aus rationalen Gründen auf Trittbrettfahrverhalten und opportunistisches Verhalten verzichten und dem Partner Vertrauen entgegenbringen. Dies deshalb, weil sie ihre kurzfristigen gegen die langfristigen Interessen abwägen und kooperativ sind, solange die langfristigen Kosten des Opportunismus ausreichend hoch sind, d.h. solange sich die Partnerschaft lohnt. Eine wichtige Rolle spielt dabei die wechselseitige Abhängigkeit, die Interdependenz, zwischen den Partnern. Die Akteure handeln zwar de facto moralisch, allerdings ausgehend von purem

³³ Die Spieltheorie liefert in diesem Zusammenhang wichtige Erklärungsansätze (vgl. Rasmusen 1989, Axelrod 1984, Kreps et al. 1982, Koller 1994; In: Kirchgässner 1999: 123ff.).

Eigeninteresse (vgl. Raub 1999: 239ff.). Raub möchte mit seiner Analyse verdeutlichen, dass es in langfristigen Beziehungen eigentlich keiner externen normativen Regelungen bedarf und sich diese aus den genannten Gründen selbst regeln. Damit unterstützt er die These von Durkheim, nämlich dass aus reziproken (langfristigen) Beziehungen genuin Moral hervorgeht. Kirchgässner und Gabriel weisen jedoch darauf hin, dass neben der Moral auch Interventionen des Staates zur Schaffung entsprechender Rahmenbedingungen für das Entstehen von Vertrauen notwendig sind (vgl. Kirchgässner 1999: 125 bzw. Gabriel 1999: 202). In diesem Sinne lässt sich der Begriff *Vertrauen* als das Produkt der beiden Konzepte *Gesetz* und *Moral* fassen.

Die Analyse von Raub bezüglich des Vertrauens in reziproken Beziehungen geht für die Integration ethnisch-pluralistischer Gesellschaften vielfach schon einen Schritt zu weit. Kontakt und Kooperation müssen nämlich zwischen Migranten und Angehörigen der österreichischen Mehrheitsgesellschaft vielfach erst aufgebaut werden, damit daraus auch Vertrauen entstehen kann. Die Frage nach Vertrauen oder Vertrauensbrüchen stellt sich daher oft noch gar nicht. Rohe (2006) stellt in seiner Studie im Auftrag des Innenministeriums fest, dass beispielsweise zwischen Muslimen und Österreichern „*ein insgesamt eher kontaktarmes, friedliches, aber von einiger Distanz geprägtes Nebeneinander besteht – „Integration“ auf niedrigem Niveau*“ (vgl. Rohe 2006: 44).

ad 2) Leistungen füreinander, solidarisches Handeln – solidarische Integration

In der Literatur wird mehrfach darauf hingewiesen, dass Solidarität ein auf moderne Gesellschaften bezogener Begriff ist, mit dem eine freiwillige, auf Mitmenschen ausgerichtete Handlungsorientierung gemeint ist. Im Unterschied zum vergleichbaren Konzept der *Sittlichkeit* in traditionellen Gesellschaften, ist Solidarität von den „*autonomen Entscheidungen der Einzelsubjekte*“ geprägt, insofern also nicht in dem Maße bindend und totalitär wie Sittlichkeit (vgl. Meyer 1997: 316). Für Habermas ist Solidarität *die* Ressource sozialer Integration bzw. verständigungsorientierten Handelns (vgl. Habermas 1992; In: Meyer 1997: 317f.).

Das Konzept der Solidarität geht auf Durkheim zurück. Angesichts der funktionalen Differenzierung moderner Gesellschaften führt er den Begriff der „*organischen Solidarität*“ ein. Für archaische Gesellschaften verwendet er den Begriff der „*mechanischen Solidarität*“. Solidarität in der Moderne könne nur dann entstehen, wenn die Organe genügend Kontakt zueinander haben (vgl. Pöttker 2005: 34ff.). Kontakt ist also die Voraussetzung für

Solidarität und damit für Integration. Welche Mechanismen müssen aber wirken, damit es durch Kontakt zu solidarischem Handeln kommen kann?

Fuchs operationalisiert Solidarität mit der Verteilung materieller Ressourcen in der Gesellschaft, wobei er eine extrem egalitäre Güterverteilung nicht als zielführend ansieht, sondern einen Mindeststandard in die Definition einführt:

„Je geringer die Anzahl der Mitglieder einer gesellschaftlichen Gemeinschaft ist, die sich in einer Notlage befindet, desto größer ist die soziale Integration dieser Gemeinschaft (und vice versa)“ (Fuchs 1999: 159).

Als einen zweiten Indikator für die Solidarität unter den Gesellschaftsmitgliedern führt Fuchs die *Vermeidung von Diskriminierung* auf der Basis von Grundversorgung an: Bürger, die grundversorgt sind und damit einen entsprechenden *„Freiheitsspielraum bei der Festlegung und Verfolgung ihrer Lebenspläne haben“*, sind demnach integriert.

„Je weniger Mitglieder einer gesellschaftlichen Gemeinschaft diskriminiert werden, desto größer ist die soziale Integration dieser Gemeinschaft (und vice versa)“ (Fuchs 1999: 159).

Wiederum stellt sich die Frage, welches Maß an Ungleichheit und Diskriminierung eine moderne, pluralistische Gesellschaft vertragen kann, ohne damit die Ausgrenzung größerer Gruppen und Desintegration zu erzeugen (vgl. Münch 1998; In: Fuchs 1999: 159). Negativszenarios werden im schlimmsten Fall als *„soziale Eruptionen“* bezeichnet. Darunter ist ein *„massenhafter Einsatz von illegalen Aktivitäten“* zu verstehen (vgl. Fuchs 1999: 161). Als Beispiel für eine Trotzreaktion marginalisierter Migranten können die Unruhen in Frankreich im Herbst 2005 gelten. Bei diesen Ausschreitungen haben Jugendliche überwiegend afrikanischer Abstammung hunderte Autos in Brand gesetzt. Die Ursachen dafür lassen sich mit *unzureichender struktureller und sozialer Integration* auf den Punkt bringen.

Erklärung von Solidarität

Der Schlüssel zur Solidarität ist für Durkheim die Arbeitsteilung. In seinem frühen Werk *Über soziale Arbeitsteilung* behandelt er diesen Ansatz. Baurmann (1999) rekonstruiert die wichtigsten Thesen daraus (vgl. Baurmann 1999: 89ff.). Zunächst hat soziale Solidarität für Durkheim zwei grundsätzliche Fundamente:

- a) Emotionen und Affekte
- b) Normen und Pflichten (näheres bei 4) *Regeln/Normen*)

ad a) Nach Durkheim ist solidarischer Handeln nur dann zu erwarten, wenn sich Menschen „lieben“ und „aneinander und an ein und derselben Gesellschaft hängen, an der sie teilhaben“ (vgl. Durkheim 1992: 173; In: Baurmann 1999: 88). Altruismus und „emotionale Bindungen zwischen den Individuen“ sind demnach also eine Grundvoraussetzung für positive Solidarität. Welche Mächte lassen nun Altruismus und Mitgefühl entstehen? In modernen Gesellschaften, in denen sich die Individuen sehr unähnlich sind, resultiert aus den Annahmen Durkheims die These, dass „die Arbeitsteilung innerhalb einer Gruppe zu einer emotionalen Bindung zwischen den Mitgliedern dieser Gruppe führt“ (vgl. Durkheim 1992: 102; In: Baurmann 1999: 89). Arbeitsteilung und Tausch sowie damit verbundene *wechselseitige Abhängigkeit* führen zu sozialen Beziehungen, die durch psychologische Vorgänge, nämlich eine Assoziierung des Anderen als Ergänzung der eigenen Person, auch weit über den konkreten Akt hinaus wirken (vgl. Durkheim 1992: 108; In: Baurmann 1999: 90).

Die Erklärung fasst Baurmann unter Berücksichtigung der Arbeiten von Durkheim und Homans (1972) so zusammen:

„Direkte soziale Beziehungen zwischen Individuen, die auf einer wechselseitigen Abhängigkeit beruhen, führen zu einer emotionalen Bindung zwischen diesen Individuen“ (Baurmann 1999: 91).

Die Erklärung lässt sich sowohl für Tauschbeziehungen als auch für Formen der arbeitsteiligen Zusammenarbeit anwenden. Baurmann ersetzt den von Durkheim verwendeten, negativ gefärbten, Begriff der „*wechselseitigen Abhängigkeit*“ durch „*reziproke Beziehung*“. Damit wird plausibler, dass daraus wechselseitig positive Emotionen entstehen. Dass reziproke Beziehungen zu reziprokem Altruismus führen ist durch soziobiologische und sozialpsychologische Theorien gestützt (vgl. Trivers 1971, Homans 1972, Kemper 1978, Alexander 1987, Frank 1992, Lawler 1992, Lawler und Yoon 1996; In: Baurmann 1999: 106). Die Abwandlung der Erklärung führt zu diesem Ergebnis:

„Direkte reziproke Beziehungen zwischen Individuen führen zu einer emotionalen Bindung zwischen diesen Individuen“ (Baurmann 1999: 106).

Bei einer reziproken Beziehung werden die wechselseitigen Beiträge im Hinblick auf ein gemeinsames Ziel geleistet. Im Vordergrund steht also nicht eine negative „*Abhängigkeit*“, sondern eine positive „*Zusammenarbeit*“.

Wie verhält sich dies nun in einer „*ausgedehnteren*“ Gruppe, in der nicht alle Mitglieder miteinander in Kontakt treten können? Kann dieser Erklärungsansatz also auch für die

Gesamtgesellschaft angewendet werden? Durkheim argumentiert, dass generalisierter Altruismus durch das Wissen um die Abhängigkeit auch unbekannter anderer Mitglieder entsteht. Damit ergibt sich die zweite Erklärung

„Indirekte soziale Beziehungen zwischen Individuen, die auf einer wechselseitigen Abhängigkeit beruhen, führen zu einer emotionalen Bindung zwischen den Individuen“ (Baurmann 1999: 94).

Der psychologische Mechanismus, der für die Entstehung dieser Form des Altruismus verantwortlich sein soll, wird von Durkheim nicht näher ausgeführt (vgl. Baurmann 1999: 94). Aus der wechselseitigen Abhängigkeit infolge der Arbeitsteilung geht demnach aber eine Moral hervor, die nicht überbewertet werden soll, sondern die eher als „*Minimalmoral*“ verstanden werden kann: als ein friedliches Konkurrieren. Als eine weitere Voraussetzung dafür, dass aus der Arbeitsteilung tatsächlich eine solidaritätsfördernde Wirkung hervorgeht, nennt Durkheim noch, dass die Bürger die gesellschaftlichen Verhältnisse *„im Großen und Ganzen als gerecht“* empfinden (vgl. Durkheim 1992 443ff.; In: Baurmann 1999: 95).

Wiederum kann die „wechselseitige Abhängigkeit“ durch eine „reziproke Beziehung“ ersetzt werden:

„Indirekte reziproke Beziehungen zwischen Individuen führen zu einer emotionalen Bindung zwischen diesen Individuen“ (Baurmann 1999: 108).

In der modernen Gesellschaft sind indirekte Beziehungen natürlich bei weitem in der Überzahl. Es ist davon auszugehen, dass indirekte Beziehungen aber nicht das selbe Maß an „*Hingabe*“ und „*Opferbereitschaft*“ auslösen wie direkte Beziehungen und die Intensität dieser Beziehungen auch empirisch schwerer zu beweisen ist.

Soweit zu Durkheims Erklärung, warum die Arbeitsteilung zu solidarischem Handeln führt. Übertragen auf die Integration von Migranten bedeutet der Aspekt der Entstehung sozialer Beziehungen und Moral aus der Arbeitsteilung bzw. aus wechselseitiger Abhängigkeit, dass die Grundvoraussetzung für das Entstehen von Kontakten zwischen Migranten und Angehörigen der Aufnahmegesellschaft die Eingliederung in die Arbeitswelt ist. Dieser Umstand verweist in den Bereich der strukturellen Integration. Der Ansatz von Durkheim schafft somit eine Brücke zwischen strukturell-ökonomischer (Arbeitswelt) und sozialer (Kontakte) Integration.

Die Problematik hinsichtlich der Solidarität in multiethnischen Gesellschaften besteht darin, dass Mitgefühl in erster Linie der eigenen ethnischen Gruppe gilt und nicht der Gesamt-

gesellschaft (vgl. Münch 1997: 102). Nunner-Winkler warnt in diesem Zusammenhang vor der spontanen Bereitschaft zur Solidarisierung mit der Eigengruppe in multikulturellen Gesellschaften, weil „*Menschen [damit] zu Destruktionen und Verletzungen von Fremdgruppen [...] fähig und bereit*“ werden (vgl. Nunner-Winkler 1997: 384, 386). Meyer verweist darauf, dass Solidaritätsempfindungen von Migranten für das Aufnahmeland und seine Bürger auch stark vom politischen Willen der Mehrheitsgesellschaft abhängig sind und Integration *in* die Aufnahmegesellschaft und Solidarität *mit* derselben Hand in Hand gehen (vgl. Meyer 1997: 328ff.). Den Medien kommt in diesem Zusammenhang auch eine wichtige Rolle zu, nämlich für eine umfassende und allgemeinverständliche Berichterstattung über die Funktionen der Teile der Gesellschaft zu sorgen (vgl. Pöttker 2005: 35, 36). Auch Vereine sind für den Aufbau von Solidaritätsnetzwerken besonders wichtig (vgl. Münch 1997: 97). Auf den Beitrag der verschiedenen gesellschaftlichen Teilbereiche bzw. Institutionen zur Integration sei auf das Kapitel 2.1.3 *Institutionen, die Integration fördern (können)* verwiesen.

Nach der Vorstellung der Teilaspekte des „*äußeren Verhaltens*“, Kontakte und Solidarität, folgt nun die Abhandlung der Sub-Indikatoren der „*inneren Einstellung*“: Werte/Ziele und Regeln/Normen.

ad 3) Werte/Ziele – kulturelle Integration

Die Kulturebene ist für Parsons (1971) die höchste Steuerungsebene für soziale Handlungen und im Konzept des Kommunitarismus³⁴ spielen „*starke Werte*“ eine wichtige Rolle (vgl. Keupp 1997: 296f.). Nunner-Winkler nennt neben Parsons auch Durkheim als Vertreter der Notwendigkeit geteilter Werteorientierungen für gelingende Integration. Sie stellt sich auf die Seite der beiden, schränkt jedoch ein, dass sie ausschließlich Werte meint, die dem Prinzip der Gleichheit folgen. Sie teilt nicht die Überzeugungen des Kommunitarismus von geteilten Wertvorstellungen im Sinne von Patriotismus, respektive besonderer Identifizierung und Solidarisierung mit der Eigengruppe (vgl. Nunner-Winkler 1997: 362, 383, 398).

³⁴ Der Kommunitarismus ist eine kapitalismus- und liberalismuskritische Strömung, die eine Krise moderner Gesellschaften (Werteverfall und Entsolidarisierung) identifiziert und den von der Ideologie des Neoliberalismus geförderten *Individualismus* dafür verantwortlich macht. Ziel der Kommunitaristen ist eine Rückbesinnung auf gemeinschaftliche Werte (community). Auf das theoretische Konzept des Kommunitarismus wird in der Arbeit mehrfach Bezug genommen, nicht aber im Detail eingegangen. Für nähere Informationen sei auf zwei wichtige Kommunitaristen verwiesen: Etzioni, A. (1994): *Jenseits des Egoismus-Prinzips. Ein neues Bild von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft*. Stuttgart; Taylor, C. (1993): *Wieviel Gemeinschaft braucht die Demokratie?* In: Transit 5, 5–20.

Die Zuschreibung einer großen Bedeutung der Werte für die Integration moderner Gesellschaften ist höchst umstritten. Die kulturelle Integration stellt den größten Streitpunkt aller *Ressourcen* gesellschaftlicher Integration dar. Deshalb wird die Frage nach einem allfälligen Wertekonsens noch an vielen Stellen der Arbeit auftauchen.

Fuchs unterscheidet hinsichtlich einer kulturellen Integration zwischen einer sachlichen und einer sozialen Dimension. Die sachliche Dimension meint die „*Kohärenz einer bestimmten Menge von Werten*“, aus denen sich ein Ganzes bildet, die soziale Dimension hingegen ist das „*Ausmaß, in dem sich die Mitglieder einer gesellschaftlichen Gemeinschaft an ein bestimmtes Wertemuster binden*“ (vgl. Fuchs 1999: 156). Geht es bei der sachlichen Dimension um den Inhalt der Werte, bezieht sich die soziale Dimension auf das Ausmaß der Identifikation bzw. auf die Anerkennung der Werte. Mithilfe der beiden Dimensionen formuliert Fuchs eine These zur kulturellen Integration:

„Je stärker in einer gesellschaftlichen Gemeinschaft ein kohärentes Wertemuster kognitiv repräsentiert ist, und je höher der Konsens mit diesem Wertemuster ist, desto größer ist die kulturelle Integration dieser Gemeinschaft (und vice versa)“
(Fuchs 1999: 156).

In einer komplexen, pluralistischen Gesellschaft stellt sich natürlich die Frage, welche Werte der Integration förderlich sind bzw. ob es überhaupt ein solches Wertemuster gibt (vgl. Fuchs 1999: 156). Konservative Autoren argumentieren dahingehend, dass ein ethischer Grundkonsens als Bedingung für eine gesamtgesellschaftliche Integration Voraussetzung ist (vgl. Burmeister 1999: 355). Hinsichtlich der Integration von Migrant*innen wird darüber diskutiert, „*wie viel kulturelle Homogenität*“ es brauche und wo beispielsweise „*eine ausgewogene Balance zwischen der Anpassung an die sog. „Mehrheits“-Kultur [...] und der Wahrung der Besonderheiten ihrer Herkunftskultur [läge]*“ (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007: 121).

Auf Minderheitenangehörige bezogen führt Neckel ein Bündel von Werten an, das offensichtlich für die Integration in westliche Gesellschaften relevant ist, nämlich die westliche *Arbeitsethik*. Der Theorie der „*culture of poverty*“ zufolge werden in ethnischen Minderheiten kulturelle Werte – wie beispielsweise geringe berufliche Ambitionen oder kurzfristige Handlungsorientierungen – reproduziert, die einen Aufstieg in der leistungsorientierten Mehrheitsgesellschaft verhindern (vgl. Lewis 1961 und 1968; In: Neckel 1997: 259f.).

Neckel hält dieses Erklärungsmuster für nicht zielführend und verweist auf sozialstrukturelle Modelle³⁵ (vgl. Neckel 1997: 263).

Auf Mehrheits- und Minderheitenangehörige gleichermaßen gemünzt, wird der Wert *Toleranz* häufig genannt (vgl. Nunner-Winkler 1997: 392). Konkret ist damit insbesondere die Vermeidung von Diskriminierung und Ausgrenzung sozialer Gruppen gemeint. Münch (1998) argumentiert, „*in dem Maße, in dem eine gegebene gesellschaftliche Gemeinschaft derartige Ausgrenzungen vornimmt, in dem Maße desintegriert sie sich*“ (Münch 1998; In: Fuchs 1999: 158). In modernen, pluralistischen Gesellschaften unterscheiden sich Wertevorstellungen nach Teilkulturen, die entweder durch eine interne Differenzierung oder durch Immigration von außen entstehen (vgl. Fuchs 1999: 166). Habermas (1996) meint, dass deshalb über einen Wertekonsens keine gesamtgesellschaftliche Integration erfolgen kann. Vielmehr ist in einer pluralistischen Gesellschaft neben der „*Anerkennung der Anderen als Freie und Gleiche*“ auch die „*Anerkennung der Anderen in ihrer Andersartigkeit*“ ein Kriterium. Daraus formuliert Fuchs eine weitere operationale Definition gesellschaftlicher Integration:

„*Je stärker die Tolerierung der Anderen in den Interaktionen der Mitglieder einer gesellschaftlichen Gemeinschaft ist, desto größer ist die soziale Integration dieser Gemeinschaft (und vice versa)*“ (vgl. Fuchs 1999: 170).

Gegenthesen zum kulturellen Konsens im Sinne einer „Leitkultur“

Zahlreiche Autoren vertreten also die Ansicht, dass eine gemeinsame Wertebasis oder „*Leitkultur*“, respektive eine homogene kulturelle Integration, keine Rolle spielen soll. Die rechtliche Integration gilt ihnen als hinreichende Bedingung (Näheres dazu bei 4) *Regeln/Normen*) (vgl. Rottleuthner 1999: 408; Habermas 1996; Dubiel 1999).

Dubiel vertritt – unter Berufung auf Simmel – die These, dass „*die empirische Annahme der Möglichkeit der Vermehrung von Konsens unhaltbar ist und moderne demokratische Systeme nicht auf Konsensus, sondern auf öffentlich inszeniertem Dissens beruhen*“ (Dubiel 1997: 427). Simmel stellt die Ansicht von Durkheim und Parsons, dass der Grad der gesellschaftlichen Integration am „*kulturellen Wertekonsensus*“ bemessen werden kann, in Frage und sieht eine „*gut integrierte Gesellschaft auf der Mitte einer Skala, die von dem Pol*

³⁵ In sozialstrukturellen Erklärungsmustern wird die Verantwortung für schlechte Aufstiegsmöglichkeiten von Jugendlichen mit Migrationshintergrund weniger ihrem Wertekorsett als strukturellen Bedingungen zugewiesen (vgl. Neckel 1997: 262).

vollständiger Dissoziation einerseits bis hin zum Pol stationärer Harmonie andererseits reichen würde“ (vgl. Dubiel 1999: 132). Das ist keine reine Gegenthese zu Durkheim im Sinne von „je mehr Streit desto mehr Integration“, sondern meint eine ausgewogene Mischung von Konflikt und Konsens. Simmel erkennt sogar in gewaltsamer Auseinandersetzung „vereinheitlichende Momente“, vorausgesetzt es werden Prinzipien der „Ritterlichkeit“ und der Fairness beachtet. Er sieht im „Streit“ ein „einfriedendes“ Potential. Wichtiger Bezugspunkt ist für Simmel die „Konkurrenz“ zwischen Individuen und Teilgruppen der Gesellschaft, wobei Konkurrenz die reinste Form von Streit ist, indem die Konkurrenten ihre Energie nicht auf den Gegner anwenden, sondern auf ein Gut, „an dessen Mehrung die Streitparteien idealiter ein gemeinsames Interesse haben“. In diesem Sinne hat Konkurrenz integrierende Effekte (vgl. Dubiel 1999: 134).

Den Prozess, der sich hinter dem integrativen Potential von Konflikten verbirgt, analysiert Coser (1965): Zum einen gelangen durch einen Konflikt die Normen und Verhaltensregeln, die vor dem Ausbruch vielfach in einem „Zustand der kommunikativen Latenz verharrten“, erst wieder ins Bewusstsein. Zum zweiten geben solche Fälle Anlass, Normen und Gesetze weiterzuentwickeln und so die gesellschaftliche Entwicklung voranzutreiben. (vgl. Coser 1965; In: Dubiel 1999: 134). Dahrendorf argumentiert in ähnlicher Weise und kritisiert den „herrschaftlichen Harmonismus“ sowie das „politische Heilsversprechen von totalitären Ordnungen, die Ursachen aller gesellschaftlichen Konflikte ein für alle Mal aus der Welt zu schaffen“. Dahrendorf sieht in Konflikten vielmehr ein „konstitutives Merkmal der Moderne“. Das Band, das moderne Gesellschaften zusammenhält, bestünde aus einer Kette „geregelter Konflikte“ (vgl. Dahrendorf 1965; In: Dubiel 1999: 135). Demokratische Gesellschaften erhalten sich also nicht dadurch, dass die Interessen und Meinungen von Streitparteien ständig einem Konsens geopfert werden, sondern dass diese Konflikte „nach Regeln ausgefochten“ werden. Kollektive Identität würde demnach aus dem Bewusstsein der gemeinsamen Bewältigung von Konflikten entstehen (vgl. Dubiel 1999: 138).

Hirschman (1994) bringt im Zusammenhang mit Konflikten einen Aspekt ins Spiel, der für die Integration von Migranten von Bedeutung ist. Er unterscheidet zwischen *teilbaren* und *unteilbaren* Konflikten, wobei mit teilbaren solche Auseinandersetzungen gemeint sind, die sich mit der Umverteilung beschäftigen, also ökonomischer Natur sind. Die Austragung teilbarer Konflikte ist in marktwirtschaftlichen Systemen professionell institutionalisiert und in der Regel fruchtbringend, d.h. gesellschaftlich integrierend. Als Merkmal führt er an, dass diese Konflikte die Eigenschaft haben, „gehegt“ werden zu können. Unteilbare Konflikte

oder auch „*Anerkennungs- oder Identitätskonflikte*“ sind Auseinandersetzungen entlang kultureller, „*askriptiver, leibnaher oder tief einsozialisierter Merkmale*“, beispielsweise Streit zwischen den Geschlechtern, zwischen Volksgruppen oder zwischen den Generationen. Unteilbare Konflikte bergen nach der Ansicht von Hirschman eine höhere Brisanz, weil noch kein vergleichbarer Mechanismus zur „*Hegung*“ gefunden ist. Es ist demnach unklar, ob in der derzeitigen Streitkultur aus diesen Konflikten auch ein positiver Einfluss auf die gesellschaftliche Integration hervorgehen kann (vgl. Hirschman 1994; In: Dubiel 1999: 140; bzw. Dubiel 1997: 428f.).

Dubiel gibt auf die eben gestellte Frage zum Teil eine Antwort. Er kritisiert am Ansatz von Hirschman, dass eine analytische Trennung nach teilbaren und unteilbaren Konflikten der empirischen Prüfung nicht standhält. Jeder teilbare Konflikt wird auch durch unteilbare Elemente begleitet, beispielsweise geht es in einem Tarifstreit auch um Identitätsfragen oder bei Auseinandersetzungen zwischen Volksgruppen immer auch um die Verteilungsproblematik. Sollte es trotzdem rein unteilbare oder unversöhnliche Konflikte geben, sind noch keine Verfahren zu ihrer Zivilisierung gefunden. Auf der anderen Seite stellen rein teilbare Konflikte kein Problem dar. Zur Hegung der eigentlich relevanten Konflikte, d.h. jener mit teilbaren und unteilbaren Elementen, wäre ein Minimalkonsens notwendig, der im politischen Raum in der Anerkennung der Daseinsberechtigung des „*Anderen*“ bestünde. Aufgabe einer künftigen gesellschaftlichen Entwicklung sollte es sein, Anerkennungs- und Identitätskonflikte zu zivilisieren und ähnlich wie im ökonomischen Bereich Regeln und Bedingungen zur „*geregelten*“ Konfliktaustragung zu schaffen. Ein erfolgreich gehegter Konflikt ist für Dubiel dabei nicht der „*Kompromiss konkurrierender strategischer Gruppen, sondern der unblutige Dauerstreit der demokratischen Öffentlichkeit*“ (vgl. Dubiel 1999: 141ff.). Für Dubiel ist also der *Dauerstreit der demokratischen Öffentlichkeit* für den gesellschaftlichen Zusammenhalt konstitutiv.

Auch Pöttker (2005) greift den Aspekt *Konflikt vs. Konsens* auf und meint gegensätzlich zu Dubiel, dass Konflikte nicht mehr integrativ sind, wenn sich die Konfliktparteien nicht aus dem Streit lösen, sondern ihn dauerhaft fortsetzen wollen (vgl. Pöttker 2005: 32). Diese Problemstellung zeigt sich immer wieder in der öffentlichen politischen Auseinandersetzung mit Migranten. Aus einem Dauerkonflikt versprechen sich insbesondere politische Parteien einen Nutzen. Neben dem Aspekt *Konflikt vs. Konsens* über Werte bringt Pöttker auch den Gedanken von *Homogenität vs. Heterogenität* der Gesellschaftsmitglieder ins Spiel. Es liegt auf der Hand, dass kulturelle Vielfalt auch eine Vielfalt an Werten und Zielen mit sich

bringt. Pöttker argumentiert, dass die assimilatorische Bestrebung, kulturelle Unterschiede so schnell wie möglich einzuebnen, auf kontraproduktive Widerstände stoßen kann und hier Vorsicht geboten ist (vgl. Pöttker 2005: 33). Heterogene Wertvorstellungen in pluralistischen Gesellschaften sind eine Faktizität. Auf die sich daraus ergebende Normenvielfalt wird im nun folgenden Abschnitt eingegangen.

Die beiden Dimensionen *Werte/Ziele* und *Regeln/Normen* können dabei in unmittelbarem Zusammenhang gesehen werden: Normen können nämlich als Mittel verstanden werden, um bestimmte Werte/Ziele zu erreichen (vgl. Friedrichs 1999: 270). Gemäß dieser Definition ist keine effektive analytische Trennung zwischen Werten/Zielen und Regeln/Normen möglich. Aus praktischen Gründen wird in dieser Arbeit dennoch eine solche vorgenommen. Dies geschieht auch deshalb, weil Werte/Ziele eher einen kulturellen Charakter haben und Normen eher einen strukturell-rechtlichen.

ad 4) Regeln/Normen – politische, rechtliche und moralische Integration

Luhmann, Coleman und Brennan und Buchanan sind sich einig, dass Interaktion die Einschränkung von Handlungsmöglichkeiten einzelner Individuen erzwingt. Sie benennen diesen Sachverhalt mit den Begriffen *generalisierte Verhaltenserwartungen*³⁶ (Luhmann), *Handlungsnormen* (Coleman) und *Handlungsregeln* (Brennan und Buchanan) (vgl. Fuchs 1999: 151). Auch Adam Smith und Durkheim haben auf die Bedeutung der Institutionalisierung normativer Rahmenbedingungen in Form von Moral und Gesetz zur Gewährleistung von Kooperation „trotz *divergierender individueller Interessenslagen*“ verwiesen. Durch moderne spieltheoretische Überlegungen wird diese Notwendigkeit bestätigt (vgl. Nunner-Winkler 1999: 294f.). Münch verweist auf die Notwendigkeit der Korrektur der „*negativen Begleiterscheinungen*“ der Ökonomie (vgl. Münch 1997: 82). Nunner-Winkler plädiert für einen „*Kanon gemeinsam für verbindlich erachteter inhaltlicher Normvorstellungen*“ nach den moralischen Prinzipien der Gleichheit und der Schadensvermeidung (vgl. Nunner-Winkler 1997: 364, 368, 397).

Ohne Zweifel verlangt das Zusammenleben in einer Gruppe Regeln. Warum die Individuen die Freiheitseinschränkungen akzeptieren, wird zumeist auf zwei Ebenen argumentiert: „*auf einer philosophischen Ebene, die sich auf anthropologische Annahmen stützt, und auf einer soziologischen Ebene, die regelkonformes Verhalten auf der Individualebene zu erklären versucht*“ (Fuchs 1999: 152). Auf der philosophischen Ebene geht es um den „*tief sitzenden*

³⁶ Damit sind die Handlungen gemeint, die in einer Situation typischerweise und normativ erwartet werden.

Wunsch der Menschen nach einem friedlichen Zusammenleben“. Ein solches ist nur dann möglich, wenn sich Jeder an gewisse Regeln hält. Das Konzept des gewaltfreien Umgangs miteinander führt Fuchs zu folgender operationaler Definition von gesellschaftlicher Integration:

„Je geringer die Anzahl von gewalttätigen Handlungen in den Interaktionen der Mitglieder einer gesellschaftlichen Gemeinschaft, desto größer ist die soziale Integration dieser Gemeinschaft (und vice versa)“ (Fuchs 1999: 152).

In der soziologischen Forschung werden verschiedene Determinanten der Befolgung der Handlungsnormen genannt, die von außen kommen oder der Person selbst entspringen können (vgl. Fuchs 1999: 153):

- Soziale Sanktionen (auf Basis sozialer Normen) und staatliche Sanktionen (auf Basis rechtlicher Normen)
- (Eingelebte) Gewohnheiten, (tradierte) Überzeugungen, (kalkulierte) Interessen und (kognitive) Einsichten der Person

Je besser Normen verinnerlicht sind (in Form von Gewohnheiten, Überzeugungen, Interessen oder Einsichten), desto weniger ist eine soziale oder behördliche Sanktionierung notwendig: Eine breite Akzeptanz von Gesetz und Recht erspart den Einsatz von Zwangsmechanismen (vgl. Würtenberger 1999: 380). Würtenberger erklärt die Akzeptanz von Gesetzen und Normen aus individualistischer Perspektive. Akzeptanz beruht demnach auf einem *„individual-psychologischen Vorgang des Abwägens, Wertens und Bewertens. Psychologisch betrachtet ist die Akzeptanzfrage eng mit individuellen Zielvorstellungen, mit der Bereitschaft zur Kommunikation und mit der Fähigkeit zu Einsicht und Toleranz verbunden“* (Würtenberger 1999: 381). Akzeptanz umfasst die Spannbreite von Konsens und Identifizierung mit (Rechts-)Normen bis hin zu Dissens und Ablehnung. Akzeptanz kann auch stattfinden, wenn eine Norm nicht hundertprozentig für *„richtig“* gehalten, im Zweifelsfall aber doch als Problemlösung angenommen wird. Durch die Akzeptanz von Recht und Gesetz erfolgt die rechtliche Integration, die die Systemstabilität wesentlich fördert (vgl. Würtenberger 1999: 382). Natürlich kann sich aufgrund eines Wandels in den Wert-, Gerechtigkeits- und Richtigkeitsvorstellungen auch Bedarf für Gesetzesänderungen ergeben. Zu beachten ist, dass die Rechtsnormen von der Rechtsüberzeugung einer breiten Bevölkerungsmehrheit getragen werden sollen. Allerdings: *„Die Fortbildung von Gesetz und Recht dürfe sich nicht an den Fieberkurven der Demoskopie orientieren“* (Würtenberger 1999: 368).

Im Hinblick auf die Sanktionsmöglichkeiten, im Falle dass doch Regeln übertreten werden, wird zwischen sozialen und rechtlichen Normen unterschieden. Rechtlichen Normen wird dabei eine höhere Verbindlichkeit zugeschrieben als sozialen, auch aufgrund der härteren Sanktionierung. In diesem Sinne wird rechtlichen Normen eine *höhere Strukturierungs- und Integrationsfähigkeit* (vgl. Fuchs 1999: 153) beigemessen. Rechts-Normen werden in einer differenzierten, komplexen Gesellschaft von den Mitgliedern eher geteilt und damit auch als soziale Normen anerkannt. Schlussfolgernd leitet Fuchs eine operationale Definition von gesellschaftlicher Integration im Hinblick auf die Einhaltung der Rechts-Normen ab:

„Je geringer die Anzahl von illegalen Handlungen in den Interaktionen der Mitglieder einer gesellschaftlichen Gemeinschaft, desto größer ist die soziale Integration dieser Gemeinschaft (und vice versa)“ (Fuchs 1999: 153).

„Normabweichler“ mit geringen Regelverletzungen würden dabei die Integrationskapazität der Rechtsnormen eher erhöhen als verringern, weil durch die Auseinandersetzung mit ihnen die Normen im Bewusstsein bleiben.

Auch wenn den sozialen Normen im Vergleich zu den Rechtsnormen keine so große Bedeutung eingeräumt wird, bringt ein Einvernehmen darüber nach Fuchs auch ein Mehr an gesellschaftlicher Gemeinschaft. Das führt ihn zu einer weiteren operationalen Definition:

„Je größer die Konformität mit den legitimen Normen in den Interaktionen der Mitglieder einer gesellschaftlichen Gemeinschaft, desto größer ist die soziale Integration dieser Gemeinschaft (und vice versa)“ (Fuchs 1999: 154).

Fuchs selbst bezeichnet dieses Kriterium als äußerst problematisch. Rechtsnormen dürften eine allgemeine Geltung beanspruchen, weil sie durch demokratische Verfahren gesetzt werden. Am Geltungsanspruch sozialer Normen in der pluralistischen Gesellschaft ist aber Zweifel angebracht. Habermas (1992) und Rawls (1993) argumentieren jedenfalls eindeutig dahingehend. Für Larmore (1990) ist nur ein Minimum an sozialen Normen, nämlich über den grundlegenden moralischen Umgang miteinander, realistisch (vgl. Fuchs 1999: 154).

Moral als Grundlage für Regeln und Normen

Moral wird von Regeln/Normen insofern unterschieden, als Moral als *motivationaler* Aspekt solidarischen Handelns gesehen wird, Regeln und Normen hingegen etwas über den Inhalt aussagen, also die *„Art und Weise wie die Gesellschaftsmitglieder zusammenwirken müssen“* (vgl. Durkheim 1992 434: In: Baurmann 1999: 95).

Luhmann meldet an einer moralischen Integration in der modernen Gesellschaft höchste Zweifel an (vgl. Luhmann 1998: 216; In: Nunner-Winkler 295). Nunner-Winkler hält dem entgegen, dass ein moderner, demokratisch und rechtsstaatlich verfasster Staat sehr wohl einen „*kollektiv geteilten Konsens über moralische Grundprinzipien (Gleichheit und Gleichachtung)*“ inkorporiert (vgl. Nunner-Winkler 1999: 296). Sie führt an, dass vielen Theoretikern eine moralische Integration in modernen Gesellschaften als nicht mehr notwendig, nicht mehr möglich und eigentlich auch nicht mehr praktisch gegeben erscheint. Den Thesen der „*Irrelevanz und Erosion von Moral*“³⁷ stellt sie entgegen, dass es sehr wohl einen breiten Konsens über eine „*Minimalmoral*“ gibt. Moralische Integration ist aus ihrer Sicht notwendig, „*sofern anders Kooperation unter anonymen Marktbeteiligten auf Dauer nicht zu sichern ist*“, und möglich, „*sofern demokratisch verfasste Rechtsstaaten in moralischen Voraussetzungen fundieren und gesellschaftlicher Zusammenhalt das Ergebnis vermittelnder Institutionen und nicht des bloßen Aufeinanderwirkens autopoetisch geschlossener Teilsysteme ist*“ (Nunner-Winkler 1999: 297). Ebenso betont Nunner-Winkler dass moralische Integration in modernen Gesellschaften auch wirklich ist. Aus ihrer Sicht herrscht entgegen „*der weit verbreiteten Wahrnehmung [...] ein breiter Konsens über die unverbrüchliche Gültigkeit moralischer Basisregeln*“ (Nunner-Winkler 1999: 298)³⁸. Sie hält solch geteilte Moralvorstellungen für die Funktionsfähigkeit demokratisch verfasster Gesellschaften für unerlässlich (vgl. Nunner-Winkler 1999: 293). Auch Meyer betont, dass eine „*Einigung auf einen moralischen und menschenrechtlichen Rahmen, in dem sich die unterschiedlichen Ethiken und Lebensentwürfe entfalten können*“ nicht abwegig ist und damit fundamentalistische Verhärtungen, die es beispielsweise in jeder Religion gibt, verhindert werden können (vgl. Meyer 1997: 325).

Burmeister nennt in gleicher Intention einen „*ethischen Grundkonsens*“ als „*kleinsten gemeinsamen Nenner*“ bzw. als Basis und Maßstab dafür, dass die normativ gesetzten

³⁷ Die Thesen zum Verfall, der Individualisierung oder Relativierung von Moral und Sitten werden an dieser Stelle nicht näher diskutiert. Es sei nur auf entsprechende Literatur verwiesen: Luhmann 1998, Heitmeyer 1997a und 1997n, Habermas 1992, Münch 1994.

³⁸ Nunner-Winkler stützt sich für die Nennung von Beispielen insbesondere auf die Allensbach-Umfrage 1997. Neben der allgemeinen breiten Akzeptanz des demokratischen Rechtsstaats und des Gewaltmonopols nennt sie weiters Treue, Ehrlichkeit und Verlässlichkeit als zentrale Werte für einen überwiegenden Teil der Bevölkerung. Besonders unter Kindern wird der breite alltagsweltliche Konsens deutlich (vgl. Nunner-Winkler 1999: 299). Es gibt also einen fast vollständigen Konsens über die universelle Gültigkeit basaler moralischer Normen sowie eine weit verbreitete Bereitschaft, diese Normen auch ohne äußere Überwachung zu befolgen. Auch die Reproduktion der Moral, d.h. die Übertragung auf die Kinder ist zufrieden stellend (vgl. Nunner-Winkler 1999: 313ff.).

Regeln von der Mehrheit der Bürger als „*richtig*“ anerkannt und akzeptiert werden (vgl. Burmeister 1999: 355).

Wie entstehen nun Regeln und Normen?

Gemäß dem individualistischen Ansatz von Durkheim (in der Interpretation von Baumann 1999) gehen aus der Arbeitsteilung genuin die Moral sowie die Regeln und Normen hervor, derer die arbeitsteilige Gesellschaft bedarf. Dabei ist zu beachten, dass diese Entwicklung nicht als Umbruch, sondern als ständige Weiterentwicklung eines bereits bestehenden Gesellschaftssystems zu verstehen ist. Die Arbeitsteilung produziert also die Regeln und Normen selbst, ohne die ihre Funktionen nicht koordiniert werden könnten.

Die Erklärung dafür ist, dass der Entstehung von Regeln und Normen ein Habitualisierungsprozess zu Grunde liegt, in dem sich Gewohnheiten zu Verhaltensregeln entwickeln, weil die Praxis sie als brauchbar hervorgebracht hat. *„In sozialen Beziehungen zwischen Individuen, die auf einer wechselseitigen Abhängigkeit beruhen, entwickeln sich Gewohnheitsregeln, aus denen verpflichtende Normen entstehen“* (vgl. Baumann 1999: 98).

In späteren Arbeiten vollzieht Durkheim eine anti-individualistische Wende und stellt infrage, dass aus den Sozialkontakten an sich Solidarität, Moral und Normen entstehen können. Vielmehr verweist er dann auf Autoritäten und das Kollektiv. Die solidarischen Gefühle gelten also im neuen Ansatz als Erstes dem Kollektiv und nicht einzelnen Mitgliedern der Gruppe. Die moralische Autorität des Kollektivs nimmt die entscheidende Rolle bei der Beziehung unter den Gruppenmitgliedern ein. Nach dieser Sichtweise sind die Gefühle der Solidarität zu anderen Gruppenmitgliedern also *„nur noch bloß Abfallprodukte einer Solidarität gegenüber der Gruppe“* (vgl. Baumann 1999: 102). *„Selbstlosigkeit“* und *„Hingabe“*, also altruistische Gefühle, sind nicht vorrangig interindividuell orientiert, sondern entstehen aus moralischer Verpflichtung dem Kollektiv gegenüber. Durkheim glaubt nicht mehr daran, dass Moral und Normen genuin aus der Arbeitsteilung und den damit verbundenen interindividuellen Sozialkontakten hervorgehen können. Normen würden nämlich der Sanktion durch eine Autorität bedürfen. Das Individuum handle in einer Art voreiligen Gehorsams gegenüber der moralischen Autorität und das Kollektiv und nicht das Individuum sei Schöpfer und Ziel der Moral. (vgl. Durkheim 1995: 83; In: Baumann 1999: 104). Baumann gibt zwar Durkheims späterer Ansicht Recht, dass eben nicht alle Normen aus Gewohnheiten hervorgehen, wie beispielsweise das Verbot zu töten oder zu lügen. Er versucht aber trotzdem, den ursprünglichen individualistischen Ansatz von Durkheim weiter

zu verfolgen und nicht Zuflucht bei einer „*moralischen Autorität*“ zu suchen. Er kommt zu dem Schluss, dass Individuen durch die Einhaltung von Normen, wie etwa Vertragstreue oder „*Du sollst nicht töten*“, andere aber natürlich auch sich selbst vor Schaden bewahren, nämlich dann, wenn diese Norm von *allen* vertreten und ein entsprechendes Verhalten von *allen* auch eingefordert wird. Der verpflichtende Charakter der Norm entsteht daraus, dass die Individuen wechselseitig die Einhaltung der Norm verlangen und die Einhaltung im Interesse aller ist.

„Die Pflicht, eine Norm zu befolgen, besteht immer dann, wenn die allgemeine Geltung und Befolgung der Norm dem Willen aller Beteiligten entspricht. Gegen eine solche Pflicht handelt ein Normadressat demnach dann, wenn er die Norm missachtet, deren allgemeine Geltung und Befolgung er selber und alle anderen wünschen und deren Befolgung er von anderen verlangt“ (Baurmann 1999: 112).

Minimalkonsens und Minimalmoral

Über eines sind sich die Autoren mehrheitlich einig: Ein gewisses Maß an Akzeptanz der Herrschaftsordnung ist Voraussetzung für das Gelingen sozialer Integration auf der Mikroebene. Genauso wie die Integration einer Person in eine Gruppe *graduell* zu verstehen ist, verhält es sich auch mit dem Ausmaß der Akzeptanz von Gruppennormen.

Mit Blick auf die Makroebene dreht sich die sozialwissenschaftliche Diskussion seit den 1980er Jahren darum, inwieweit in modernen, pluralistischen Gesellschaften überhaupt ein Konsens über die Normen erreicht werden kann. Thesen der Individualisierung, der sozialen Differenzierung und des Werteverfalls sowie der Pluralisierung von Werten und Normen werden in diesem Zusammenhang diskutiert (siehe Kapitel 2.1.4 *Desintegrationspotentiale*).

Auf die Thesen der Individualisierung und Differenzierung wird an dieser Stelle nicht näher eingegangen, vielmehr wird mit der Annahme weitergearbeitet, dass zum Funktionieren einer Gruppe ein Mindestmaß an verbindlichen Normen gegeben sein muss, wie das auch Friedrichs/Jagodzinski mehrmals betonen (vgl. Friedrichs/Jagodzinski 1999: 29ff., 38). Nunner-Winkler spricht von einer „*universalistischen Minimalmoral*“ (vgl. Nunner-Winkler 1986b: 14; Friedrichs/Jagodzinski 1999: 39; Nunner-Winkler 1999: 293) und Kirchgässner ebenfalls von einer „*Minimalmoral*“ (vgl. Kirchgässner 1999: 126). Nach liberalistischer Vorstellung ist ein Minimalkonsens über die Rahmenbedingungen notwendig, aber auch ausreichend (vgl. Friedrichs/Jagodzinski 1999: 16). Trotz (angeblicher) minimaler Quantität gibt es über diese verbindlichen Normen jedoch keine Klarheit. Münch nennt als

Voraussetzung für politische Integration den Konsens über die Regeln der Herrschaftsausübung (vgl. Münch 1997: 84).

Fazit zu den Indikatoren gesellschaftlicher Integration

In der Literatur wird mit Blick auf das Individuum (Mikroebene) hinsichtlich der Integration zwischen zwei weitreichenden Dimensionen unterschieden: dem „äußeren“ Verhalten und der „inneren“ Einstellung. *Echte* Integration kommt aus Sicht von Friedrichs/Jagodzinski nur dann zustande, wenn beide Bedingungen erfüllt sind. Kontakte in der Gruppe (Interaktion) und auch wirtschaftliche Zusammenarbeit (Kooperation) reichen demnach nicht aus, um von einer gelungenen Integration in der Gruppe zu sprechen. Ein „*Wir-Bewusstsein*“ respektive eine Identifikation mit den Zielen und Werten der Gruppe soll damit einhergehen. Diese Ansicht ist umstritten. Weitgehend einig sind sich die Autoren wiederum darin, dass eine Akzeptanz der grundlegenden Rechts-Normen (Verfassung) notwendig ist; dieser Umstand wird als *Minimalkonsens* bezeichnet, unabhängig davon, dass der Grad der Normierung und der Regelung ein dauerhafter Streitpunkt der politischen Auseinandersetzung ist.

Der entscheidende Knackpunkt in der politischen und auch sozialwissenschaftlichen Auseinandersetzung ist also der Grad der kulturellen Integration respektive das Ausmaß eines Konsenses über Werte und Ziele sowie soziale Normen. Unmittelbar aus dieser Konfliktlinie gehen auch die Modelle der Integration von Migranten hervor. Auf der einen Seite des Spektrums steht das Modell der Assimilation, das eine kulturelle Anpassung aller verlangt, auf der anderen Seite das Modell der pluralistischen, multikulturellen Gesellschaft, in der kulturelle Unterschiede bewusst anerkannt und gefördert werden. Die beiden Modelle werden im Kapitel 2.3 *Modelle der Integration von Migranten* noch im Detail vorgestellt.

2.1.3 Institutionen, die Integration fördern (können)

Institutionen leisten einen erheblichen Beitrag zur Integration. In diesem Abschnitt werden deshalb politische und andere relevante Institutionen vorgestellt, von denen ein Beitrag zur Integration erwartet wird. Darunter finden sich auch Institutionen der gesellschaftlichen Teilbereiche *Medien* und *Sport*. Bevor näher darauf eingegangen wird, erfolgt eine Definition des Institutionsbegriffs.

Fuchs subsumiert aus den unterschiedlichen Vorstellungen was unter Institutionen verstanden wird: „*dauerhafte Regeln für das Verhalten von Akteuren in Handlungssituationen*“, die

dazu eine gesellschaftliche Bedeutung haben, und er definiert schlussfolgernd Institutionen als

„Komplexe von rechtlich kodifizierten Handlungs-Regeln [...], die eine strategisch bedeutsame Funktion im Rahmen primärer gesellschaftlicher Systeme erfüllen“
(Fuchs 1999: 164; angelehnt an Parsons 1969).

Institutionen sind also Regel-Strukturen mit einer Bedeutung in einem der gesellschaftlichen Teilsysteme, wie beispielsweise der Politik. Zintl (1999) verwendet für seine Definition die Metapher des Spiels: Institutionen sind demnach *„so etwas wie Spielregeln [...], während unsere Handlungen als Strategien oder Spielzüge im Rahmen dieser Spielregeln verstanden werden können“* (Zintl 1999: 180).

Institutionen selbst handeln nicht, sondern Akteure handeln im Rahmen von Institutionen. Allerdings gehen mit Institutionen Verhaltens- bzw. Handlungsregelmäßigkeiten einher. Mit der Kenntnis einer Institution kann das Verhalten ihrer handelnden Individuen bis zu einem gewissen Grad vorhergesagt werden. Natürlich kann eine Institution Verhalten nicht zu 100 % determinieren, aber ohne Verhaltenssteuerung wäre eine Institution *„nicht (mehr) wirksam“* oder *„nicht (mehr) existent“* (vgl. Zintl 1999: 180).

Der Zusammenhang zwischen gesellschaftlicher Integration und Institution ist wechselseitig. Institutionen nehmen Einfluss auf die Integration, Integration setzt aber auch Institutionen voraus (vgl. Zintl 1999: 181). Zintl betont, dass *„eine Institutionentheorie immer auch eine Theorie menschlichen Handelns“* ist. Institutionalistische Theorien sind keine Alternative zu individualistisch-intentionalistischen Theorien, sondern eine Ergänzung, indem sie den Kontext der Handlungen spezifizieren (vgl. Zintl 1999: 187).

Im Zusammenhang mit Migranten diskutiert man die Problematik, dass ihnen eine angemessene Teilhabe in den öffentlichen Institutionen der Aufnahmegesellschaft, wie beispielsweise in der Politik, in den Medien oder in den Sportvereinen, verwehrt ist. Diese Auffassung ist unmittelbar verknüpft mit der Integration in die Gesamtgesellschaft, denn eine unzureichende Integration in die Institutionen wird eigentlich gleichgesetzt mit unbefriedigender gesellschaftlicher Integration insgesamt. Institutionen bzw. Organisationen sind Mikrokosmen, die stellvertretend für die Gesamtgesellschaft stehen. Institutionen stellen in diesem Sinne eine Verbindung zwischen struktureller und sozialer Integration her.

Im Folgenden werden Institutionen und Institutionssysteme im Umfeld von Wirtschaft, Staat, Medien und Sport betrachtet. Staatliche, politische bzw. rechtliche Institutionen haben

deshalb eine große Bedeutung, weil sie Entscheidungen durchsetzen, die für die Gesamtgesellschaft relevant und bindend sind (vgl. Fuchs 1999: 164). Insbesondere medialen und sportlichen Institutionen wird ein Einfluss auf die soziale Integration attestiert.

Wirtschaft

Nach Durkheim ist die arbeitsteilige Wirtschaft das hervorragende Institutionensystem, das Moral und Normen/Regeln, also im weiteren Sinne Integration, genuin hervorbringt. Angesichts der Entwicklungen der Globalisierung gerät die These von der integrierenden Kraft der Wirtschaft ins Wanken (siehe Kapitel 2.1.4 *Desintegrationspotentiale*). Heitmeyer betont, dass sich durch die Abwanderung von Arbeitsplätzen nach außen und die Zuwanderung von Arbeitssuchenden nach innen soziale wie ethnisch-kulturelle Problemzonen aufbauen. Die wirtschaftliche Globalisierung untergräbt zudem die soziale Marktwirtschaft respektive die marktkorrigierenden politischen Institutionen. Diese Entwicklung sieht Heitmeyer als Amerikanisierung der Wirtschaft (vgl. Heitmeyer 1997p: 46), die in jüngerer Zeit auch mit dem Begriff „*schrakenloser Heuschreckenkapitalismus*“ betitelt wird.

Politische Institutionen

Lösungen für das Gelingen der gesellschaftlichen Integration werden „*in einer angemessenen Gestaltung der politischen Institutionen*“ gesehen (vgl. Fuchs 1999: 147). Moderne Gesellschaften können demnach vor allem durch politische Institutionen integriert werden (vgl. Fuchs 1999: 150).

Wie bereits in den vorangegangenen Kapiteln angesprochen, können in der pluralistischen Gesellschaft tradierte Werte und soziale Normen nur begrenzt oder sogar gar nicht zur gesellschaftlichen Integration beitragen. Rechts-Normen rücken in den Vordergrund, da sie für alle Teil-Gruppen der Gesellschaft durch demokratische Verfahren legitimiert sind und durch die Sanktionsmacht des Staates durchgesetzt werden können. Beides gilt für soziale Normen nicht (vgl. Fuchs 1999: 166). Die gesellschaftliche Integration kann also in modernen Gesellschaften nur durch eine Verfassung erfolgen. Eine solche Grundstruktur an Gesetzen gibt in der demokratischen Herrschaftsordnung der pluralistischen Gesellschaft die Leitlinie vor. Die Verfassung legt dazu Grundrechte und Institutionen fest. Grundrechte nehmen dabei eine Art Zwischenstellung zwischen den Werten der Kulturebene und den Regeln der Strukturebene ein. Alexy (1994) bezeichnet die Grundrechte als Prinzipien. Natürlich muss die Verfassung von den Gesellschaftsmitgliedern unterstützt werden, damit

sie zur Geltung kommen kann. Fuchs argumentiert, dass es aus Rücksicht auf die pluralistische Gesellschaft an die Verfassung Anforderungen der „*Neutralität*“ und des „*Minimalismus*“ gibt. Die Freiheitsspielräume der Bürger sollen so wenig wie möglich eingeschränkt werden und zudem muss gegenüber den ethischen Grundsätzen der Teilgruppen eine neutrale Position eingenommen werden (vgl. Fuchs 1999: 168).

Burmeister bezweifelt die Allmacht der Verfassung und stellt sich gegen die Ansicht, dass rechtlich-moralische Integration allein durch das staatliche Rechtssystem erfolgen kann und soll. Auch spricht er sich dagegen aus, dass konkrete zwischenmenschliche Werte in eine Verfassung Eingang finden. Vielmehr vertritt er die These, dass ein ethischer Grundkonsens aus den öffentlichen Debatten der gesellschaftlichen Gruppierungen hervorgehen muss und dem Staat nur die Überwachung des geltenden Rechts obliegt. Recht zu verändern und den aktuellen gesellschaftlichen Verhältnissen anzupassen, ist Aufgabe der bürgerlichen Gesellschaft und nicht die eines „wertneutralen“ Staates (vgl. Burmeister 1999: 367, 372).

Die Legitimation der Verfassung und des Rechts hängt also von der Zustimmung der Bevölkerung ab. Über die Indikatoren *Vertrauen* in die staatlichen Institutionen der Parteidemokratie (Parlament, Regierung) und des Rechtsstaates kann die Akzeptanz derselben gemessen werden (vgl. Gabriel 1999: 199ff.). Allerdings herrschen zwischen den Demokratietheoretikern unterschiedliche Ansichten über das Ausmaß von Vertrauen und Misstrauen, das politischen Institutionen, Führungsämtern und Politikern entgegengebracht werden soll. Die liberale Theorie nimmt speziell auf das *Misstrauen* Bezug, das „*als Mittel gegen den Missbrauch politischer Macht und zur Herstellung politischer Responsivität genutzt wird*“. Verschiedenen Institutionen, beispielsweise den Medien, kommt in der Demokratie eine kontrollierende Funktion zu. Konsensualistische Theorien gehen zwar auch nicht von einem „*blinden*“ Vertrauen aus, setzen aber ein höheres Maß an Vertrauen in die Politik voraus. Schlussfolgernd spricht Gabriel von einer „*gesunden Mischung*“ von Vertrauen und Misstrauen als Voraussetzung für das Funktionieren der politischen Institutionen (vgl. Gabriel 1999: 205).

Der Staat als Institutionensystem trägt durch die Setzung und Vollziehung des Rechts zur sozialen Integration bei (vgl. Burmeister 1999: 356). Durch Maßnahmen der Vermögens- und Einkommens-Umverteilung sind zusätzliche Steuerungsmöglichkeiten gegeben. Mithilfe der Umverteilung kann beispielsweise das Maß an Neidfreiheit in der Gesellschaft erhöht und damit die Kriminalität verringert werden. Individuen sehen sich dann in geringerem

Ausmaß gezwungen, ihre schlechte Position durch unlautere Mittel zu verbessern (vgl. Kirchgässner 1999: 118ff.).

Medien

Vlasic (2004) beschreibt in seiner umfassenden Behandlung der „*Integrationsfunktion der Massenmedien*“ fünf zentrale Dimensionen, die als „*traditionelle Modelle der Integration durch Massenmedien*“ verstanden werden können (vgl. Vlasic 2004: 67):

- 1) Bereitstellung gemeinsamer Themen/Wissensbasis
- 2) Ermöglichung von Repräsentation
- 3) Herstellung (politischer) Öffentlichkeit
- 4) Vermittlung gemeinsamer Normen und Werte
- 5) Konstruktion von Realität

Die institutionalisierten Massenmedien informieren und unterhalten, sie vermitteln zwischen den gesellschaftlichen Gruppen und damit einhergehend transportieren sie Werte, Sinnstrukturen und gemeinsame Erfahrungen, die über unterschiedliche kulturelle Gruppen hinweg konstituierend für die Gesellschaft sind. In der Kommunikationswissenschaft werden diese Effekte als *Agenda-Setting*³⁹ und *Kultivierung*⁴⁰ bezeichnet (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007: 125; Vlasic 2004: 53ff.).

Der Beitrag der Medien zum Integrationsprozess „*besteht in der Schaffung [...] symbolischer Gemeinschaften*“ (vgl. Dörner 2000; In: Schneider/Arnold 2006: 96). Medien sind Realitätskonstrukteure. Sie repräsentieren und reflektieren nicht (nur) die Wirklichkeit, sondern generieren durch Selektion und Strukturierung eine Medienöffentlichkeit (auch) abseits der Realität. Insofern kommt der öffentlichen Kommunikation in einer multiethnischen Gesellschaft die wichtige Rolle zu, über die verschiedenen Volksgruppen ausführlich und ausgeglichen zu berichten und das nicht nur im Katastrophenfall. Eine auf diese Weise akzentuierte Massenkommunikation könnte die Konfliktpotenz, die der multikul-

³⁹ Die Agenda-Setting-Theorie wurde 1972 unter diesem Namen von McCombs/Shaw in die Medienwirkungsforschung eingeführt (vgl. McCombs/Shaw 1972). Sie besagt, dass die Massenmedien nicht unbedingt einen Einfluss darauf haben, *wie* oder *was* das Publikum zu einzelnen Themen denkt, aber *worüber* es überhaupt nachdenkt und redet. Es wird also ein enger Zusammenhang zwischen Medien-Agenda und Publikumsagenda postuliert (vgl. Bonfadelli: 2004: 21; Vlasic 2004: 54).

⁴⁰ Die Kultivierungstheorie stammt vom Forscherteam um Gerbner. Ihr zufolge ist das Fernsehen im Enkulturationsprozess zum bedeutendsten Faktor geworden. Es sozialisiert die Seher und weist ihnen standardisierte Rollen und Verhaltensweisen zu. Einstellungen würden durch das Fernsehen homogenisiert (vgl. Gerbner/Gross 1976; Gerbner/Gross/Morgan/Signorielli 1982, 1986, 1994; In: Vlasic 2004: 53; Bonfadelli 2004: 21f.).

turellen Gesellschaft innewohnt, begrenzen und damit einen Beitrag zur gesellschaftlichen Integration leisten (vgl. Sarcinelli 1997: 403, 423f.). ARD/ZDF betonen, dass insbesondere dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk die Aufgabe zukommt, „den *Dialog der Kulturen zu fördern, Hintergründe von Konflikten zu verdeutlichen und das friedliche Miteinander von Menschen unterschiedlicher Herkunft zu unterstützen*“ (vgl. ARD/ZDF 2007: 426). Vlasic weist darauf hin, dass im Nachkriegsdeutschland die öffentlich-rechtlichen Medien sogar explizit den politischen Auftrag erhalten haben, eine Integrationsfunktion wahrzunehmen (vgl. Vlasic 2004: 51).

Für eine detaillierte Darstellung der *allgemeinen* Integrationsfunktion der Medien sei an dieser Stelle auf die Dissertation von Vlasic verwiesen (vgl. Vlasic 2004). Der wissenschaftliche Forschungsstand zur Rolle der Medien bei der *Integration von Migranten* wird in der vorliegenden Arbeit noch ausführlich dargelegt (siehe Kapitel 3 *Forschungsstand zu „Migranten-Medien-Integration“*).

Neben der Auseinandersetzung in der Wissenschaft ist die Rolle der Medien im Integrationsprozess auch immer wieder selbst Gegenstand medialer Diskussionen. Im Literaturverzeichnis ist deshalb eine Reihe diesbezüglicher Artikel in Tageszeitungen aus jüngerer Zeit angeführt (siehe Kapitel 8.1 *Öffentlicher Diskurs zu „Medien und Integration“*).

Sport

Das Integrationspotential des Sports und der sportlichen Institutionen für moderne Gesellschaften wird in öffentlichen und auch in wissenschaftlichen Zusammenhängen immer wieder kontrovers diskutiert (siehe Kapitel 8.2 *Öffentlicher Diskurs zu „Sport und Integration“* bzw. vgl. Braun 2006; Cachay/Thiel 2000; Crawford 2004; Jütting 1995; Karlik 2005; Lichtenauer 1995; Rummelt 1995; SORA 2008; Weber 2008; Weiß 1990; Weiß 1999).

Dem aktiv ausgeübtem Sport wird insbesondere für die Eingliederung junger Menschen in die Gesellschaft eine wichtige Rolle zugeschrieben. Freundschaft, Teamgeist, Fairness und Chancengleichheit sind nur einige Werte, die der Sport zu vermitteln im Stande ist (vgl. Braun 2006; Weiß 1990: 13). Das gleiche gilt auch für die Einbindung von Menschen mit Migrationshintergrund. In der Praxis gelingt eine solche Eingliederung aber nicht immer, auch Aus- und Abgrenzung sind an der Tagesordnung. Rummelt betont, dass Sport für die Integration von Migranten eine Reihe von Funktionen und Aufgaben erfüllen *kann*, dafür aber entsprechende integrationsförderliche Rahmenbedingungen notwendig sind. Als Vorzüge des Sports, die ihn zum potentiellen Integrationsförderer machen, nennt Rummelt

unter anderem die Überschaubarkeit der Regeln, Normen und Werte (1), das oft sprachunabhängige, weil nonverbale, Funktionieren der Kommunikation (2), das Prinzip der Chancengleichheit (3) und das Hervorrufen lust- und spaßbetonter Emotionen beim Sport (4). Dazu kommt, dass Migranten aus ihren Herkunftsländern einen ähnlichen sportlichen Sozialisationshintergrund haben (5) (vgl. Rummelt 1995: 147ff.; zur Integrationsfunktion des Sports weiters: Jütting 1995; Lichtenauer 1995). Der gemeinsam erlebte Sport übt eine Kultivierungsfunktion aus und hilft Solidaritätsnetzwerke aufzubauen, die auch darüber hinaus wirken können. Gemeinsame Interessen und lockere Umgangsformen im Sport machen es einfacher als anderswo Kontakte zu knüpfen (vgl. Münch 1997: 97; Meyer 1997: 327; Lichtenauer 1995: 4).

Neben dem aktiv ausgeübten Sport kultiviert auch der passiv (über Medien) rezipierte Sport: auch der Fernhesport *kann* verbindend wirken. Anlässlich sportlicher Großereignisse wie Fußball-Welt- oder Europameisterschaften gerät die Integrationsfunktion des Mediensports verstärkt in den Blickpunkt der Öffentlichkeit und der Sozialwissenschaft (siehe Kapitel 8.2 *Öffentlicher Diskurs zu „Sport und Integration“* bzw. vgl. Friemel 2009; Wernecken/Bacher 2006).

Beispielsweise hat das Wiener sozialwissenschaftliche Forschungsinstitut SORA mit fünf moderierten Gruppendiskussionen (Fokusgruppen) vor der Fußball-Europameisterschaft 2008 in Österreich diese verbindende Wirkung ausgelotet (vgl. SORA 2008). In je einer Gruppe diskutierten Frauen über 35 Jahren, Männer über 35 Jahren, Frauen unter 35 Jahren, Männer unter 35 Jahren sowie Männer mit Migrationshintergrund. Themen waren die Stimmungslage vor der Fußball-EM im eigenen Land sowie die Einstellung zur verbindenden Wirkung von Fußball im Allgemeinen.

In Erwartung des sportlichen Großereignisses kamen Ängste vor alkoholisierten und randalierenden Fußballfans genauso zum Ausdruck wie die Freude auf das gemeinschaftliche Erleben auf den Fanmeilen und die Chancen auf Kontakte mit ausländischen Gästen. Der Großteil der Fokusgruppenteilnehmer freute sich auf ein multikulturell begangenes Fest. Als wichtiger Beweggrund dafür, einem Fußballspiel live beizuwohnen, gilt das Gemeinschaftserlebnis und als positiver Nebeneffekt, dass der Fußball Gesprächsstoff liefert (vgl. SORA 2008: 5).

Hinsichtlich des Integrationspotentials wird dem Fußball in jedem Fall ein verbindender Charakter zwischen den Generationen und bedingt zwischen den Geschlechtern⁴¹ und den sozialen Schichten⁴² attestiert. Die positiven Einschätzungen für eine verbindende Funktion beziehen sich dabei insbesondere auf das Feld der aktiven Sportausübung: auf den Vereinsfußball. In Bezug auf das Integrationspotential des Fernsehfußballs zwischen den verschiedenen Kulturen und Volksgruppen kommt in der SORA-Studie und auch in anderen Untersuchungen der ambivalente Charakter des Sports zum Ausdruck: Einerseits bringt der Fußball Anhänger verschiedener Mannschaften durch das gemeinsame Interesse zusammen, andererseits trennt er in gewisser Hinsicht Menschen unterschiedlicher Kultur und/oder Nationalität. Gemeinschaftsgefühl wird beim Fußball nämlich vorwiegend über das nationale Spielresultat hergestellt (vgl. Eichberg 2001: 56; In: SORA 2008: 14; Jütting 1995: 160f.; Wernecken/Bacher 2006: 225f.). In manchen Fällen führt das zu einem übersteigerten Nationalismus, den Kreisky so begründet: „*Weil Nationalismus und Rassismus als Vergemeinschaftungsformen in offener Weise nicht mehr angebracht scheinen, wird Fußball (wie Sport überhaupt) zum nützlichen Surrogat dafür*“ (Kreisky 2006: 34; In: SORA 2008: 15). In ähnlicher Weise wie mit dem Ausleben nationaler Gefühle verhält es sich auch mit Aggressionen und Gewalt, die im fußballerischen Umfeld immer wieder vorkommen. Aggressionen, die jede Person in sich trägt, müssen aber nicht zwangsläufig durch körperliche Gewalt, sondern können auch friedlich im Zuge sportlicher Aktivitäten ausgelebt werden (vgl. SORA 2008: 16).

Um Fußballanhänger und -spieler in diese Richtung aufmerksam zu machen, führen die Fußballverbände (*FIFA, UEFA, ÖFB*⁴³) seit vielen Jahren Aktionen gegen Rassismus und Diskriminierung durch. Zu diesem Zweck sind auch Initiativen wie *FARE*⁴⁴ oder *FairPlay*⁴⁵

⁴¹ Aus der SORA-Untersuchung geht hervor, dass Frauen als Zuschauerinnen sowohl im Stadion als auch vor dem Fernseher vor allem bei Großveranstaltungen wie Welt- und Europameisterschaften zunehmend an Bedeutung gewinnen. Für Frauen steht in der Männer-Domäne Fußball aber weniger das Sportliche als schlicht das Event im Vordergrund. Von Seiten der Männer werden Frauen deshalb nicht immer als gleichberechtigte Fußballinteressierte ernst genommen (vgl. SORA 2008: 7ff.).

⁴² Die Fokusgruppenteilnehmer verweisen in diesem Zusammenhang auf die VIP-Lounges in den Stadien (vgl. SORA 2008: 13f.).

⁴³ ÖFB – Österreichischer Fußball-Bund (www.oefb.at).

⁴⁴ FARE – Football Against Racism in Europe (Fußball gegen Rassismus in Europa) – ist eine europäische Initiative und will alle Arten von Diskriminierung im Fußball bekämpfen: im Stadion, auf dem Platz, in der Umkleidekabine, auf dem Trainingsplatz, in Büros und Klassenzimmern; durch Fans, Spieler, Manager, Trainer, Funktionäre oder Erzieher (www.farenet.org).

⁴⁵ Die österreichische Initiative *FairPlay. Viele Farben. Ein Spiel.* wurde 1997 im Rahmen des EU-Jahres gegen Rassismus mit Unterstützung der Europäischen Kommission und des BKA-Sport gestartet. *FairPlay* führt seitdem mit Verbänden, Vereinen, Fanclubs, MigrantInnen- und Jugendorganisationen Aktivitäten gegen Diskriminierung im österreichischen Fußball und Sport durch (fairplay.vidc.org).

entstanden. Nicht zuletzt an diesen Bemühungen wird deutlich, dass Sport in beide Richtungen wirken kann: trennend und verbindend.

Nachdem Institutionen vorgestellt worden sind, die wesentlich an der gesellschaftlichen Integration beteiligt sind, erfolgt nun eine Zusammenschau von Desintegrationspotentialen, die in Zusammenhang mit pluralistischen Gesellschaften diskutiert werden.

2.1.4 Desintegrationspotentiale

Das Gegenbild zur Integration ist die Desintegration, die zumeist als „*Ausdruck von Instabilität, der Verminderung von sozialen Kontakten, der Abnahme gemeinsamer Tätigkeiten, der Ausgliederung von Funktionszusammenhängen [...]*“ betrachtet und negativ interpretiert wird (vgl. Heitmeyer 1997p: 26). In jüngeren Gesellschaftsdiagnosen wird befürchtet, dass der modernen Gesellschaft die Gefahr der Desintegration droht (vgl. Fuchs 1999: 147). Bevor auf die konkreten Befürchtungen eingegangen wird, sei eine wertvolle Überlegung von Heitmeyer zum Spannungsverhältnis von Integration und Desintegration dargelegt.

Heitmeyer sieht Desintegrationsphänomene nicht grundsätzlich als negativ an. Beispielsweise kann in einem rigiden, starren System durch Desintegration einzelner Individuen auch ein (positiver) Wandel initiiert werden. Die einfache Formel *positive* Integration und *negative* Desintegration funktioniere demnach nicht, vielmehr würde sich die gesellschaftliche Entwicklung in einer „*wechselseitigen Integrations-Desintegrationsdynamik*“ befinden. Heitmeyer hält es daher für unbedingt notwendig, die „*Antriebskräfte von Ausformungen der jeweiligen „hellen“ wie „dunklen“ Seiten von Integration und Desintegration gleichermaßen zu berücksichtigen*“ (Heitmeyer 1997p: 26f.).

Nassehi unterstützt die Ansicht, dass desintegrative Momente nicht zwangsläufig negativ interpretiert werden sollen, denn eine reibungslose Inklusion in das bestehende Gesellschaftssystem kann – wie von Heitmeyer näher ausgeführt wird – durchaus problematisch sein (vgl. Nassehi 1997: 126).

Heitmeyer fasst die Überlegung zu den positiven und negativen Seiten von Integration und Desintegration in einer Vierfeldertafel zusammen.

Abbildung 2: Positive und negative Seiten von Integration und Desintegration

positiv	z. B. Stabilität, Sicherheit der Dazugehörigen	z. B. Wandel, „Abweichung“	positiv
<i>Integration</i>			<i>Desintegration</i>
negativ	z. B. Zwang, Kontrolle	z. B. Ausgrenzung, Gewalt	negativ

(vgl. Heitmeyer 1997p: 27)

In positiver Hinsicht trägt Integration zu Stabilität und Sicherheit der Dazugehörigen bei, in negativer Hinsicht führt sie zu Zwang und Kontrolle: Stichwort „totalitäre“ Integration. Desintegration kann in positiver Hinsicht zu Umdenken und Wandel führen, in negativer Hinsicht zu Ausgrenzung und Gewalt. Die richtige Balance von Integration und Desintegration ist daher gefragt.

Gewalt als entscheidender Indikator für Desintegration

Heitmeyer nennt *Gewalt* als entscheidenden Indikator dafür, dass die Balance im jeweiligen System verloren gegangen ist: es steht die Staatsgewalt auf der einen und expressive oder regressive Gewalt durch soziale Gruppen auf der anderen Seite (vgl. Heitmeyer 1997p: 30). In Zusammenhang mit Migranten bzw. ethnischen Minderheiten können auszugsweise zwei Beispiele für Gewalteskalationen in jüngerer Zeit genannt werden:

- Deutschland: Fremdenfeindliche Übergriffe gegen Asylwerber Anfang der 1990er Jahre
- Frankreich: Ausschreitungen von Jugendlichen mit vorwiegend nordafrikanischer Zuwandererbiographie im Herbst 2005

Obwohl die beiden Konfliktherde verhältnismäßig regional begrenzt waren, kann von einem *kollektiven, gewaltsamen Konflikt* gesprochen werden. Es waren nicht nur einzelne Individuen betroffen, sondern ganze – von ähnlichen Problemen betroffene – Teilgruppen der Gesellschaft. Heitmeyer fasst den Zusammenhang von Desintegration und Gewalt in einer Formel zusammen: „*Je höher also der Desintegrationsgrad einer Gesellschaft ist, desto größer sind die Gewaltpotentiale und die entsprechenden individuellen und kollektiv organisierten Gewalttätigkeiten*“ (vgl. Heitmeyer 1997p: 30).

Ökonomische, solidarische, kulturelle und politische Desintegration

In Bezug auf die vier ausgearbeiteten Ressourcen der Integration werden in der Literatur zahlreiche Schlagwörter genannt, die auf eine Desintegration im jeweiligen Bereich hindeuten. Ökonomische Desintegration wird mit „*Desorganisation*“ (vgl. Peters 1993: 105; In: Heitmeyer 1997o: 11) und „*Instabilität*“ verbunden (vgl. Heitmeyer 1997p: 26). Hinsichtlich der solidarischen Desintegration fallen die Begriffe „*soziale Ungleichheiten*“, „*Ungerechtigkeit*“, „*Ausgrenzung*“, „*Fundamentalismus*“ und „*Parallelgesellschaft*“ (vgl. Heitmeyer 1997p: 23, 32f., 42f.). Kulturelle Desintegration wird mit „*Orientierungsproblemen*“ in Verbindung gebracht, politische und rechtliche Desintegration mit „*Anomie*“, „*anomischen Konflikten*“, „*Gewalt*“, „*Demoralisierung / Hoffnungslosigkeit*“ aber auch mit „*Ausgrenzung durch überhöhten Konformitätsdruck*“ (vgl. Keupp 1997: 280; Heitmeyer 1997o: 11 und 1997p: 23, 36).

Ursachen für Desintegration

In jüngeren Gesellschaftsdiagnosen wird von verschiedenen Wissenschaftlern die These vertreten, dass sich moderne, pluralistische Gesellschaften „*in einem tiefgreifenden Prozess der Desintegration befinden*“ (vgl. Barber 1984, MacIntyre 1984, Sandel 1984, 1996, Habermas 1992, Peters 1993, Etzioni 1996, Heitmeyer 1997a, 1997n, Giddens 1998, Münch 1998; In: Fuchs 1999: 147). Die Desintegrationsthese stützt sich im Großen und Ganzen auf drei ursächliche Problemkomplexe (vgl. Heitmeyer 1997p: 32):

- 1) Differenzierung und Individualisierung
- 2) Ökonomische Globalisierung
- 3) Ethnisch-kulturelle Partikularisierung

ad 1) Differenzierung und Individualisierung

Die Autoren sind sich darüber einig, dass Gestaltungsfreiheit, Entscheidungsfreiheit aber auch Entscheidungsverantwortung in modernen Gesellschaften zunehmen, jedoch auf der anderen Seite traditionelle soziale Sicherheiten (wie beispielsweise Familie, Religion) an Bedeutung verlieren (vgl. Friedrichs/Jagodzinski 1999: 27ff.; Heitmeyer 1997p: 29; Beck 1986; Vester 1997: 175; Hengsbach 1997: 213f., Keupp 1997: 279ff.). Beck verweist auf die „*Schattenseiten der Lockerung von Klassen- und Gruppenbindungen*“. Erfolgreiche nützen demnach ihre höhere Selbstbestimmung, während Verlierer (Stichwort: *Modernisierungs-*

verlierer) durch Verlust ihrer Beziehungsnetzwerke und Sicherheiten eher zu Desorientierung und Resignation tendieren (vgl. Beck 1986; In: Vester 1997: 176).

Neben Individualisierung und Differenzierung nennt Heitmeyer im Zusammenhang mit der sozialen Modernisierung der Gesellschaft die Rationalisierung in kultureller Hinsicht. Mythen, Rituale und vor allem Religionen verlieren an Bedeutung. Damit geht ein Verlust an Werten und Normen einher (vgl. Heitmeyer 1997p: 36). Ob diese Einbußen durch andere Institutionen wettgemacht werden können – vorausgesetzt dass sie überhaupt wettgemacht werden müssen – ist noch offen.

Es werden verschiedene Zugänge gewählt, um einer Antwort auf die Frage näher zu kommen, welche Auswirkung die Individualisierung nun auf die soziale Integration hat. Beck und Beck-Gernsheim halten fest, dass eine Zurückdrängung der Individualisierung falsch wäre, vielmehr müsse an das Folgende angeknüpft werden: „*Nachtraditionale Gesellschaften können nur im Experiment ihrer Selbstdeutung, Selbstbeobachtung, Selbstöffnung, Selbstfindung, ja, Selbsterfindung integrierbar werden*“ (vgl. Beck und Beck-Gernsheim 1996; 36; In: Friedrichs/Jagodzinski 1999: 29). Dieser Ansatz betont die Bedeutung der *Reflexion*, also das Wissen, das man über andere hat, für den Zusammenhalt moderner Gesellschaften. Auch Pöttker verweist auf diese Notwendigkeit mit dem Hinweis auf die organische Solidarität von Durkheim (vgl. Pöttker 2005: 35). Nunner-Winkler (1996) warnt davor, einen Wertewandel als Werteverfall zu „*missdeuten*“, denn auch neue Lebensformen seien von moralischen Prinzipien geleitet (vgl. Nunner-Winkler 1996: 23; In: Friedrichs/Jagodzinski 1999: 29). Nassehi betont, dass mit Individualisierung keine Isolation einhergehen muss, sondern neue Formen der Vergemeinschaftung, abseits traditioneller Schicht- oder Sippenzugehörigkeit, gesucht und gefunden werden (vgl. Nassehi 1997: 131f.). In der wissenschaftlichen, vor allem philosophisch geprägten und in den USA entstandenen Strömung des Kommunitarismus wird auch explizit nach dem Verhältnis von *Individualität* und *Gemeinschaft* gefragt. Gemäß dem theoretischen Ansatz untergräbt das gesteigerte Eigeninteresse der Individuen mittlerweile die Grundlagen der Demokratie; mehr *Gemeinsinn* wird gefordert (vgl. Keupp 1997. 284f.). Als Alternative zu „*ego-zentriertem Individualismus*“ wird „*kommunitäre Individualität*“ bzw. „*kooperativer Individualismus*“ (Dettling 1994: 28; In: Keupp 1997: 308) oder „*solidarischer Individualismus*“ (Beck 1995; In: Keupp 1997: 308) gesehen.

ad 2) Ökonomische Globalisierung

Die Globalisierung richtet sich gegen die bisherige Wirtschaftsordnung in Form der Nationalökonomien und in weiterer Folge gegen die nationalen Identitäten und traditionellen kulturellen Wertvorstellungen (vgl. Heitmeyer 1997p: 38ff.). Die Bedeutung einer Reihe von Institutionen wird angefochten, die für die Nachkriegsordnung und damit für die Integration in den vergangenen Jahrzehnten wichtig waren. Dieser Wandel wird von vielen Autoren als bedrohlich empfunden.

Durch die Globalisierung der Märkte würde sich die „*Konkurrenz- und Verwertungslogik*“ des Kapitalismus vollends entfalten und bei den Individuen ein „*utilitaristisch-kalkulierendes Verhalten*“ fördern, das zu einer „*Auflösung des Sozialen*“ führt (vgl. Heitmeyer 1997a: 11). Münch unterstützt die These von der Gefahr des globalisierten Kapitalismus und spricht beispielsweise von einer „*zersetzenden Kraft des Kapitalismus*“, der den Sozialstaat in der bisher gekannten Form verdrängt (vgl. Münch 1998: 10; In: Fuchs 1999: 148). Eine Reihe weiterer Autoren geht ebenfalls von einer „*desintegrierenden Wirkung der globalisierten Ökonomie*“ aus, aber nicht in dieser endgültigen Konsequenz und setzt auf die Integrationskraft von Regierungsformen jenseits des Nationalstaats (vgl. Fuchs 1999: 148).

Fuchs meldet an der empirischen Basis der These „*Desintegration durch Kapitalismus*“ Zweifel an. Nicht alle Probleme moderner Gesellschaften können unter dem Deckmantel der Desintegration subsumiert werden (vgl. Fuchs 1999: 149). Sowohl die Globalisierungsthese als auch die Individualisierungsthese stehen auf schwachen empirischen Beinen. Fuchs will damit nicht sagen, dass die beiden Thesen nicht zuträfen; eine empirische Prüfung steht aber eben noch an.

ad c) Ethnisch-kulturelle Partikularisierung

Als drittes Desintegrationspotential wird in der Literatur die ethnisch-kulturelle Partikularisierung genannt. Eigentlich sollte ethnischer Gemeinschaftsglaube durch funktionale Differenzierung und neue Formen der Solidarität und Verteilungsgerechtigkeit überwunden werden (vgl. Leggewie 1997: 235, 244). Dies war aber offenbar eine grobe Fehleinschätzung von den Klassikern der Soziologie, beispielsweise von Marx, Weber und Parsons (vgl. Heitmeyer 1997p: 40f., Sarcinelli 1997: 405).

Hengsbach und Neckel identifizieren vorwiegend sozio-ökonomische Verteilungsfragen als Ursache für die wiederkehrende „*Ethnisierung*“ und damit verbundene ethnische Konflikte

(vgl. Hengsbach 1997: 207ff.; Neckel 1997: 271). Leggewie⁴⁶ plädiert dafür, ethnische Zuschreibungen weder zu substantialisieren noch zu dämonisieren: *„Ethnos ist eine ambivalente, empirisch und theoretisch gehaltvolle Unterscheidungskategorie mit erheblichen politischen (konstruktiven wie destruktiven) Mobilisierungspotenzen – nicht mehr, aber auch nicht weniger“* (vgl. Leggewie 1997: 245).

Jedenfalls haben seit dem Zusammenbruch der Nachkriegsordnung 1989 negative Auswirkungen von *„Ethnozentrismus“* gepaart mit Gewalt wieder zugenommen. Für Heitmeyer ist die weltweite Rückkehr *„ethnisch-kulturell motivierter Gewalt“* insofern überraschend, als die *„Ansicht überwog, dass die Kategorien Hautfarbe, ethnische Herkunft, ‚Rasse‘ oder Nationalität in hochgradig funktional differenzierten Gesellschaften an Geltung verlieren würden“* (vgl. Heitmeyer 1997o: 11). Doch fremdenfeindliche Gewalt von Seiten Mehrheits- und Minderheitenangehöriger ist in vielen westlichen Demokratien (Frankreich, Niederlande, Spanien, Jugoslawien, Deutschland) wiedergekehrt.

Für Heitmeyer stellt nicht die ethnisch-kulturelle Differenz an sich das Problem dar, sondern die Folgen erzwungener Desintegration seitens der Mehrheits- und Minderheitsgesellschaft *„durch Fremdethnisierung (durch die Mehrheit)“* und *„Selbsthethnisierung (durch die Minderheit)“*. Als wichtigste Voraussetzungen für Stabilität in einem heterogenen Gesellschaftssystem nennt Heitmeyer wechselseitige Anerkennung und Interaktion über Gruppen Grenzen hinweg (vgl. Heitmeyer 1997p: 43).

Angesichts des Comebacks der ethnischen Identitäten stellt sich für Heitmeyer die doppelte Integrationsfrage: die der Mehrheitsgesellschaft selbst und die der Minderheiten. Er kommt zum Schluss, dass je geringer erstere gegeben ist, es umso schwerer wird auch zweite zu erreichen. Es stellt sich in diesem Zusammenhang also die Frage, inwieweit die bereits angesprochene Individualisierung und die ethnisch-kulturelle Differenzierung zusammengehen. Erleichtert die Individualisierung die Integration ethnischer Minderheiten? Münch bejaht dies (vgl. Münch 1997: 75). Vester und Heitmeyer halten milieuspezifische Faktoren dafür entscheidend, ob es durch Individualisierung zu Separation oder Integration kommt

⁴⁶ Leggewie kritisiert das voreingenommene Verhältnis der Sozialwissenschaft zum Begriff der Ethnisierung und plädiert für eine nüchterne Betrachtung: *„Sozialwissenschaftler und insbesondere Demokratietheoretiker sind geborene Ethnoskeptiker, ordnen sie sich doch gern einer universalistischen Aufklärungstradition zu, die ethnische Identifikation und herkunftsbezogene, primordiale Bestimmungsgrößen sozialer Lagen und Prozesse geringschätzt und insbesondere als Konstitutionsmerkmale von Bürgerschaft ausschließt. Theorien der Moderne sind inklusiv und kosmopolitisch, Ethnizität ist ihnen Anathema“* (vgl. Leggewie 1997: 237).

(vgl. Vester 1997: 198f.; Heitmeyer 1997o: 10). In fremdenfreundlichen Milieus ist naturgemäß eher Integration zu erwarten.

2.1.5 Synthese aus den Ressourcen gesellschaftlicher Integration

Die dargelegten Ressourcen bzw. Modi der Integration⁴⁷ und Desintegration können eine Frage nicht restlos beantworten, nämlich die nach der Gewichtung des „*Integrationsensembles*“ (vgl. Heitmeyer 1997p: 61). Ohne Zweifel spielen alle genannten Aspekte wie Interaktion, Solidarität, Toleranz, Werte, Moral oder Normen für die gesamtgesellschaftliche Integration eine Rolle, doch die Einschätzung der Bedeutung einzelner Aspekte ist von Autor zu Autor verschieden und umstritten.

In einigen Bereichen lassen sich Übereinstimmungen zwischen den Autoren finden. Als Erstes darin, dass in der pluralistischen Gesellschaft von einem Bedeutungsverlust der kulturellen Homogenität ausgegangen wird. Brock/Junge halten es für vorstellbar, dass „*entwickelte Industriegesellschaften zwar nicht ganz ohne normative Regulative auskommen, aber doch mit wesentlich weniger Moral- und Wertvorstellungen*“ (vgl. Brock/Junge 1995: 180; In: Heitmeyer 1997p: 61). Diese These über den Bedeutungsverlust kultureller Homogenität für die Integration wird von vielen Autoren geteilt, wenngleich es auch abweichende Schwerpunktsetzungen gibt.

Sander/Heitmeyer (1997) finden einen weiteren gemeinsamen Nenner in den verschiedenen Ansätzen zur Integrationsproblematik in pluralistischen, multiethnischen Gesellschaften, nämlich in der Identifikation einer Zunahme von Konflikten. Sie schlussfolgern daraus, dass in der fruchtbaren Bewältigung „*sich perpetuierender und verändernder*“ Konflikte der Schlüssel zur erfolgreichen gesamtgesellschaftlichen Integration liegt. Das Gegensatzpaar Integration versus Desintegration in der ursprünglichen Lesart Homogenität versus Heterogenität erscheint angesichts der zunehmenden Differenzierung und der abnehmenden Homogenität in allen Bereichen nicht zielführend. Der Weg führt in eine Konfliktgesellschaft, die aber nicht zwangsläufig desintegriert und problematisch sein muss. Die Integrationsfähigkeit einer Gesellschaft drückt sich nämlich darin aus, den Konflikten Herr

⁴⁷ Neben der in dieser Arbeit vorgenommenen Gliederung des Integrationsbegriffs in vier Modi bzw. Ressourcen gibt es in der Literatur noch zahlreiche weitere Gliederungen, die nicht alle ausführlich genannt werden können. Andere Betrachtungsweisen lassen Überschneidungen erkennen, setzen im Detail aber doch andere Akzente. Peters (1993) unterteilt beispielsweise die Formen der sozialen Integration in funktionale Koordination, moralische Integrität und expressive Gemeinschaft (vgl. Peters 1993: 105; In: Heitmeyer 1997o: 11). Häufig zitiert wird auch die Unterteilung in System- und Sozialintegration (vgl. Lockwood 1964; In: Heitmeyer 1997p: 24).

zu werden, sie zu bewältigen und in der gesellschaftlichen Entwicklung fruchtbar werden zu lassen. Dabei muss Bewältigung nicht immer *Überwindung* heißen, sondern kann auch die Einigung auf einen für alle Konfliktparteien akzeptablen „*Modus Vivendi*“ bedeuten. Sander/Heitmeyer verwenden dafür die Begriffe „*Konfliktregulierung*“ bzw. „*Prozessieren von Konflikten*“ (vgl. Sander/Heitmeyer 1997: 447f.). Das Gegenteil davon ist „*Konfliktverschärfung*“. Nach der neuen Leseart können also mit Integration der Terminus „*konfliktregulierend*“ und mit Desintegration der Terminus „*konfliktverschärfend*“ verbunden werden (vgl. Sander/Heitmeyer 1997: 457). Weil eine Homogenisierung von Werten und Normen angesichts immer neuer Differenzierungen obsolet erscheint, ist nur eine angemessene Bewältigung bzw. Hegung der aufkommenden Konflikte im Sinne Simmels bzw. Dubiels erstrebenswert: Konfliktregulierung nicht als Ausnahme-, sondern als Normal- und Dauerzustand.

Sander/Heitmeyer beantworten resümierend die Frage „*Was hält die Gesellschaft zusammen?*“ in dieser Weise: „*Die Bindung moderner Gesellschaften bemisst sich nicht mehr daran, wie Konflikte harmonisiert, sondern wie sie reguliert bzw. zivilisiert werden*“ (vgl. Sander/Heitmeyer 1997: 449). Das Resümee von Sander/Heitmeyer richtet sich gegen die Utopie, den gegenwärtigen Individualisierungs- und Differenzierungstendenzen durch neue Ideen der Harmonie beizukommen, wie in gemeinschaftsorientierten Gesellschaftsidealen (Kommunitarismus), in einer Zivilreligion (Durkheim) oder in einem Wertekonsensus (Parsons) postuliert wird (vgl. Sander/Heitmeyer 1997: 454). Allerdings bedarf eine Konfliktregulierung auch einer entsprechenden Kultur und hier kommen alle bereits genannten Ressourcen wieder ins Spiel, insbesondere die im liberalen Modell genannten Werte der „*Anerkennung der Anderen als Freie und Gleiche*“. Das liberale Modell erscheint auch darüber hinaus ein geeigneter Rahmen für eine solche Konfliktgesellschaft zu sein (mehr zum liberalen Modell von Fuchs im Kapitel 2.2.3 *Modell der interkulturellen Integration*).

Eine endgültige Synthese der verschiedenen Überlegungen zur gesellschaftlichen Integration steht noch aus. Münch wünscht sich, dass die verschiedenen theoretischen Ansätze zu einem Theorienetzwerk vereint werden, denn bisher kann kein Theorieansatz auf andere verzichten (vgl. Münch 1997: 103).

Nach der Behandlung des allgemeinen Integrationsbegriffs geht es im folgenden Kapitel speziell um *Modelle der Integration von Migranten*. Dabei wird immer wieder auf Aspekte des allgemeinen Integrationsbegriffs zurückzukommen sein.

2.2 Modelle der Integration von Migranten

Gegenstand der hier betrachteten Integration ist die *Eingliederung der Migranten in die Aufnahmegesellschaft*. Wie und mit welchen Begleitmaßnahmen diese Eingliederung erfolgen soll, ist nicht nur Thema analytisch-wissenschaftlicher Auseinandersetzung, sondern hat auch normativ-politischen Charakter. Aus den Debatten in Wissenschaft und Politik lassen sich zahlreiche Modelle für den Integrationsprozess ableiten. Dabei fließen höchst unterschiedliche politische und normative Vorstellungen davon, wie es sein soll und auch empirische Befunde darüber, wie es sich aktuell darstellt, ein (vgl. Geißler 2005b: 45f; Geißler/Pöttker 2006a: 17).

Zurückgehend auf die klassische Sozialstrukturanalyse können zwei grundlegende Dimensionen der Integration unterschieden werden: sozialstrukturelle und soziokulturelle Integration. Im Bereich der Sozialstruktur erfolgt die Eingliederung in das „*System der sozialen Ungleichheit*“, im Bereich der Sozialkultur die Eingliederung in die „*differenzierte Vielfalt der Kultur und sozialen Beziehungen*“ (vgl. Geißler 2005b: 50). Übertragen auf die genannten Ressourcen der Integration sind mit der sozialstrukturellen Integration insbesondere die ökonomische und die rechtliche Integration gemeint. Die soziokulturelle Integration bezieht sich auf die kulturelle und die solidarische Integration (siehe Kapitel 2.1.2 *Indikatoren bzw. Ressourcen gesellschaftlicher Integration*).

Geißler beschreibt die beiden Dimensionen im Detail: Kern der *sozialstrukturellen* Integration ist die Chancengleichheit aller Individuen bzw. ethnischen Gruppen im Land. Eine ethnische Ungleichheit soll damit verhindert werden. Geißler benennt sechs Bereiche in denen sich eine sozialstrukturelle Integration vollzieht (vgl. Geißler 2005b: 51):

- Recht (Gewährung gleicher Rechte)
- Macht und Herrschaft (gleiche politische Teilnahmechancen)
- Bildung (gleiche Bildungschancen)
- Arbeit (gleiche Chancen auf dem Arbeitsmarkt und in der Arbeitswelt)
- Lebensstandard und soziale Sicherheit (gleiche Chancen auf Einkommen, Besitz, Wohnqualität, soziale Sicherheit, u.a.)

- o wichtige Institutionen (gleicher Zugang zum Positionssystem in Medien, Bildung und Wissenschaft, Verwaltung, Justiz, Polizei)

Die sozialstrukturelle Integration verweist also primär auf den Bereich der rechtlichen Integration, auf Mikroebene auf die Akzeptanz der rechtlichen Normen der Gesellschaft als Grundlage für die Existenz moderner pluralistischer Gesellschaften (siehe Kapitel 2.1.2 *Indikatoren bzw. Ressourcen gesellschaftlicher Integration – Regeln/Normen*). Die sozialstrukturelle Integration ist weniger Streitpunkt der öffentlichen Auseinandersetzung. Chancengleichheit wird Migranten von konservativen, liberalen und sozialistischen Parteien gleichermaßen eingeräumt. Ob in der Praxis der soziale Aufstieg auch gelingt, steht natürlich auf einem anderen Blatt: die Präsenz und die Akzeptanz von Personen mit Migrationshintergrund in öffentlichen Institutionen ist in Österreich jedenfalls unterdurchschnittlich. Ethnische Minderheiten sind beispielsweise kaum in der Medienproduktion vertreten (siehe Kapitel 8.1 *Öffentlicher Diskurs zu „Medien und Integration“* und Kapitel 3.5 *Exkurs: Migranten in der Medienproduktion*).

Größere öffentliche Auseinandersetzungen als die sozialstrukturelle Thematik und auch mehr Debatten im sozialwissenschaftlichen Bereich löst die *soziokulturelle* Integration aus. Die Bandbreite der Modelle bewegt sich hier zwischen soziokultureller Assimilation und soziokulturellem Pluralismus. Die soziokulturelle Integration hat auf individueller Ebene mit dem Teilen von Werten und mit der Identifikation mit den kollektiven Zielen zu tun. Es ist umstritten, inwieweit eine kulturelle Integration notwendig ist bzw. politisch angestrebt werden soll, Stichwort „*Leitkultur*“, oder ob eine sozialstrukturelle (rechtliche) Integration genügt (siehe Kapitel 2.1.2 *Indikatoren bzw. Ressourcen gesellschaftlicher Integration – Werte/Ziele bzw. Regeln/Normen*).

Ausgehend von dieser Bedingung jedenfalls – inwieweit eine soziokulturelle Integration als notwendig angesehen wird oder nicht – unterscheiden sich die im Folgenden vorgestellten Modelle gesellschaftlicher Integration. Die beiden Pole bilden das *Assimilationsmodell* und das *Multikulturalismus-Modell*. Das Zweitere wird in zwei Varianten vorgestellt: als Modell der Segregation und als Modell der interkulturellen Integration. Während im Assimilationsmodell eine kulturelle Angleichung angestrebt bzw. vorausgesetzt wird, ist im Multikulturalismus-Modell eine kulturelle Pluralität erwünscht.

Historisch betrachtet liegen die Wurzeln der beiden Gegenpole die Homogenität der Gesellschaften betreffend im französischen Assimilationsmodell und im englischen Modell des „communitarism“ (vgl. Rohe 2006: 12).

Bevor im Detail auf die Modelle eingegangen wird, sei noch auf einen weiteren verwandten Ansatz zur Modellierung des Verhältnisses von Minderheitenangehörigen zur Mehrheitsgesellschaft verwiesen: auf das Konzept der *Akkulturation*. Es geht auf Berry zurück und besteht im Grunde aus einer Vierfelder-Systematik. Die vier Akkulturationsausprägungen bezeichnet Berry auch als „Strategien“ dafür, wie sich Migranten gegenüber der Aufnahmegesellschaft verhalten.

- 1) Integration (Starke Verbindung zur Heimatkultur und starke Beziehungen zur Aufnahmegesellschaft)
- 2) Assimilation (Ankunft stark, Herkunft schwach)
- 3) Separation (Ankunft schwach, Herkunft stark)
- 4) Marginalisierung (Ankunft schwach und Herkunft schwach)

In dieser Gliederung wird unter „*Integration*“ die bereits erwähnte und weiter unten ausführlich vorgestellte „*interkulturelle Integration*“ verstanden (vgl. Berry 1980, 1997; Berry u.a. 2006 bzw. Sackmann 2004: 22; In: Trebbe 2007: 186). Weil im Akkulturationskonzept die Gliederung ebenso nach dem Grad der kulturellen Anpassung erfolgt, kann dieses Konzept als zusätzliches Indiz für die Plausibilität der Unterscheidung von Integrationskonzepten hinsichtlich der soziokulturellen Integration gewertet werden.

2.2.1 Assimilationsmodell

Im Assimilationsmodell spielt die kulturelle Homogenität eine zentrale Rolle. Primärer Förderer des Assimilationskonzepts in Deutschland ist Hartmut Esser (1980 bzw. 2001). Er gliedert den Prozess der soziokulturellen Assimilation in drei Dimensionen (vgl. Esser 2001: 40; In: Geißler 2005b: 54):

- 1) kognitive Assimilation,
- 2) soziale Assimilation und
- 3) emotionale/identifikatorische Assimilation.

Dazu kommt noch die bereits zuvor genannte Dimension der

- 4) strukturellen Assimilation.

Die Assimilationsthese von Esser besagt, dass „*Integration eigentlich nur als Assimilation möglich*“ ist (vgl. Esser 2001: 36; In: Geißler 2005b: 54 und Geißler/Pöttker 2006a: 18).

Die Begründung dieser These nimmt ihren Ausgang darin, dass eine strukturelle Assimilation (Chancengleichheit) eine kognitive Assimilation (Sprachkenntnisse) voraussetzt. Also kann Chancengleichheit nur erzielen, wer die Sprache des Aufnahmelandes beherrscht. Die positive Erfüllung dieser beiden Dimensionen ist wiederum Voraussetzung für eine Eingliederung in die sozialen Beziehungsnetze der Aufnahmegesellschaft. Diese Eingliederung führt im günstigen Fall schließlich zu einer Identifikation mit derselben (vgl. Geißler 2005b: 55).

Um die Begründung der Assimilationsthese zu untermauern, verweist Esser auf die soziokulturelle Pluralisierung (Segmentation/Segregation) als Gegenpol zur sozialstrukturellen Assimilation. Weil eine soziokulturelle Pluralisierung aber eine „*ethnische Schichtung*“ produziert, formuliert Esser ein *Unvereinbarkeitstheorem* (Inkompatibilitätstheorem), demzufolge ethnokultureller Pluralismus und strukturelle Assimilation (Chancengleichheit) unvereinbar sind. Die multiethnische Gesellschaft in Form einer „*multikulturellen Gesellschaft*“ ist für ihn „... *nichts als ein schöner Traum*“ (vgl. Esser 2001: 36; In: Geißler 2005b: 55).

Das Assimilationsmodell wird bevorzugt in konservativen Kreisen vertreten, aber ebenso von Migranten, „*die es geschafft haben*“. Becker nennt als Beispiele die deutsch-türkischen Politiker Lale Akgün, Vural Öger und Cem Özdemir (vgl. Becker 2007: 50).

2.2.2 Modell der Segregation

Bei Esser bildet die *Segregation* von Migranten den Gegenpol zur Integration als Assimilation. Die ethnischen Gruppen leben nebeneinander und die Gesellschaft ist damit durch gegenseitiges Abschotten und eine „*ethnische Schichtung*“ gekennzeichnet. Geißler/Pöttker sprechen von „*ethnischer Unterschichtung*“ (vgl. Geißler/Pöttker 2006a: 18). Für Minderheiten ist – außer wenn sie sich kulturell assimilieren – keine Chancengleichheit und keine angemessene Teilhabe an den wichtigen Institutionen gegeben (vgl. Geißler/Pöttker 2006a: 18).

Becker bezeichnet das Gesellschaftsmodell, in dem eine ethnische Schichtung vorherrscht und die Angehörigen der Mehrheitsgesellschaft kulturell und politisch über die Migranten gestellt sind, als „*Helfer-Modell der traditionellen Modernisierungstheorie*“. In diesem Modell ist der Migrant nicht Subjekt, sondern ausschließlich Objekt des politischen Handelns (vgl. Becker 2007: 49).

2.2.3 Modell der interkulturellen Integration

Die Assimilationsthese und das Unvereinbarkeitstheorem von Esser sind nicht unumstritten. Es gibt vielmehr zahlreiche Gegenpositionen: Grundsätzlich steht das Modell der multikulturellen Gesellschaft der Assimilationsthese gegenüber (für einen Überblick⁴⁸ dazu: Gaitanides 1999: 164ff.). Das Multikulturalismus-Konzept kann auch als „*Modell der positiven Differenz*“ bezeichnet werden⁴⁹ (vgl. Becker 2007: 51f.).

In der „*schwachen Version*“ des multikulturellen Modells werden vor allem wechselseitige Anerkennung und Respekt der Individuen, die begleitende Antidiskriminierungspolitik sowie die weltanschauliche Neutralität des Staates und religiöse Toleranz betont. In der „*starken Version*“ des Multikulturalismus nach kommunitaristischer Diktion geht es um die gezielte Förderung der kulturellen Identitäten und Herkunftssprachen. In liberaler Sicht ist die „*Förderung partikularer kultureller Gemeinschaften Privatsache*“ (Gaitanides 1999: 172). Gemäß dem Multikulturalismus federn die ethnischen Gemeinschaften die Fremdheits- und Ausgrenzungserfahrungen ab und ermöglichen eine sanfte Anpassung an die neue Umgebung. Das ist auch ein Plädoyer gegen das stadtplanerische Mischungskonzept (vgl. Elwert 1984; In: Gaitanides 1999: 172ff.). Gaitanides nimmt ebenso die Gegner der doppelten Staatsbürgerschaft ins Visier und lehnt eine Zwangsassimilierung an eine deutsche Wertegemeinschaft im Sinne der „*Leitkultur*“ ab. Dagegen hat ein „*Verfassungspatriotismus*“ durchaus Platz in der multikulturellen Gesellschaft. Eine Identifikation mit dem Staatswesen sollte über die Kultur der Vielfalt und der Toleranz erfolgen (vgl. Gaitanides 1999: 177). Für das Finden von Grundregeln für das Gemeinwesen ist der „*herrschaftsfreie Dialog*“ die ideale Voraussetzung (vgl. Gaitanides 1999: 179, 182). Schlussendlich besagt der Kern der Multikulturalismus-These, dass von Kulturkontakt und Mischung eine „*innovative Schubkraft*“ für Künste, Wissenschaften und Technologien ausgeht (vgl. Makropoulos 1888; In: Gaitanides 1999: 184).

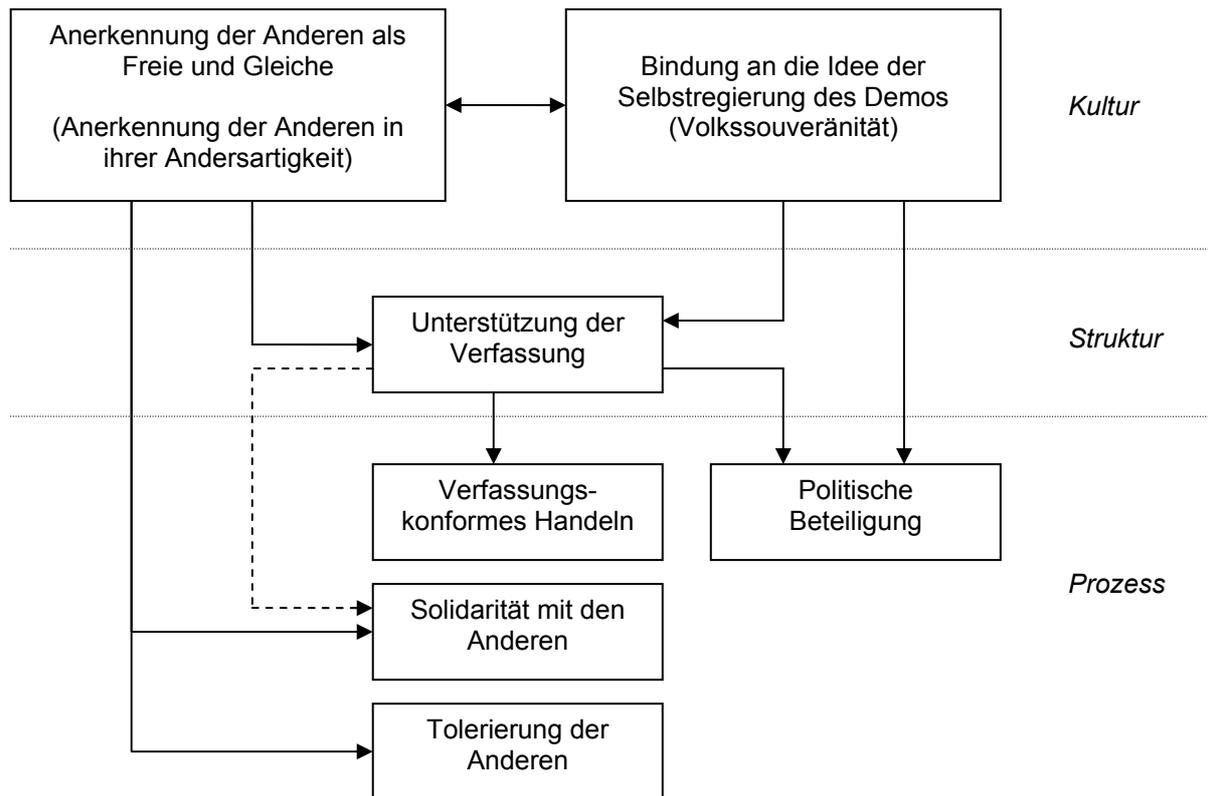
⁴⁸ Gaitanides (1999) sieht das Konzept der multikulturellen Gesellschaft als Vision und als Modell für ein friedliches interkulturelles Zusammenleben. Für die Modellierung zieht sie liberale und kommunitaristische Gesellschaftsentwürfe (vgl. u. a. Brumlik/Brunkhorst 1993; Honneth 1993; Taylor 1993; In: Gaitanides 1999: 164) sowie diskursethische Prinzipien von Habermas (1981, 1983 und 1993) und Apel (1988) heran.

⁴⁹ Als Vertreter des „*Modells der positiven Differenz*“ führt Becker Charles Taylor und Werner Schiffauer an (vgl. Becker 2007: 51).

Liberales Modell der sozialen Integration

Eine pragmatische Version des Multikulturalismus-Konzepts kommt im liberalen Modell von Fuchs zum Ausdruck. Er fasst darin auf Basis der liberalen Demokratietheorie⁵⁰ die Voraussetzungen für das Gelingen der sozialen Integration in einer modernen, pluralistischen Gesellschaft zusammen.

Abbildung 3: Liberales Modell der sozialen Integration (Fuchs 1999)



Auf der höchsten Ebene, der Kulturebene, sind die gemeinsamen Werte der pluralistischen Gesellschaft angesiedelt. Diese sind nach den Grundsätzen der „Neutralität“ und des „Minimalismus“ ausgewählt. Die Wertorientierung bezieht sich eigentlich nur auf die Akzeptanz der anderen Gesellschaftsmitglieder und auf demokratische Grundsätze. Somit folgt dieses Konzept dem Prinzip der Anerkennung der Vielfalt.

Auf der mittleren Ebene, der Strukturebene, genügt in der pluralistischen Gesellschaft die Akzeptanz der grundsätzlichen Rechts-Normen, d.h. die Anerkennung der Verfassung.

⁵⁰ Theoretiker der liberalen Demokratietheorie sind Ackerman (1980), Dworkin (1985) und Larmore (1990) (vgl. Fuchs 1999: 169).

Auf der unteren Ebene, der Prozessebene, sind schließlich zwei Kategorien politischen Handelns enthalten: „*verfassungskonformes Handeln*“ und „*politische Beteiligung*“. Politische Beteiligung meint zumindest die Beteiligung an Wahlen. Das verfassungskonforme Handeln ist für libertäre bzw. neoliberale Demokratietheorien eine ausreichende Bedingung für die gesellschaftliche Integration.

Libérale und kommunitaristische Ansätze sehen „*Solidarität*“ und „*Toleranz*“ als weitere unverzichtbare Säulen für das Funktionieren einer gesellschaftlichen Gemeinschaft. Der in oben stehender Graphik unterbrochene Pfeil von „*Verfassungskonformität*“ zu „*Solidarität*“ symbolisiert, dass auf Basis der theoretischen Überlegungen keine Aussagen über einen Effekt getroffen werden können. In der Verfassung sind nämlich diesbezüglich keine normativen Gebote enthalten (vgl. Fuchs 1999: 169, 171). Konkret bezieht sich Verfassungskonformität auf Gewaltlosigkeit und auf das Absehen von illegalen Handlungen. Die Akzeptanz bzw. ein Konsens über Werte und soziale Normen wird in modernen, pluralistischen Gesellschaften nicht verlangt. Allerdings kann eine Konformität mit den legitimen sozialen Normen sehr wohl zu einer stärkeren Bindung innerhalb der gesellschaftlichen Gemeinschaft beitragen. Solidarität mit Anderen steht im Modell für gegenseitige Hilfe (Umverteilung) sowie die Vermeidung von Diskriminierung. Darüber hinaus bildet die Toleranz der Anderen in den täglichen Interaktionen eine wichtige Säule der modernen Gesellschaft (vgl. Fuchs 1999: 169, 170).

Das liberale Modell der sozialen Integration wird von zwei gegensätzlichen Seiten kritisiert: Zum einen wird die Bindung an universalistische Werte zur Unterstützung der Verfassung als gar nicht notwendig angesehen und zum anderen werden genau diese universalistischen Werte als nicht hinreichend kritisiert, weil sie um ethische Werte ergänzt werden müssten (vgl. Fuchs 1999: 172).

Pragmatischer Ansatz des Multikulturalismus: Inklusion

Einen weiteren pragmatischen Ansatz des Multikulturalismus wählen Şen/Sauer/Halm (2001) vom Zentrum für Türkeistudien. Sie benennen neben der Assimilation einen zweiten Typ erfolgreicher Integration als *Inklusion*. Inklusion liegt dann vor, wenn Migranten Werte ihrer Herkunftskultur beibehalten, trotzdem aber hohe Teilhabechancen in der Aufnahmegesellschaft haben. Nach dem Assimilationsmodell bestünden nur mit der Aneignung der Werte der Aufnahmekultur hohe Teilhabechancen. Ein „*in pragmatischer Hinsicht sinnvoller Integrationsbegriff*“ sollte nach Şen/Sauer/Halm sowohl Assimilation als

auch Inklusion beinhalten. Es ist nämlich in der Praxis nicht davon auszugehen, dass sich „*ethnische, kulturelle oder religiöse Differenzen*“ ohne weiters nivellieren lassen, auch wenn es gute Teilhabechancen gibt. Im Modell von Şen/Sauer/Halm gelten also ethnokulturelle Pluralisierung und Chancengleichheit als vereinbar. Sie bezeichnen ihre Position des *Vereinbarkeitstheorems* als Gegenthese zum *Unvereinbarkeitstheorem* von Esser (vgl. Şen/Sauer/Halm 2001: 19; In: Geißler 2005b: 56).

Mittelweg zwischen Assimilation und Segregation am Beispiel Kanada

Geißler greift zur Stützung des Vereinbarkeitstheorems das Beispiel Kanada auf. Hier ist das Miteinander der Kulturen in den vergangenen drei Jahrzehnten von der Politik bewusst angestrebt worden. Aus den Konflikten zwischen Anglo- und Frankokanadiern, der Marginalisierung der Ureinwohner und einem dauerndem Nationalitätenkonflikt ging in den Siebzigerjahren eine „*Philosophie und Politik des Multikulturalismus*“ hervor. Der kanadische Multikulturalismus entspricht dabei nicht einem reinen Typus des segmentativen oder segregativen Pluralismus, sondern einem Mittelweg aus Assimilation und Segmentation. Das Konzept wird auch als „*unity-within-diversity*“ oder „*diversity-within-unity*“ bezeichnet. Geißler übersetzt es als „Einheit-in-Verschiedenheit“ (vgl. Fleras/Elliot 2002: 38; In: Geißler 2005b: 57 und Geißler/Pöttker 2006a: 19).

Der Pol der Verschiedenheit beinhaltet drei wichtige Elemente (vgl. Geißler 2005b: 57):

- 1) das Recht auf soziokulturelle Differenz: Alle Individuen haben das Recht, ihre unterschiedlichen kulturellen Traditionen zu erhalten und zu pflegen.
- 2) das Prinzip der soziokulturellen Gleichwertigkeit: Die verschiedenen Kulturen und ethnischen Gemeinschaften werden als gleichwertig angesehen.
- 3) Gegenseitiger Respekt und gegenseitige Toleranz

Die drei Bedingungen sind eng miteinander verknüpft: Selbstbewusstsein, das sich über die Pflege der eigenen Kultur aufbaut, befähigt zum Respekt gegenüber anderen Kulturen und führt im Idealfall zu einem gleichberechtigten Umgang.

Der Pol der Einheit setzt dem Grad der Verschiedenheit Grenzen und trägt dem Erfordernis der sozialen Kohäsion Rechnung. Auf allen drei von Esser genannten soziokulturellen Assimilations-Ebenen sind diese Grenzen erkennbar:

- 1) im kognitiven Bereich: Hier ist eine „*elementare Akkulturation*“ notwendig; in Form von Kenntnis und Akzeptanz der Verfassung, der Gesetze und Grundwerte des Aufnahme-

landes sowie der Fähigkeit sich angemessen und erfolgreich in der Aufnahmegesellschaft verständigen zu können (vgl. Kymlicka 1998: 28; In: Geißler 2005b: 59).

- 2) im sozialen Bereich: Interethnische Kontakte und Kommunikation sind notwendig und daher zu fördern, um eine Gettoisierung und Abschottung in ethnische Kolonien zu verhindern (vgl. Fleras/Elliot 2002: 68; In: Geißler 2005b: 59).
- 3) im identifikatorischen Bereich: Hier gilt das Prinzip der hierarchischen Doppelidentität: Im kanadischen Modell sollen sich Alle vorrangig als Kanadier fühlen und erst in zweiter Instanz als Angehörige der jeweiligen ethnischen Gruppe. Rechtliche Konsequenz daraus ist die Genehmigung der Doppelstaatsbürgerschaft (vgl. Geißler 2005b: 59).

Eine schwierige Frage in diesem Zusammenhang ist natürlich die folgende: Wo endet das Recht auf Verschiedenheit und wo beginnt die Verpflichtung zu Einheit und Kohärenz? Diese Fragestellung kann nie endgültig beantwortet werden. Die Festlegung dieser „*multikulturellen (Grenz-)Linie*“ („multicultural line“ – Fleras/Elliot 2002: 9; In: Geißler 2005b: 59 und Geißler/Pöttker 2006a: 19) ist Gegenstand dauernder gesellschaftlicher Aushandlung.

Neben den Polen Einheit und Verschiedenheit nennt Geißler noch den Pol der Gleichheit als dritten Eckpunkt im Spannungsdreieck der Integration. Kommt im Unvereinbarkeitstheorem von Esser zum Ausdruck, dass es ohne Gleichheit keine Einheit geben kann, besagt das Vereinbarkeitstheorem, dass mit gesellschaftlicher Einheit sehr wohl ein gewisses Ausmaß an Verschiedenheit vereinbar ist. In Kanada werden zur Erreichung einer *Einheit trotz Verschiedenheit* im Sinne des Multikulturalismus große politische Anstrengungen unternommen (beispielsweise der Beschluss des Multikulturalismusgesetzes 1988), die so in Deutschland (und Österreich) nicht auszumachen sind (vgl. Geißler 2005b 60ff.). Geißler kritisiert daran anknüpfend an den Verhältnissen in Deutschland, dass das Spannungsverhältnis zwischen Gleichheit und kultureller Verschiedenheit zu einem Unvereinbarkeitstheorem stilisiert wird. Integration ist seiner Ansicht nach nicht nur über Assimilation denkbar, sondern für ihn ist eine multikulturelle Gesellschaft auf der Basis von Einheit-in-Verschiedenheit durchaus möglich (vgl. Geißler 2005b: 62, 63). Geißler bezeichnet einen *Mittelweg* zwischen Assimilation und Pluralisierung (Segmentation / Segregation) als *interkulturelle* Integration. Den Begriff *multikulturell* verwendet er nicht, weil er ihn als zu polarisierend ansieht und der Begriff *interkulturell* stärker den Austausch zwischen den Kulturen betont (vgl. Geißler/Pöttker 2006a: 20).

Geißler/Pöttker erweitern die begriffliche Dichotomie von Esser (*Assimilation – Segregation*) also zu einer Trichotomie (*Assimilation – Segregation – interkulturelle Integration*) (vgl. Geißler/Pöttker 2006a: 18). Wird die gesellschaftliche Realität dementsprechend analysiert, zeigt sich auf Mikro- und auf Makroebene das Vorkommen aller drei Elemente. Langfristig, über Generationen hinweg, findet Assimilation statt, doch mittelfristig dominiert interkulturelle Integration. Geißler hält deshalb das Modell der interkulturellen Integration als normatives Konzept für brauchbarer. Zwei Begründungen führt er dafür an (vgl. Geißler 2005b: 64, 65):

- 1) Das Modell geht sowohl auf das Interesse an Einheit ein, als auch auf die Bedürfnisse der Minderheiten nach Differenz und Abgrenzung. Es ist aus diesem Grund *humaner* als das Konzept der Assimilation.
- 2) Kulturelle Diversität ist ein Gewinn: Verschiedenheit bringt „*innovative und produktive Potentiale*“ zu Tage, die in einer Epoche „*zunehmender transnationaler Verflechtung*“ immer gefragter sind. Mehrsprachigkeit und das Bewegen in verschiedenen Kulturkreisen sind in der heutigen Zeit wichtige soziale Kompetenzen.

Auf Seiten der Aufnahmegesellschaft ortet Geißler den Bedarf an größerer Akzeptanz für die interkulturelle Integration. Er beschreibt diesen Bedarf mit dem Konzept der *aktiven Akzeptanz*. Damit sind drei Forderungen verbunden (vgl. Geißler 2005b: 65f.):

- 1) Die Akzeptanz der *Notwendigkeit von Zuwanderung*: Die Aufnahmegesellschaft erkennt an, dass aus ökonomischen, demographischen und auch humanitären Gründen eine (gewisse) Zuwanderung notwendig ist und steht Migranten deshalb positiv gegenüber.
- 2) Die Akzeptanz der *Notwendigkeit, die Migranten sozialstrukturell und interkulturell zu integrieren*: Einheit-in-Verschiedenheit sollte dabei die Leitlinie beim politischen und gesellschaftlichen Umgang mit Migranten sein.
- 3) Die Einsicht in die *Notwendigkeit kollektiver aktiver Förderung der Integration*: Die Integration bedarf erheblicher politischer und gesellschaftlicher Anstrengungen, sie bedarf eines „*ethnic diversity mainstreaming*“ ähnlich dem „*gender mainstreaming*“ für die Geschlechtergleichstellung.

Im Medienbereich nimmt beispielsweise der WDR den Gedanken des „*Mainstreaming diversity*“ bereits auf und versucht nicht nur in speziellen Angeboten (Cosmo TV), sondern in allen Programmen und Sendestrecken kulturelle Vielfalt als Teil der gesellschaftlichen Wirklichkeit abzubilden. Diese Bemühungen gibt es auch in ARD und ZDF (vgl. ARD/ZDF

2007: 426). Geißler fasst das Konzept der interkulturellen Integration in der folgenden Abbildung zusammen (vgl. Geißler 2005b: 67):

Abbildung 4: Konzept der interkulturellen Integration

Sechs Dimensionen der sozialstrukturellen Integration		
1) Recht	Gewährung gleicher Rechte	rechtliche Integration
2) Macht und Herrschaft	gleiche politische Teilnahmechancen	politische Integration
3) Bildung	gleiche Bildungschancen	Bildungsintegration
4) Arbeit	gleiche Chancen auf dem Arbeitsmarkt und in der Arbeitswelt	Arbeitsweltintegration
5) Lebensstandard und soziale Sicherheit	gleiche Chancen auf Einkommen, Besitz, Wohnqualität, soziale Sicherheit, etc.	materielle Integration
6) wichtige Institutionen	gleicher Zugang zum Positionssystem in Medien, Bildung, Wissenschaft, Verwaltung, Justiz, Polizei	institutionelle Integration

Drei Dimensionen der soziokulturellen Integration		
Einheit-in-Verschiedenheit		
1) kognitive Integration	Elementare Akkulturation: <ul style="list-style-type: none"> ○ Verfassung, Gesetze, Grundwerte ○ Kompetenzen (insb. Sprache) 	Recht auf (gleichberechtigte) kulturelle Differenz
2) soziale Integration	Interethnische Kontakte und Kommunikation	ethnische Gemeinschaften
	gegenseitiger Respekt	
3) identifikatorische Integration		hierarchische Doppelidentität

Drei Dimensionen der aktiven Akzeptanz
1) Akzeptanz der Notwendigkeit von Einwanderung 2) Akzeptanz der Notwendigkeit interkultureller Integration 3) Politische und gesellschaftliche Aktivität: diversity mainstreaming

2.3 Zwischenresümee über die theoretischen Grundlagen zur „gesellschaftlichen Integration“

In der bisherigen Auseinandersetzung mit dem Integrationsbegriff dominiert die Sorge um den Zusammenhalt der „modernen, pluralistischen“ Gesellschaft. Die ethnisch-kulturelle Diversität wird dabei zwar als ein Merkmal der modernen Gesellschaft genannt, nimmt aber eher eine untergeordnete Bedeutung ein. Angesichts der aktuell zunehmenden ethnischen Konflikte in der westlichen Welt müssen die Anstrengungen hinsichtlich der Erforschung dessen, was die *multikulturelle Gesellschaft* zusammenhält, verstärkt werden.

Im vergangenen Abschnitt wurde nach dem Vorbild von Geißler/Pöttker (2005 und 2006) der Versuch unternommen, den Integrationsbegriff für die aktuellen Anforderungen zu schärfen. Dabei wurden Betrachtungen der Soziologie zur Integration moderner Gesellschaften mit solchen zur multikulturellen Gesellschaft ergänzt. Diese Synthese mündet schließlich in Modellen der Integration von Migranten, die in dieser Form bereits von Geißler/Pöttker präsentiert wurden. Dem traditionellen *Assimilationsmodell* und dem Negativszenario der *Segregation* stellen sie das Modell der *interkulturellen Integration* gegenüber, das sie als humanen Mittelweg für alle Beteiligten, also sowohl für die Angehörigen der Mehrheits- als auch der Minderheitsgesellschaft bezeichnen.

Zur theoretischen Fundierung dieses Modells wurde zusätzlich das liberale Modell der sozialen Integration von Fuchs (1999) herangezogen, das ebenfalls einen pragmatischen Ansatz zur Betrachtung der Integration der pluralistischen Gesellschaft liefert. Zwischen dem Konzept der interkulturellen Integration von Geißler/Pöttker und dem liberalen Modell von Fuchs besteht eine Vielzahl von Überschneidungen. In beiden Modellen werden gegenseitiger Respekt und Verfassungskonformität als Maximen der (ethnisch-kulturell)-pluralistischen Gesellschaft betont. Beide Modelle sehen nach dem Prinzip des Minimalismus eine elementare Akkulturation vor, betonen aber das Recht auf Verschiedenheit und insbesondere die Akzeptanz der Anderen in ihrer Andersartigkeit. Das liberale Modell nimmt sich der sozialen Integration eher aus einer Mikroperspektive an, wohingegen im interkulturellen Modell die Bedingungen an die Aufnahmegesellschaft expliziter ausformuliert sind: es obliegt nämlich vorwiegend Vertretern der Mehrheitsgesellschaft in politischer, rechtlicher und ökonomischer Hinsicht allen Bürgern Chancengleichheit einzuräumen. Im liberalen

Modell sind diese Forderungen nicht explizit ausformuliert, können aber in gleicher Weise als Bestandteil der liberalen Idee angenommen werden.

Im interkulturellen Modell kommt zusammenfassend zum Ausdruck, dass kulturelle Angleichung im Sinne von Assimilation keine zwangsläufige Bedingung für das Funktionieren einer Gesellschaft sein muss. Nicht kulturelle Homogenität ist das Ziel, sondern gleiche Teilnahmekancen unabhängig von der ethnischen und kulturellen Zugehörigkeit. Şen/Sauer/Halm sehen eine Gesellschaft dann integriert, *„wenn eine andere Kultur nicht im Widerspruch zu den gesellschaftlichen, sozialen und wirtschaftlichen Teilhabechancen steht“* (vgl. Şen/Sauer/Halm 2001; In: Goldberg/Sauer 2006: 21).

3 Forschungsstand zu „*Migranten-Medien-Integration*“

Zur Rolle der Medien im Integrationsprozess sind in jüngerer Zeit einige Sammelbände erschienen, die sich dem Forschungsfeld auch in theoretischer Sichtweise annehmen: Bonfadelli/Moser (2007)⁵¹, Butterwegge/Hentges (1999)⁵² und Geißler/Pöttker (2005 und 2006)⁵³. Die Aufsätze in diesen Bänden bilden neben einer Reihe von empirischen Untersuchungen die Grundlage für die folgende Aufarbeitung des Forschungsstandes zum Medienangebot für Migranten (im Speziellen der Ethnomedien), ihrer Mediennutzung und der allfälligen Wirkung dieser Nutzungsgewohnheiten. Für weitere Literatur zum Thema sei auf die umfangreiche Bibliographie von Geißler/Pöttker (2005: 411ff.) verwiesen.

Grundlage für das Forschungsfeld ist vielfach ein Negativszenario: Aufgrund unzureichender Berücksichtigung und negativverzerrter Darstellung von Migranten in den Mehrheitsmedien überwiegt die Nutzung des muttersprachigen Medienangebots unter Migranten und daraus folgt eine negative Auswirkung auf die Integration in Form von *Segregation*, „*Parallelgesellschaften*“ oder „*Gettoisierung*“. Diesem Negativszenario steht aber eine Reihe von alternativen Ansätzen gegenüber, die der komplementären Nutzung von Ethnomedien neben den deutschsprachigen Medien eine wichtige Funktion als „*Brücke zur Heimat*“ sowie zur kulturellen Identitätsstabilisierung und -bildung zuschreiben.

Geißler nennt drei Bereiche, die für das Forschungsfeld „*Migranten-Medien-Integration*“ konstitutiv sind (vgl. Geißler 2005c: 70):

- Erstens geht es um den Beitrag der Massenmedien zur Integration von Migranten und ethnischen Minderheiten in die Aufnahmegesellschaft (damit sind die Wirkungen der Mediennutzung auf die Mehrheits- und Minderheitsgesellschaft gemeint),
- zweitens um die Integration von ethnischen Minderheiten in die medial hergestellte Öffentlichkeit, d.h. um die Repräsentation von Migranten in den Medien,
- und drittens um die Integration von Migranten als Produzenten in das Mediensystem.

Diese Arbeit beschäftigt sich vorwiegend mit dem ersten Themenfeld, der Wirkung der Mediennutzung. Deshalb werden alle Bereiche, die mit der Wirkungsfrage unmittelbar zu tun

⁵¹ Aumüller 2007; Becker 2007; Bonfadelli 2007a, 2007b; d’Haenens 2007; Luginbühl 2007; Moser 2007; Piga 2007; Trebbe 2007.

⁵² Böhm 1999; Butterwegge 1999a; Gaitanides 1999; Güntürk 1999; Ruhrmann 1999.

⁵³ Geißler 2005a, 2005b, 2005c; Geißler/Pöttker 2006a; Halm 2006; Müller 2005a, 2005b, 2005c, 2005d; Pöttker 2005; Ruhrmann/Sommer/Uhlemann 2006; Schneider/Arnold 2006; Weber-Menges 2005a, 2005b, 2006.

haben, ausführlich bearbeitet: Medienangebot, -nutzung und -wirkung. Die beiden weiteren Themenfelder betreffend die Integration von ethnischen Minderheiten in die medial hergestellte Öffentlichkeit (Darstellung von Migranten in den Medien) bzw. Integration von Migranten in die Medienproduktion (in die Mehrheits- und Ethnomedien) werden in dieser Arbeit in Exkursen behandelt.

In Anlehnung an die Lasswell-Formel „*Who says what on which channel to whom with what effect?*“ kann das Forschungsfeld zudem in fünf Teilaspekte gegliedert werden: Kommunikatoren, Inhalte, Kanäle, Publikum und Wirkungen⁵⁴ (vgl. Geißler/Pöttker 2006a: 25f.). Die Unterkapitel zur Aufarbeitung des Forschungsstandes zu „*Migranten-Medien-Integration*“ sind daran anschließend aufgeteilt:

- 1) Duales Medienangebot für Migranten (Kanäle und Inhalte der Ethnomedien)
- 2) Mediennutzung von Migranten (Publikum)
- 3) Medienwirkung (Wirkungen und Inhalte der Mehrheitsmedien)
- 4) Exkurs: Migranten in der Medienproduktion (Kommunikatoren)

Vor der Vorstellung der bisherigen theoretischen und empirischen Untersuchungen in den Teilbereichen des Forschungsfeldes folgt noch ein Überblick über die aus den soziologischen Integrationsmodellen abgeleiteten *Modelle zur Rolle der Medien bei der Integration von Migranten*.

3.1 Modelle zur Rolle der Medien bei der Integration von Migranten

Ausgehend von der Trichotomie der Integration „*Assimilation – Segregation – interkulturelle Integration*“ unterscheidet Geißler drei idealtypische Modelle zur Rolle der Medien im Integrationsprozess (vgl. Geißler 2005c: 72ff.):

- 1) Assimilative mediale Integration
- 2) Mediale Segregation
- 3) Interkulturelle mediale Integration

3.1.1 Assimilative mediale Integration

Im assimilativen Modell gehen Migranten strukturell (rechtliche und ökonomische Integration) und kulturell (kulturelle Assimilation) in der Mehrheitsgesellschaft auf. Das hat

⁵⁴ Geißler/Pöttker nennen als sechsten Teilaspekt kulturelle Einflüsse: Diese werden zwar nicht in einem eigenen Abschnitt berücksichtigt, fließen aber in das Thema Mediennutzung von *Migranten* in Form von ethnisch-kulturellen Einflüssen in alle Teilbereiche ein (vgl. Geißler/Pöttker 2006a: 25f.)

zur Folge, dass sie in den wichtigen Institutionen – so auch in der Medienproduktion – entsprechend repräsentiert sind. In ihren Beiträgen behandeln sie keine ethnospezifischen Probleme und Interessen, sondern Themen wie die Redakteure der Mehrheitsbevölkerung auch. Die Mediennutzung von assimilierten Migranten entspricht der von Angehörigen der Aufnahmegesellschaft. Vorwiegend werden Mainstream-Medien nach den üblichen soziodemographischen und milieuspezifischen Mustern genutzt. Ethnomedien haben keine Bedeutung und damit existieren auch keine ethnischen Teilöffentlichkeiten (vgl. Geißler 2005c: 73 und Geißler/Pöttker 2006a: 22).

3.1.2 Mediale Segregation

Mediale Segregation liegt vor, wenn Angehörige ethnischer Minderheiten ausschließlich bzw. hauptsächlich Ethnomedien nutzen und dadurch ethnische Teilöffentlichkeiten geschaffen werden (Stichwort „*Medienghetto*“; vgl. Meier-Braun 2002; Güntürk 1999; Schneider/Arnold 2006; Bucher/Bonfadelli 2007:125f.). Ethnomedien werden häufig in den Herkunftsländern produziert und nehmen fast ausschließlich Bezug auf das Herkunftsland. Auch wenn Ethnomedien im Aufnahmeland gestaltet werden, ist in der Regel ein starker Herkunftslandbezug gegeben. Weiters sind in einem idealtypischen Modell medialer Segregation Migranten in den österreichischen bzw. deutschsprachigen Medien nicht als Produzenten tätig. Die Inhalte in den Mehrheitsmedien nehmen auf ethnische Minderheiten keine Rücksicht bzw. sind allfällige Berichte negativ verzerrt (vgl. Geißler 2005c: 72 und Geißler/Pöttker 2006a: 21).

3.1.3 Interkulturelle mediale Integration

Bisherige empirische Untersuchungen zeigen, dass die beiden genannten Modelle (*Assimilation* und *Segregation*) nur begrenzte Ausschnitte der Realität abbilden. Geißler bezeichnet sie deshalb für die Verwendung als „*normative Modelle, die wünschenswerte Ziele enthalten*“ sollten, als nicht brauchbar (vgl. Geißler 2005c: 73). Einerseits verhindert eine mediale Segregation jegliche Integration von Migranten in die Aufnahmegesellschaft, andererseits geht das Assimilationsmodell an den psychischen Bedürfnissen einer großen Zahl der Zuwanderer und eigentlich an der Realität vorbei. Migranten können und wollen mit dem Grenzübertritt nicht hundertprozentig mit ihrer Herkunftskultur brechen. Deshalb fasst Geißler die „*integrativen Erfordernisse der Aufnahmegesellschaft und die*

spezifischen soziokulturellen Bedürfnisse der Migranten“ in einem dritten, dem interkulturellen Modell, zusammen.

Im Unterschied zum assimilativen Modell ist im Konzept der interkulturellen medialen Integration die ethnische Komponente berücksichtigt: Ethnische Minderheiten haben nämlich spezielle kulturelle Bedürfnisse, die in ethnospezifischen Inhalten in den Aufnahmeland-Medien und durch Ethnomedien befriedigt werden.

Im Gegensatz zum segregativen Modell besteht allerdings neben diesem ethnokulturellen Aspekt auch eine stärkere Verzahnung mit dem Aufnahmeland und seinen Bürgern. Konkret werden von Migranten komplementär auch deutschsprachige Medien genutzt und damit wird beispielsweise eine gemeinsame mediale Öffentlichkeit zwischen Migranten und Deutschen hergestellt, die in interkultureller Kommunikation mündet (vgl. Geißler 2005c: 73f. und Geißler/Pöttker 2006a: 22ff.).

Auf Produktionsseite sind ebenfalls Komponenten des assimilativen und des segregativen Modells enthalten: In den deutschsprachigen Medien sind Migranten proportional zum Bevölkerungsanteil vertreten und produzieren (auch) Inhalte, die ethnospezifische Themen und Probleme behandeln. Dabei bringen sie ihre Kompetenz im Zusammenhang mit den Perspektiven und Standpunkten von Migranten ein. Neben den „*ethnopluralen*“ Mainstreammedien existieren in diesem Modell auch Ethnomedien, die jedoch stärker auf die Situation der Migranten im Aufnahmeland Bezug nehmen und nicht im Herkunftsland verhaftet bleiben (vgl. Geißler 2005c: 74).

Die Inhalte in den Mehrheitsmedien sollen einerseits bei den Angehörigen der Mehrheitsgesellschaft die *aktive Akzeptanz* von Migranten fördern (siehe Kapitel 2.2.3 *Modell der interkulturellen Integration*), andererseits Migranten an die Aufnahmegesellschaft heranführen und ihren spezifischen ethnokulturellen Bedürfnissen gerecht werden. Die Berichterstattung über die verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen, im Sinne einer Steigerung des Wissens von einander, spielt eine besondere Rolle für die Integration (vgl. Beck und Beck-Gernsheim 1996; 36; In: Friedrichs/Jagodzinski 1999: 29). Den Medien kommt bei der Herstellung einer entsprechenden Öffentlichkeit eine Schlüsselrolle zu, wenngleich Medien nicht als Bildungsinstitutionen begriffen werden dürfen. Im idealtypischen interkulturellen Modell sind für Migranten Mehrheitsmedien deshalb attraktiv, weil sie ihre Anliegen und Probleme darin wieder finden und Probleme, die im interkulturellen Zusammenleben auftreten, mit Augenmaß behandelt werden. Von Hetzkampagnen, Diskriminierungen und ethnischem

Negativismus wird abgesehen. Die Ethnomedien sind eine „*Brücke zur alten Heimat*“ und liefern Inhalte, die die Mehrheitsmedien angesichts der ethnischen Vielfalt nicht bieten können. Ethnomedien spielen dabei im Mediensystem eine ähnliche Rolle wie spezielle Angebote für Frauen, Jugendliche oder bestimmte Religionsgemeinschaften (vgl. Geißler 2005c: 75f.).

3.1.4 Fazit zu den Modellen zur Rolle der Medien bei der Integration von Migranten
Geißler stellt drei Modelle zur Rolle der Medien im Integrationsprozess einander gegenüber, wobei er dem assimilativen und dem segregativen Modell die Praxistauglichkeit abspricht. Nur im interkulturell integrativen Modell sieht er die Bedürfnisse von Mehrheits- und Minderheitsgesellschaft berücksichtigt. Seine Analyse stützt sich auf die bisherigen empirischen Befunde im Forschungsfeld.

Im Modell der interkulturellen Integration stehen für Migranten sowohl muttersprachige als auch mehrheitssprachige Medien zur Verfügung. Mit Hilfe der muttersprachigen Medien stärken sie ihre kulturelle Identität und ihre Bindung an die Herkunftskultur („*bonding*“) und mit den deutschsprachigen Medien verbessern sie die Verbindung mit der Mehrheitsgesellschaft und damit die gesellschaftliche Integration („*bridging*“) (zu den Begriffen *bonding* und *bridging*: siehe Kapitel 3.4 *Medienwirkung auf Mehrheits- und Minderheitsgesellschaft* bzw. vgl. Putnam 2000; In: d’Haenens 2007: 147f.). Aus normativer Sichtweise sind eine völlige Aufgabe der Herkunftskultur und eine umgehende Assimilation von Migranten nicht vertretbar, genauso wie eine totale Entfremdung zwischen den ethnischen Gruppen in Form von Segregation nicht wünschenswert ist. Insofern ist das Modell der interkulturellen Integration ein humaner Mittelweg zwischen Assimilation und Segregation.

In den folgenden drei Kapiteln zum Medienangebot für Migranten, zu ihrer Mediennutzung und zur Wirkung der Mediennutzung wird die Rolle der Medien im Integrationsprozess noch detaillierter aufgearbeitet.

3.2 *Duales Medienangebot für Migranten*

Neben den deutschsprachigen Medienangeboten⁵⁵ können Menschen mit Migrationshintergrund aufgrund ihrer Zwei- oder Mehrsprachigkeit auch auf so genannte *Ethnomedien* zurückgreifen. In einer weiteren Definition von Ethnomedien sind darunter alle muttersprachigen Medien für Migranten zu verstehen, die im Aufnahmeland verfügbar sind, also sowohl Herkunftsland-Medien (Auslandsmedien) als auch im Aufnahmeland produzierte Minderheiten-Medien. In einer engeren Definition sind damit nur die Medien gemeint, „*die von Minderheitenangehörigen für Minderheitenangehörige im Aufnahmeland produziert werden*“ (Weber-Menges 2005b: 241 und 2006: 123; Müller 2005c: 323).

In Österreich sind Medien, die hierzulande *von Migranten für Migranten* produziert werden⁵⁶, in weit geringerem Ausmaß vorhanden als Auslandsmedien, die eigentlich für das dortige Publikum gedacht sind. In Deutschland ist die Situation ähnlich, allerdings gibt es bereits einige bedeutende deutsch-türkische Medienangebote (z.B. die Fernsehsender *TDI*, *Kanal Avrupa* und *Aypa TV*⁵⁷ sowie zahlreiche Printmedien⁵⁸). Die Ethnomedien sind in der Regel in der Herkunftssprache gestaltet, wenngleich auch deutschsprachige Inhalte nicht ausgeschlossen sind. Neben den *Produzenten* und der *Zielgruppe*, die bei genuinen Ethnomedien migrantisch sind, sind auch die *Besitzverhältnisse* ein wichtiger Aspekt (vgl. Müller 2005c: 324). Wird also zusätzlich beachtet, wer *Kontrolle* über das Medium ausübt, reduziert sich die Zahl der als im engeren Sinne genuin erachteten Ethnomedien in Deutschland noch einmal erheblich: Demgemäß sind Medien, die in deutschem Besitz sind (wie bspw. der Radiosender *Radyo Metropol FM* in Berlin) oder von der Türkei aus kontrolliert werden (wie bspw. die Deutschland-Beiträge in *Hürriyet* oder *TRT-Int.*) keine Ethnomedien im engeren Sinne (vgl. Müller 2005c: 325). Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass die meisten Ethnomedien *keine* Ethnomedien im engeren Sinne sind, sondern Hybridformen oder – wenn in der Definition berücksichtigt – reine Auslandsmedien (vgl. Müller 2005c: 326).

⁵⁵ Auf das deutschsprachige Medienangebot, das auch der Mehrheitsgesellschaft zur Verfügung steht, wird nicht näher eingegangen.

⁵⁶ *biber* kann als transkulturelle Zeitschrift, die *von Migranten für Migranten* in Österreich produziert wird, genannt werden. *biber* ist 2008 sechs Mal kostenlos erschienen (www.dasbiber.at).

⁵⁷ *TDI* (Türkisch-Deutsches Fernsehen in Berlin) wird eigenständig und komplett *von Migranten für Migranten* produziert; genauso wie der in Duisburg ansässige Sender *Kanal Avrupa* (vgl. Goldberg/Sauer 2006: 162f.). *Aypa TV* ist ein Berliner deutsch-türkischer Fernsehsender (vgl. Aumüller 2007: 27).

⁵⁸ Weber-Menges (2005) zählt eine Reihe von türkischen Printmedien auf, die *von Minderheitenangehörigen für Minderheitenangehörige* in Deutschland produziert werden: *Haftalik Posta*, *Toplum* im Bereich Hessen, *Ruhr Postasi* im Ruhrgebiet, *Yöremizin Sesi* und *Öztürk* im Raum Solingen sowie *Türkiye Gazetesi* (vgl. Güntürk 2000, 274f., 276f; Goldberg in aid 3/96: 4; In: Weber-Menges 2005: 280)

Im Zuge des medialen Wandels in den vergangenen Jahrzehnten hat sich das fremdsprachige Medienangebot und insbesondere das Angebot an Auslandsmedien im deutschen Sprachraum kontinuierlich vergrößert. Durch Satellitenübertragung und Internet sind beispielsweise nahezu alle in der Türkei oder in den jugoslawischen Nachfolgestaaten produzierten Medieninhalte auch bei uns verfügbar (vgl. Weber-Menges 2005b: 242f.; Aumüller 2007: 23; Güntürk 1999: 136).

Die deutschsprachigen (öffentlich-rechtlichen) Sender konnten auf diese Konkurrenz nicht mehr reagieren und haben es mehr oder weniger aufgegeben, ein entsprechendes migrantenspezifisches Programm bereitzustellen. Zu komplex sind die Herausforderungen durch die starke Diversität der Migranten im Hinblick auf kulturelle Zugehörigkeit, Grad der Integration, Alter und Generation sowie Sozialstatus geworden, als dass ein umfangreiches Angebot produziert werden könnte (vgl. Geißler 2005: 23).

3.2.1 Entwicklung ethnischer Medienkulturen

Weber-Menges teilt die Entwicklung ethnischer Medienkulturen in Deutschland in sechs Phasen, wobei sich die Gliederung vor allem auf die türkische Medienkultur bezieht⁵⁹ (vgl. Weber-Menges 2005b: 245 und 2006: 124f.):

- Phase 1: Gastarbeiter-Radio und Anfänge einer Gastarbeiter-Presse (1960er)
- Phase 2: Ausländerprogramme im Fernsehen / türkischer Kinomarkt / Ausweitung des Verlagssystems für ethnische Pressemedien (beispielsweise *Hürriyet* seit 1971, *Milliyet* seit 1972) (seit den 1970ern)
- Phase 3: Ethnischer Videomarkt (1980er)
- Phase 4: Ausbreitung des Kabelfernsehens / lokale offene Kanäle (seit den 1990ern)
- Phase 5: Privatfernsehen via Satellit / weitere Ausdifferenzierung des Angebotes an ethnischen Pressemedien (seit den 1990ern)
- Phase 6: Multi-Kulti-Modelle / deutsch-türkische Medienkultur und mediale Transkulturen / Internet (seit den 1990ern)

Zur näheren Erklärung der Phasen 1 bis 3 sei auf die Ausführungen von Weber-Menges (2005b und 2006) und Aumüller (2007: 22ff.) verwiesen. An dieser Stelle werden vor allem

⁵⁹ „Seit der Einwanderung der ersten türkischen Arbeitsmigranten hat sich nämlich vor allem hier eine vielfältige und umfangreiche Medienlandschaft entwickeln können. Außerdem stellen türkische Migranten mit Abstand die größte ethnische Minderheitengruppe in Deutschland und zudem eine Gruppe mit besonderen Integrationsproblemen dar“ (Weber-Menges 2005: 244).

die jüngeren Phasen 4 bis 6 beschrieben, die dabei nicht als abgeschlossene Abschnitte, sondern als überlappende bzw. parallel laufende Phasen zu verstehen sind.

ad Phasen 4 und 5: Mit der Ausbreitung von Kabel- und Satellitenfernsehen und dem damit einhergehenden Empfang muttersprachiger Auslandssender verloren die seit den 1970er Jahren produzierten Ausländerprogramme der öffentlich-rechtlichen Sender (ARD, ZDF) an Bedeutung und die Migranten wendeten sich verstärkt den Sendern aus der alten Heimat zu. Dabei schlug sich die Verbreitung des Privatfernsehens in den Herkunftsländern, insbesondere in der Türkei⁶⁰, analog auch in Deutschland nieder. Durch die Digitalisierung hat sich gegenüber den analogen Empfangsmöglichkeiten das muttersprachige Rundfunk- und Fernsehangebot noch einmal erheblich erweitert und die Bild- und Tonqualität verbessert. Einige türkische Sender gründeten auch Niederlassungen in Deutschland⁶¹, um das Programm durch spezielle Sendungen für Türken in Europa zu ergänzen⁶². Die deutschen Sender, sowohl öffentlich-rechtliche als auch private, konnten bzw. wollten auf diese Entwicklung nicht reagieren und entwickelten keine neuen Programmformate mehr bzw. stellten die „*Gastarbeitersendungen*“ ein (vgl. Weber-Menges 2005b: 273; Aumüller 2007: 24, 30; Güntürk 1999: 138; Halm 2006: 86f.).

Auch das ethnische Presseangebot hat sich ständig erweitert (vgl. Weber-Menges 2005b: 256ff. bzw. Halm 2006: 79ff. für das türkische Angebot⁶³). Deutsche Dependancen wurden gegründet, um die Originalausgaben um einen Deutschland bzw. Europa-Teil zu ergänzen (vgl. Weber-Menges 2005b: 277). Für Österreich nennt Rohe *Hürriyet* (laizistisch-nationalistisch orientiert), *Milliyet* (laizistisch-linksintellektuell) und *Zaman* (gemäßigt religiös) als wichtige türkische Tageszeitungen sowie „*Yeni Vatan Gazetesi*“ als türkischsprachige

⁶⁰ Die Entwicklung des Fernsehens in der Türkei fand gegenüber Deutschland zeitverzögert statt: Ab 1968 erfolgte der Aufbau eines landesweiten Fernsehens (TRT). Die ersten Privatsender wurden Anfang der 1990er Jahre gegründet, die aber zunächst aus dem Ausland in die Türkei einstrahlten mussten. 1994 wurden die Privatsender dann legalisiert (vgl. Aumüller 2007: 25).

⁶¹ TRT Int., Kanal 7, TV 8, TGRT und Samanyolu TV (vgl. Aumüller 2007: 30)

⁶² Die Anzahl der Sendungen, die speziell für die Zuschauergruppe der Deutschtürken produziert wird, fällt aber vergleichsweise gering aus (vgl. Aumüller 2007: 32).

⁶³ Auflage und politische Ausrichtung der türkischen Zeitungen in Deutschland (nach Angaben der Verlage 2002; In: Halm 2006: 80 und Weber-Menges 2005b: 277):

Türkische Tageszeitungen: *Hürriyet* (Liberalkonservativ mit deutlicher Neigung zur Boulevardpresse: Auflage in der BRD: 110.000; erscheint seit 1971 in Deutschland); *Milliyet* (Linksliberal, 22.000, seit 1972); *Türkiye* (Konservativ-traditionell, 50.000, seit 1988); *Zaman* (Konservativ-religiös, 13.000, seit 1990); *Milli Gazete* (Religiös-fundamentalistisch, 10.000, seit 1973); *Evrensel* (Links, 3.000, seit 1995); *Özgür Politika* (Kurdische Zeitung in türkischer Sprache – links, 12.000, seit 1995); *Vakit* (Religiös-fundamentalistisch, 3.000, seit 2000); *Tercüman* (Konservativ-national, 4.000, seit 2002);

Türkische Wochenzeitungen: *Dünya Hafta* (Wirtschaftszeitung, 13.000, seit 1992); *Cumhuriyet Hafta* (Linksliberal, 4.800, seit 1990)

Monatszeitschrift mit stärkerem Österreichbezug. *Hürriyet* verfügt dabei über die weitaus größte Auflage (vgl. Rohe 2006: 18).

Im Hinblick auf die Integrationsfunktion der Medien wird die Entwicklung in den vergangenen zwei Jahrzehnten kontrovers diskutiert. Während den Ausländerprogrammen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens durchaus eine integrative Funktion zugesprochen wird, ist diese für das Herkunftsland-Fernsehen in der Literatur umstritten, nämlich diesbezüglich, „ob die Entwicklung ethnischer Medienkulturen heute mediale Selbstisolation von Migranten darstellt und Ausdruck von medialen Parallelgesellschaften ist, oder ob es hier um eine kulturelle Trennung im Sinne einer Identitätsbildung und damit um eine Voraussetzung für Integrationsfähigkeit und -willigkeit geht“ (vgl. Becker/Behnisch 2003: 5; In: Weber-Menges 2005b: 264; mehr dazu im Kapitel 3.4.3 *Integrative und desintegrative Wirkung der Mediennutzung*). In den deutschsprachigen Mainstream-Medien fehlt jedenfalls bislang eine Erfolg versprechende Reaktion auf das Ethno-Angebot aus den Herkunftsländern.

ad Phase 6: Weber-Menges weist darauf hin, dass es in Deutschland abseits des Mainstreams eine Entwicklung hin zu multikulturellen bzw. interkulturellen Medienmodellen gibt. Multikulturelle Programmformate des öffentlich-rechtlichen Rundfunks⁶⁴ in der Nachfolge der Ausländerformate versuchen diesem Anspruch gerecht zu werden, genauso wie genuine Ethnomedien von Migranten der zweiten und dritten Generation. Diese Angebote haben gemeinsam, dass sie für Deutsche und Nichtdeutsche gleichermaßen interessant sind und einen Beitrag zum interkulturellen Austausch leisten können (vgl. Weber-Menges 284ff.). Als ein Migrantenmedium in Österreich, das von Minderheitenangehörigen produziert wird, kann das transkulturelle Magazin *biber* genannt werden. Nach eigenen Angaben ist es im Jahr 2008 sechs Mal erschienen und kostenlos verteilt worden (www.dasbiber.at; siehe Kapitel 8.1 *Öffentlicher Diskurs zu „Medien und Integration“*: Der Standard 2008b).

Transkulturelle Medien, die hierzulande von Migranten der zweiten und dritten Generation für ihresgleichen produziert werden, können ein Ausweg aus dem Dilemma der Herkunftsland-Bezogenheit der Auslandsmedien einerseits sowie der Ignoranz der deutschsprachigen Medien gegenüber den Bedürfnissen der Migranten andererseits sein. In Teilen Deutschlands hat sich bereits „eine türkische, deutsch-türkische und türkisch-deutsche Medien- und

⁶⁴ Weber-Menges nennt als Beispiele die Radiosender *Funkhaus Europa* (WDR) und *radiomultikulti* (SFB/rbb) sowie das Fernsehformat *Cosmo TV* (WDR) (vgl. Weber-Menges 284ff.).

Kulturszene entwickelt, die sich in neuen musikalischen Formen⁶⁵, in der Werbung, in kostenlosen türkischen Anzeigenblättern (von deutschen Verlegern), Lifestylmagazinen⁶⁶ und Radiosendern⁶⁷ zeigt“ (Hafez 2000: 731; In: Weber-Menges 2005b: 293; Becker 2007: 45). Offene Kanäle (in Wien beispielsweise der Fernsehsender *Okto*) stellen ebenfalls ein Medium „im Grenzbereich zwischen Mehrheitskultur und ethnischen Minderheiten dar“, nämlich deshalb, weil offene Kanäle besonders stark von Angehörigen ethnischer Minderheiten angenommen werden (vgl. Geißler/Pöttker 2006a: 31; Weber-Menges 2006: 130). Zudem nennt Weber-Menges als Beiträge zum deutsch-türkischen Verständnis in den vergangenen Jahren auch deutsch-türkische Filme bzw. Regisseure⁶⁸.

Durch das Internet haben sich im letzten Jahrzehnt zusätzlich völlig neue Möglichkeiten ergeben, damit Migranten ihre „Informations-, Kommunikations- und Selbstdarstellungsansprüche auf eine moderne und individuelle Art jederzeit“ befriedigen können (Weber-Menges 2005b: 303). Schneider/Arnold bescheinigen dem Internet auch ein deutliches Potential zur Bildung interethnischer Kontakte (vgl. Schneider/Arnold 2006: 96f.). Bucher/Bonfadelli beschreiben die Entwicklung dahin, *alle Medien überall* empfangen zu können, als einen grundsätzlichen „Strukturwandel im Mediensystem“ (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007: 119).

3.2.2 Typologie der Ethnomedien in Deutschland

Weber-Menges erstellt im Hinblick auf die Merkmale *Sender der Medienbotschaften* (1), *Inhalte und Art des Mediums* (2), die *Zielgruppe* (3) und mit Einschränkung auch auf die *Wirkung* (4) folgende Typologie für Ethnomedien in Deutschland (vgl. Weber-Menges 2005b: 308 und 2006: 124):

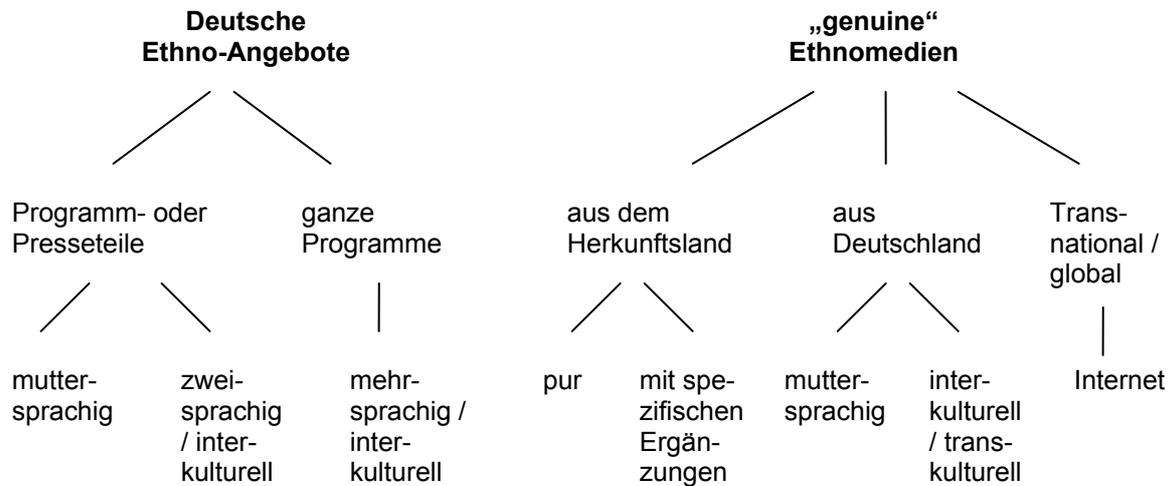
⁶⁵ Formen die in den letzten Jahren in Deutschland populär geworden sind bzw. sich entwickelt haben: *Turkish Pop*, *türkischer Rap*, *HipHop* bzw. *Oriental HipHop* (vgl. Kaya 2001; In: Weber-Menges 2005: 298f.).

⁶⁶ Hayat, etap, Türkis, Perşembe, Dünya Deutschland, detay, Kobi und Sultan's Magazin (vgl. Becker 2007: 45).

⁶⁷ *Radyo Metropol FM* in Berlin sendet gezielt nur für Deutsch-Türken (vgl. Weber-Menges 2005: 297).

⁶⁸ z.B. erhielt *Fatih Akin* für seinen Film „*Gegen die Wand*“ auf der Berlinale 2004 den Goldenen Bären.

Abbildung 5: Typologie der Ethnomedien



(Quelle: Weber-Menges 2005: 308)

Zunächst ist zwischen Ethno-Angeboten unter „deutscher Regie“ und „genuinen“ Ethnomedien zu unterscheiden. Bei den deutschen Ethnoangeboten kann es sich um Beilagen bzw. Programmteile eines deutschen Mediums oder um eigenständige Programme bzw. Printmedien handeln. In beiden Fällen können die Inhalte rein muttersprachig oder mehrsprachig interkulturell angelegt sein.

Die genuinen Ethnomedien gliedern sich nach dem Herkunftsland. Mit der Definition von Ethnomedien im engeren Sinne sind die in Deutschland von ethnischen Minderheiten für ethnische Minderheiten hergestellten Medien gemeint. Diesen wird auch hinsichtlich der interkulturellen Integration eine Schlüsselfunktion zugesprochen. Sie können rein muttersprachig oder mehrsprachig interkulturell konzipiert sein. Die „genuinen“ Ethnomedien aus den Herkunftsländern unterscheiden sich wiederum dadurch, ob durch Dependancen in Deutschland auch deutschlandspezifische Inhalte ergänzt werden oder nicht. Und schließlich bilden die transkulturell orientierten Medien im Internet den bisherigen Endpunkt der stetigen Weiterentwicklung ethnokultureller Medienangebote (vgl. Weber-Menges 2005b: 307f.).

3.2.3 Darstellung der Deutschen in den Ethnomedien

Die Inhalte der Ethnomedien liegen für die Wissenschaft vielfach noch im Dunkeln, sind also noch nicht hinreichend erforscht. Entsprechende Inhaltsanalysen sind in der Literatur

noch dürftig – auch aufgrund methodischer Probleme (Sprachbarriere) (vgl. Müller 2005c: 328f.).

In Zusammenhang mit der gesellschaftlichen Integration interessiert vor allem das Bild des Aufnahmelandes bzw. der Bürger des Aufnahmelandes in den Ethnomedien. Während das *Bild der Migranten in den deutschsprachigen Medien* bereits ausführlich behandelt wurde⁶⁹ ist das *Bild der Deutschen in den Ethnomedien* noch weitgehend unbekannt.

Eine Untersuchung zum Inhalt der türkischen Medien und auch zum Deutschlandbild bzw. zur Darstellung der türkischen Migranten in Deutschland und der deutsch-türkischen Beziehungen bietet die 2004/05 durchgeführte Studie des Berliner Instituts für Vergleichende Sozialforschung (BIVS, vgl. Aumüller 2007: 32ff.). Deutschland und türkische Migranten in Deutschland sind demnach in den türkischen Medien kein hervorgehobenes Thema der Berichterstattung. Wenn über Deutschland, deutsch-türkische Beziehungen oder Türken in Deutschland berichtet wird, ist das vermittelte Bild überwiegend neutral bis positiv (vgl. Aumüller 2007: 35f.).

Müller stellt eine Reihe von Untersuchungen zur Darstellung der Deutschen in den türkischen Medien vor, die aber durchwegs eine gründliche wissenschaftliche Systematik vermissen lassen. Gemäß den Untersuchungen, die Müller heranzieht, ist es aber – vergleichbar mit dem Bild der Migranten in den Mehrheitsmedien – negativ verzerrt (vgl. Müller 2005c: 337). Müller stützt sich dazu auf qualitative Studien von Binswanger (1981, 1983 und 1988) und des Zentrums für Türkeistudien (1991). Ein durchgehender Befund ist, dass der türkische „*Chauvinismus*“ dem deutschen in nichts nachsteht. Quantitative Studien von Aktan (1984) und dem Zentrum für Türkeistudien (1991) belegen einen starken Türkei-Bezug auch in den Europa-Beilagen der türkischen Zeitungen *Hürriyet*, *Tercüman* und *Milliyet*. Der Verdacht liegt nahe, dass die türkischen Medien, die in Deutschland verbreitet werden, an einer besseren Integration der türkischen Migranten in die deutsche Gesellschaft gar nicht interessiert sind, zumal ihnen dadurch Rezipienten ihrer Medien abhanden kommen könnten (vgl. Aktan 1984; In: Müller 2005c: 343; Halm 2006: 86). Im türkischen Fernsehen ist der Deutschland-Bezug noch geringer, da die Sender ja mit Ausnahme von *TRT-Int* originär für den Türkei-Markt bestimmt sind. Wenn ein Deutschland-Bezug besteht, ist dieser ebenfalls negativ verzerrt (vgl. Müller 2005c: 347).

⁶⁹ siehe Kapitel 3.4.4 Exkurs: Darstellung von Migranten in den Mehrheitsmedien und Wirkung der „Ausländerberichterstattung“.

In Österreich wurde 2006 im Auftrag des Innenministeriums eine Inhaltsanalyse der vermutlich reichweitenstärksten türkischsprachigen Printmedien (*Hürriyet*, *Milliyet*, *Zaman* und *Yeni Vatan Gazetesi*) durchgeführt. Rohe (2006) stellt anhand dieser fest, dass sich nur die Monatszeitschrift *Yeni Vatan Gazetesi* an ein in Österreich lebendes Lesepublikum richtet und sich mit integrationsbezogenen Themen zur Situation der Muslime in Europa auseinandersetzt (vgl. Rohe 2006: 18f.).

Resümierend muss über den Forschungsstand zu den Inhalten der Ethnomedien angemerkt werden, dass die qualitativen und quantitativen Studien nicht ausreichend und teilweise veraltet sind. Müller schlussfolgert zwar, dass die Auslandsmedien und Ethnomedien „*ein unerfreuliches Spiegelbild der Darstellung der Minderheiten in den deutschen Medien*“ sind. Dieses Resümee wird aber durch Aumüller nicht bestätigt (vgl. Müller 2005c: 351; Aumüller 2007: 35ff.).

3.2.4 Fazit zur Forschung zum Medienangebot für Migranten

Die Hintergründe für die Entwicklung der vielfältigen ethnischen Medieninhalte, -formate und -organisationen liegen erstens im technologischen Wandel und in der Liberalisierung, die die Medienvielfalt in den Herkunftslandsendern hervorgebracht und auch die Ausstrahlung hierzulande möglich gemacht haben. Zweitens liegen sie in der sozialen und kulturellen Ausdifferenzierung der Migranten, die wiederum eine facettenreiche Nachfrage generiert hat. Drittens schließlich liegen sie im Verhalten der deutschen Mainstream-Medien, die auf die neuen Zielgruppen nur unzureichend reagiert haben (vgl. Weber-Menges 2005b: 309 und 2006: 139f. bzw. Aumüller 2007: 21f.). Becker sieht durch psychologische Faktoren auf Seiten der Migranten die Entwicklung begünstigt, und zwar als Resultat einer doppelten Zangenbewegung: Erstens stoßen sie auf Ablehnung in der Mehrheitsgesellschaft und zweitens suchen sie „*Selbstbestimmung, Würde, Respekt und Autonomie*“ (Becker 2003: 54f.; In: Weber-Menges 2005b: 309).

Das Angebot richtet sich dieser Analyse zufolge also nach der Nachfrage. Hier besteht zweifelsohne großer Bedarf an ethnischen Medien, die einerseits von den Migranten verstanden werden und die andererseits auch die Migranten verstehen. Die Gattung der Ethnomedien im engeren Sinne, also Medien *von* Migranten *für* Migranten, ist dabei noch unterentwickelt. Aber gerade von diesem Typ wird im Gegensatz zu den originär deutschen und türkischen Medien eine interkulturell integrative Wirkung erwartet.

Bucher/Bonfadelli weisen auf einen weiteren Typus von Medienangeboten hin, nämlich auf die US-amerikanisch geprägte „*international verbreitete Superkultur*“, die in eigenen Sendern⁷⁰, aber auch in den Ethnomedien und in den deutschsprachigen Medien⁷¹ zum Ausdruck kommt. Besonders unter (Migranten-)Jugendlichen erfreuen sich die global-kulturellen Medienangebote großer Beliebtheit (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007: 124). Diese Medienangebote kultivieren Mehrheits- und Minderheitenangehörige eigentlich über einen dritten Weg, losgelöst von Herkunfts- und Aufnahmelandkultur.

Abschließend lässt sich festhalten, dass hinsichtlich ethnospezifischer Angebote die deutschsprachigen öffentlich-rechtlichen Sender (ORF, ARD, ZDF) den Anschluss an das ethnische Publikum weitgehend verloren haben. Aumüller sieht in einer Kooperation mit ethnischen Sendern nach dem Vorbild von ARTE (deutsch-französische Medienzusammenarbeit) eine Chance für die öffentlich-rechtlichen Sender, wieder Boden gut zu machen (vgl. Aumüller 2007: 28). Becker plädiert ebenfalls dafür, dass sich die öffentlich-rechtlichen Sender (wieder) verstärkt der ethnischen Minderheiten annehmen sollten, um dem öffentlich-rechtlichen Auftrag nachzukommen, sich aus der „*Einfalt*“ der auf Mainstream gedrillten Medienlandschaft herauszuheben (vgl. Becker 2007: 43f.).

⁷⁰ zum Beispiel in Fernsehsendern wie MTV (Music Television), CNN oder Nickelodeon.

⁷¹ in US-Fernsehserien oder in Hollywood-Filmen.

3.3 Mediennutzung von Migranten

Die Forschung zur Mediennutzung nimmt sich des Verhältnisses von Migranten und Medien aus Rezipientenperspektive auf Basis des Uses-and-Gratifications-Ansatzes⁷² an. Die empirischen Untersuchungen drehen sich um die Fragen, welche Medien genutzt werden und welche Merkmale der Rezipienten dafür ausschlaggebend sind. Die Mediennutzung bildet in dieser Sichtweise die abhängige Variable (vgl. Piga 2007: 211).

Es lässt sich vorweg sagen, dass die Mediennutzung von Migranten trotz aller Bemühungen in den vergangenen Jahren unzureichend erforscht ist. Das verwundert insofern, als der Anteil der Personen mit Zuwandererbiographie an der Bevölkerung bei rund einem Fünftel liegt und in Großstädten oft mehr als ein Drittel ausmacht (vgl. Geißler/Pöttker 2006a: 16).

Ein Hauptgrund für die Forschungslücke ist die mangelhafte Berücksichtigung bzw. Kennzeichnung von Migranten in den kommerziellen *Media*-Untersuchungen. In der täglichen Fernsehreichweitenmessung wird beispielsweise ausschließlich die deutschsprachende Bevölkerung⁷³ in Privathaushalten berücksichtigt (AGTT in Österreich und AGF in Deutschland⁷⁴) (vgl. ARD/ZDF 2007: 427, vgl. ORF/GfK 2008; Müller 2005d: 376). Die Ursachen dafür sind vielfältig: Möglicherweise ist die technische Umsetzung dieses Vorhabens nur mit großem Aufwand zu realisieren. Schwerer wiegt allerdings, dass eine Erfassung der Mediennutzung von Migranten gar nicht im Interesse der renommierten Medienunternehmen, beispielsweise der Mitglieder von AGTT und AGF liegt, deren Zuschauerzahlen damit wahrscheinlich schlechter aussehen würden. Darüber hinaus gibt es auch *ethische* Bedenken gegen eine Einteilung der Rezipienten nach *ethnischen* Gesichtspunkten.

Die punktuell durchgeführten empirischen Erhebungen zeigen, dass eine dualistische Nutzung von Mehrheitsmedien und Ethnomedien alltäglich gelebte Praxis ist. In den vergangenen zehn Jahren sind einige große repräsentative Studien zur *Mediennutzung von Migran-*

⁷² Der Uses-and-Gratifications-Ansatz leitete einen Paradigmenwechsel in der Medienwirkungsforschung ein. Es wird darin nicht mehr danach gefragt, „*was die Massenmedien mit den Menschen machen, sondern was die Menschen mit dem Massenmedien machen*“ (vgl. Katz & Gurevitch 1976; In: Sommer 2007: 53). Es wird angenommen, dass sich die Rezipienten gezielt den Medien zuwenden, um einen Nutzen aus ihnen zu ziehen (*Bedürfnisbefriedigung*). Der *aktive* Rezipient wählt die Medienangebote aus (*Selektion*) und setzt sich individuell – determiniert durch sein Vorwissen – mit ihnen auseinander (*Interpretation*) (vgl. Sommer 2007: 53). Der Uses-and-Gratifications-Ansatz wird vielfach kritisiert, beispielsweise wird ihm vorgeworfen, dass er das gegenteilige Extrem des Stimulus-Response-Modells sei (vgl. Suckfüll 2004; In: Sommer 2007: 54).

⁷³ Darin sind zwar Personen mit Zuwandererbiographie enthalten, allerdings nur solche mit sehr guten Deutschkenntnissen.

⁷⁴ AGTT: Arbeitsgemeinschaft Teletest; AGF: Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung; Im AGF-Panel sind bereits Staatsangehörige anderer EU-Staaten berücksichtigt, allerdings keine Nicht-EU-Bürger (vgl. WDR-Medienforschung 2007: 427).

ten im deutschen Sprachraum entstanden. Hervorzuheben sind die Studie der ARD/ZDF-Medienkommission (ARD/ZDF 2007), eine Untersuchung der WDR-Medienforschung (2006a) und eine Studie im Auftrag des deutschen Bundespresseamtes (Weiß/Trebbe 2001). Diese drei Erhebungen dienten auch als Ideengeber für die Konzeption der für diese Dissertation durchgeführten eigenen Untersuchung; ebenso wie eine Dissertation⁷⁵ und zahlreiche Diplomarbeiten⁷⁶ an Österreichs Universitäten und zwar hauptsächlich am Wiener Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Parallel zu dieser empirischen Erhebung ist von GfK-Austria in Zusammenarbeit mit dem ORF in Österreich eine repräsentative Migrantenbefragung durchgeführt worden (ORF/GfK 2008). An der Abteilung von Heinz Bonfadelli am Institut für Publizistik- und Medienwissenschaft der Universität Zürich ist derweil neben einer Dissertation⁷⁷ auch eine umfangreiche Untersuchung zur „*Mediennutzung von Jugendlichen mit Migrationshintergrund in der Schweiz*“ entstanden (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007).

Müller (2005d) und Piga (2007) geben einen ausführlicheren Forschungsüberblick zur *Mediennutzung von Migranten* in Deutschland bzw. Europa⁷⁸. Demnach hat in Deutschland bereits früh die Auseinandersetzung mit dem Thema begonnen; beispielsweise mit der Evaluierung der Nutzung der WDR-Gastarbeiterprogramme⁷⁹ in den 1960er Jahren und einer Reihe ähnlicher Studien⁸⁰ (vgl. Müller 2005d: 359ff.). Auf ältere Untersuchungen wird hier jedoch nicht näher eingegangen, auch weil die damaligen Befunde kaum mehr mit den heutigen vergleichbar sind. Die Mediennutzung der ethnischen Minderheiten ist nämlich in einem engen Zusammenhang mit dem medialen Angebot zu sehen, das sich in den letzten beiden Jahrzehnten stark verändert hat (siehe Kapitel 3.2 *Duales Medienangebot für Migranten*). Im Vordergrund der meisten aktuellen Untersuchungen steht das Verhältnis der Nutzung von deutschsprachigen und Herkunftsland-Medien. Neben der bereits genannten Studie des Bundespresseamtes (Weiß/Trebbe 2001) führt Müller (2005d: 363ff.) noch zwei

⁷⁵ Traxler-Böck (1987).

⁷⁶ Akbaba (2006), Braunreiter (2001), Farfer (1994), Gouma (2004), Jarosch (2005), Kosar (2005), Lackner (2000), Özgül (2006), Vogel (2006).

⁷⁷ Piga (2006).

⁷⁸ Piga führt neben Studien aus Deutschland und der Schweiz auch solche aus Großbritannien, Frankreich, Italien, Griechenland und Holland an (vgl. Piga 2007: 229ff.).

⁷⁹ Infratest, 1966, 1967, 1968 (im Auftrag von WDR).

⁸⁰ Abadan 1964, 1966; Delgado 1966; Borris 1973; Mehrländer 1974; Konrad-Adenauer-Stiftung 1977; Schildmeier 1978; Marplan 1970 (im Auftrag von ARD und ZDF); Darkow/Eckhardt 1982 (Infratest-Untersuchung 1981 im Auftrag von WDR); Eckhardt 1990 (Infratest-Untersuchung 1990 im Auftrag von WDR); Eckhardt 1996 (Result-Untersuchung im Auftrag von WDR 1995).

Studien des Zentrums für Türkeistudien (vgl. Zentrum für Türkeistudien 1997⁸¹ und Goldberg/Sauer 2003) und eine Studie im Auftrag des Arbeitsministeriums (vgl. Venema/Grimm 2002⁸²) sowie eine Reihe von weiteren Untersuchungen⁸³ an, die aus forschungsökonomischen Gründen hier nicht näher behandelt werden können. Vom Zentrum für Türkeistudien gibt es mittlerweile eine neue Auflage der jährlichen Mehrthemenbefragung unter türkischstämmigen Migranten (vgl. Goldberg/Sauer 2006). Piga (2007: 230) nennt für Deutschland darüber hinaus die Untersuchung von Güntürk (1999) zur Mediennutzung von türkischen Migranten sowie zwei Teilstudien der Bundespressamtstudie aus 2001. Granato (2001) widmet sich dabei den sechs- bis dreizehnjährigen türkischstämmigen Kindern und Hafez (2002) vertieft die quantitativen Befunde durch eine qualitative Untersuchung. Für die Schweiz verweist Piga auf eine Studie von Anker/Steinmann/Ermutlu (1995)⁸⁴.

3.3.1 Ausgewählte repräsentative Untersuchungen im deutschen Sprachraum

Aus den genannten Studien zur *Mediennutzung von Migranten* im deutschen Sprachraum werden nun sechs ausgewählt, die ausführlicher beschrieben und gegenübergestellt werden:

- ORF/GfK (2008) – Österreich
- ARD/ZDF (2007) – Deutschland
- Bucher/Bonfadelli (2007) – Schweiz
- WDR-Medienforschung (2006) – Nordrhein-Westfalen
- Zentrum für Türkeistudien (Goldberg/Sauer 2006) – Nordrhein-Westfalen
- Deutsches Bundespresseamt (Weiß/Trebbe 2001) – Deutschland

⁸¹ Gegenstand der repräsentativen Studie des Zentrums für Türkeistudien (1996; veröffentlicht 1997) im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung war die Nutzung von Printmedien, Radio und Fernsehen durch Migranten türkischer Herkunft (n=2.052). Die Ergebnisse verdeutlichen eine großteils dualistische Nutzung von deutschsprachigen Medien und Herkunftslandmedien, wobei bei Tageszeitungen und beim Radio eine rein türkischsprachige Nutzung dominiert (vgl. Zentrum für Türkeistudien 1997: 12f.; In: Müller 2005d: 364f.). Güntürk streicht in ihrer Analyse der Befunde die wichtige Funktion der Nutzung von Herkunftslandmedien für die *kulturelle Identität* der Migranten hervor (vgl. Güntürk 1999: 142).

⁸² Die Untersuchung des deutschen Bundesarbeitsministeriums (Venema/Grimm 2002) dreht sich um die Situation der Ausländer in Deutschland. Türkische, griechische, italienische und (ex-)jugoslawische Personen (15+) wurden befragt (n=4.022; 1.000 je Volksgruppe). Müller kritisiert teilweise die Operationalisierung der Untersuchung und hält die Befunde der Untersuchung deshalb zum Teil für unseriös (vgl. Müller 2005d: 368ff.).

⁸³ Berliner Marktforschungsgesellschaft Data4U (seit 1995: Schulte 2002); Becker/Calagan 2002; Studien der Ausländerbeauftragten des Berliner Senats, des „europäischen forums für migrationsstudien efms“ an der Universität Bamberg (vgl. dazu Meier-Braun 2002: 4f.; Koschnick 2003a; In: Müller 2005d: 373); Begleitforschung des WDR zu ihren Minderheitenprogrammen (Zambonini 2004); Schneider/Arnold 2004.

⁸⁴ Bonfadelli führt noch eine *Studie zum Medienumgang von Ausländern* in der Schweiz an: Gattlen/Steinmann/Zaugg 2000.

ORF/GfK 2008

Über das Medien- bzw. Fernsehnutzungsverhalten von Zuwanderern liegen für Österreich noch wenige empirische Befunde vor. Um einen ersten Eindruck davon zu erhalten, hat GfK-Austria im Herbst 2007 eine Migrantenstudie (n=2.000) durchgeführt, an der sich der ORF beteiligt hat. In der Untersuchung wurde nach soziodemographischen Grunddaten, nach der Empfangssituation in den Haushalten, nach der TV-Nutzung und den TV-Programminteressen sowie nach der Radio-, Print- und Internetnutzung gefragt.

Die Grundgesamtheit bilden die Migranten der ersten und zweiten Generation ab 15 Jahren aus den drei für Österreich bedeutendsten Herkunftsregionen, Ex-Jugoslawien, Türkei und Osteuropa. Die Probanden wurden telefonisch befragt, wobei die Auswahl mithilfe eines onomastischen Verfahrens (zufällige Auswahl aus Namenslisten) getroffen wurde⁸⁵. 87 % der Interviews fanden in der jeweiligen Muttersprache statt. Die Probanden teilen sich in folgendem Verhältnis auf die drei Herkunftsregionen auf: Ex-Jugoslawien (61 %), Türkei (23 %) und Osteuropa (16 %).

Hinsichtlich des Geburtslandes ergibt sich folgendes Bild: 89 % der Befragten wurden in ihrem jeweiligen Herkunftsland geboren; von den türkischen Migranten verhältnismäßig etwas weniger (rund 80 %) als von den ex-jugoslawischen (rund 90 %) und osteuropäischen (96 %). Der Anteil der österreichischen Staatsbürger liegt bei den ex-jugoslawischen Untersuchungsteilnehmern bei 37 %, bei den türkischen bei 60 % und bei den osteuropäischen bei 57 %. Der Bildungsgrad variiert erheblich zwischen den drei Gruppen: Während 77 % der osteuropäischen Migranten über eine Matura oder einen Hochschulabschluss verfügen, sind es unter ex-jugoslawischen gerade einmal 48 % und unter türkischen nur 29 % (vgl. ORF/GfK 2008). Das Durchschnittsalter ist in allen drei Migrantengruppen niedriger als in der österreichischen Repräsentativbevölkerung ab 15 Jahren (46 Jahre): bei den Türken beträgt es 34 Jahre, bei den Ex-Jugoslawen 38 Jahre und bei den Migranten aus Osteuropa 41 Jahre.

Befunde der ORF/GfK-Studie

Eine Ausstattung mit modernen TV-Empfangseinrichtungen ist in allen drei Migrantengruppen gegeben. Rund zwei Drittel der türkischen Migranten verfügen über eine digitale Satelli-

⁸⁵ Zur Erreichung der Interviewzahl von 2.000 wurde insgesamt eine Stichprobe von 27.345 Adressen gezogen. Daraus konnten 11.310 Kontakte hergestellt werden. 2.000 (18 %) davon nahmen schließlich an der Befragung teil.

tenanlage, ein Fünftel über einen Kabelanschluss und nur ein Zehntel über einen terrestrischen Empfang, bei den Ex-Jugoslawen liegen die Werte bei 46 % (Satellit) und 37 % (Kabel), bei den Osteuropäern bei 56 % (Satellit) und 27 % (Kabel). Zur Fernsehnutzung lässt sich sagen, dass insbesondere in der türkischen Gruppe das Fernsehen einen hohen Stellenwert einnimmt. 77 % geben an, täglich fern zu sehen, unter der ex-jugoslawischen Gruppe sind es 65 % und unter der osteuropäischen Gruppe 58 %. Beim TV-Programminteresse lassen sich auffällige Unterschiede nach Herkunftsländern feststellen: Türkische Migranten zeigen sich vor allem an Nachrichtensendungen (91 %), an Sendungen aus dem Heimatland (88 %), an Wissenssendungen (83 %), an Sendungen zu Religion (74 %) und zu Politik/Wirtschaft/Zeitgeschehen (72 %) sowie an Berichten aus den österreichischen Bundesländern (67 %) eher bzw. sehr interessiert⁸⁶. Sie lassen also eine starke Informations-, Religions- und Heimatorientierung erkennen. Bei ex-jugoslawischen Migranten stoßen neben Nachrichten (85 %) Spiel- und Fernsehfilme (85 %), Musik-Sendungen (77 %) und Comedyshows/Sitcoms (75 %) auf stärkeres Interesse⁸⁷; ebenso Sendungen aus dem Heimatland (71 %) und Berichte aus den österreichischen Bundesländern (71 %). Die Fernsehnutzung der ex-jugoslawischen Mitbürger ist also vergleichsweise stärker an Unterhaltung orientiert. Osteuropäische Migranten tendieren wiederum eher zu Informationssendungen, was sich eventuell mit ihrem höheren Bildungsgrad erklären lässt. Sie interessieren⁸⁸ sich vor allem für Nachrichten (93 %), Natur-/Tier-Sendungen (83 %), Wissenssendungen (79 %), Spiel- und Fernsehfilme (73 %), Sendungen zu Politik/Wirtschaft/Zeitgeschehen (70 %), Musik-Sendungen (70 %) sowie Berichten aus den österreichischen Bundesländern (69 %). Das Interesse an Sendungen aus dem eigenen Herkunftsland (62 %) ist unter der osteuropäischen Gruppe am geringsten ausgeprägt.

Die Nutzung von Radio, Zeitung und Internet betreffend sind diese Befunde zu beachten: unter türkischen Migranten ist der Zuspruch zu österreichischen Radiosendern gering ausgeprägt: 30 % hören täglich österreichisches Radio. Unter Ex-Jugoslawen (44 %) und Osteuropäern (53 %) schneiden die österreichischen Sender etwas besser ab. Das Internet wird von 60 % der in Österreich lebenden Türken zumindest gelegentlich genutzt. Bei den Ex-Jugoslawen liegt der Wert bei 62 % und bei den Osteuropäern bei 77 %. Die Internetnutzungshäufigkeit liegt damit sehr nahe am österreichischen Durchschnitt (66 %), bei den

⁸⁶ auf einer vierstufigen Skala von „gar nicht interessiert“ bis „sehr interessiert“.

⁸⁷ „eher interessiert“ und „sehr interessiert“.

⁸⁸ „eher interessiert“ und „sehr interessiert“.

osteuropäischen Mitbürgern ist die Frequenz sogar deutlich höher. Das Medium der Tageszeitung erfreut sich unter Migranten vergleichsweise einer geringen Beliebtheit. Unter Türken werden am häufigsten die Kronen Zeitung (34 % nutzen sie regelmäßig) als deutschsprachige bzw. Hürriyet (34 %) als türkischsprachige Zeitung genutzt. Ex-Jugoslawen greifen ebenfalls am ehesten zur Kronen Zeitung (48 %) bzw. zur Vesti (17 %) als ex-jugoslawische Zeitung, Osteuropäer ebenfalls zur Kronen Zeitung (40 %). Printmedien aus den Ursprungsländern erreichen bei osteuropäischen Migranten keine nennenswerten Reichweiten (vgl. ORF/GfK 2008).

Soweit zu den Befunden der ORF/GfK-Studie, die in Summe nur einen mageren Aufschluss über das Mediennutzungsverhalten der Migranten in Österreich zulassen. Hier sind in jedem Fall ergänzende Untersuchungen notwendig.

ARD/ZDF 2007

In der Studie der ARD/ZDF-Medienkommission „*Migranten und Medien 2007*“ wurde die Rolle der heimat- und deutschsprachigen Medienangebote im Alltag der Bewohner mit Zuwandererbiographie erhoben. Die Mediennutzung und die Programmwartungen werden nach soziodemographischen Merkmalen wie Alter, Geschlecht und Herkunftsland sowie im Vergleich zur deutschen Repräsentativbevölkerung analysiert. Dazu wurde ein Sample mit Zuwanderern aus sechs Herkunftsländern⁸⁹ generiert (n=3.010 Telefoninterviews; n=500 pro Herkunftsland) (vgl. ARD/ZDF 2007: 426). Die Studie orientiert sich an der ARD/ZDF-Langzeitstudie *Massenkommunikation*, die regelmäßig Daten über das Mediennutzungsverhalten der deutschen Repräsentativbevölkerung, respektive der deutschsprachigen Bevölkerung, liefert.

Konkret wurden die Nutzungshäufigkeit deutschsprachiger und fremdsprachiger Medien (Fernsehen, Radio, Internet und Tageszeitung), die Sehhäufigkeit einzelner Fernsehprogramme und die Hörhäufigkeit einzelner Radioprogramme erhoben, sowie die Mediennutzung am Stichtag, dem vorhergehenden Tag; darüber hinaus Lieblingsprogramme, Funktionen der einzelnen Medien, Genreinteressen, Images der Fernsehprogramme, Haushaltsausstattung, soziodemographische Merkmale und Integrationsindikatoren (vgl. ARD/ZDF 2007: 427).

⁸⁹ In Deutschland lebende Menschen türkischer, italienischer, griechischer, kroatischer, bosnisch-herzegowinischer, serbischer und montenegrinischer Herkunft sowie russische Spätaussiedler.

In der Grundgesamtheit wurden *Personen mit Migrationshintergrund* berücksichtigt (vgl. ARD/ZDF 2007: 427), d.h.:

- Ausländer, die mindestens eine ausländische Staatsangehörigkeit eines der untersuchten Herkunftsländer besitzen
- Deutsche, die die deutsche Staatsbürgerschaft durch Einbürgerung erlangt haben
- Deutsche mit mindestens einem Elternteil, der eine ausländische Staatsbürgerschaft besitzt oder besaß
- Deutsche mit mindestens einem Elternteil, der die deutsche Staatsbürgerschaft durch Einbürgerung erhalten hat

Nach dieser Definition leben 15,3 Millionen (fast 20 %) mit Migrationshintergrund⁹⁰ in Deutschland.

Befunde der ARD/ZDF-Studie

Die Ausstattung mit Medientechnik ist in Migrantenhaushalten gleich gut und teilweise sogar besser als in deutschen, insbesondere den digitalen Fernsehempfang betreffend. Auffällig bei der Tagesreichweite der Medien ist ein vergleichsweise hoher Wert beim Fernsehen (83 %), aber ein im Vergleich zur Repräsentativbevölkerung geringerer Wert beim Radio (47 % gegenüber 84 %) und beim Internet (22 % gegenüber 28 %). Insbesondere in der türkischen Gruppe ist die tägliche Radionutzung sehr gering (22 %). Zwischen Integrationsgrad und Nutzung deutschsprachiger Medien finden sich meist nur schwache Zusammenhänge: Die Formel *Nutzung deutschsprachiger Medien gleich gelungene Integration* ist demnach zu einfach (vgl. ARD/ZDF 2007: 431f.).

In der ARD/ZDF-Studie wird betont, dass herkunftsland- und deutschsprachige Medienangebote für Migranten unterschiedliche Funktionen haben und gleichermaßen wichtig sind für die Meinungs- und Identitätsbildung. Heimatssprachige Programme sind vor allem für die Information über aktuelle Ereignisse im Heimatland sowie für emotionale Erlebnisse im Familienrahmen wichtig (vgl. ARD/ZDF 2007: 432).

Zur Analyse des Verhältnisses der ethnischen versus der deutschen Mediennutzung wird wie bei Weiß/Trebbe (2001) das Stammnutzer-Konzept herangezogen. „*Stammnutzer sind*

⁹⁰ Die wichtigsten Herkunftsländer sind die Türkei (mit 14,2 % aller Migranten), die Russische Föderation (9,4 %), Polen (6,9 %), Italien (4,2 %), Rumänien sowie Serbien und Montenegro (je 3,0 %), Kroatien (2,6 %), Bosnien und Herzegowina (2,3 %) sowie Griechenland (2,2 %) (vgl. Statistisches Bundesamt; In: WDR-Medienforschung 2007. 427).

Personen, die an mindestens vier Tagen pro Woche ein bestimmtes Medien- oder Programmangebot nutzen“ (ARD/ZDF 2007: 432).

Bei Radio, Internet und Tageszeitung stehen in allen Migrantengruppen die deutschsprachigen Angebote im Vordergrund. Der überwiegende Teil ist Stammnutzer der deutschsprachigen, aber nicht Stammnutzer der herkunftslandsprachigen Angebote.

Beim Fernsehen ist zwar insgesamt ebenfalls der überwiegende Teil Stammnutzer des deutschsprachigen Programms und nicht Stammnutzer des Herkunftsland-Fernsehens, allerdings gilt das nicht für türkischstämmige Migranten. In dieser Gruppe ist der überwiegende Teil Stammnutzer sowohl des türkischsprachigen als auch des deutschsprachigen Fernsehens (35 %), darüber hinaus sind 30 % ausschließlich Stammnutzer des türkischsprachigen Fernsehens. Zusammen machen aber trotzdem unter den türkischen Migranten die Stammnutzer des deutschsprachigen Fernsehens mehr als die Hälfte, nämlich 56 % (35 % doppelte StN + 21 % nur deutschsprachige StN), aus. Quer durch alle Migrantengruppen gerechnet liegt der Wert der Stammnutzer des deutschsprachigen Fernsehens bei 73 % (25 % doppelte StN + 48 % nur deutschsprachige StN) (vgl. ARD/ZDF 2007: 433). Es ist also festzuhalten, dass nach den Befunden der ARD/ZDF-Studie die Mehrheit der Migranten über ihr Leitmedium Fernsehen auch mit dem deutschsprachigen Angebot regelmäßig erreicht wird.

Die soziodemographischen Merkmale Alter, Geschlecht, Geburtsland und auch deutsche Sprachkenntnisse sind neben der ethnischen Zugehörigkeit weitere wichtige Erklärungsvariablen für die Mediennutzung. Jüngere Männer, die in Deutschland geboren sind und über sehr gute Deutschkenntnisse verfügen, wenden sich am ehesten deutschsprachigen Programmen zu. Insbesondere der Ort der Mediensozialisation (Geburtsland) ist ein entscheidender Faktor (vgl. ARD/ZDF 2007: 433).

Die Fernsehsenderpräferenz betreffend werden in der ARD/ZDF-Studie unter allen Migranten *ProSieben* und *RTL* mit Marktanteilen von 13,4 % und 11,7 % als erfolgreichste Sender ermittelt (vgl. Walter/Schlinker/Fischer 2007: 439f.). Die aussagekräftigen Marktanteile der herkunftslandsprachigen Sender getrennt nach Migrantengruppen werden von Walter/Schlinker/Fischer aber nicht ausgewiesen; dafür die Stammnutzer-Werte für alle Sender getrennt nach Migrantengruppen. Alter, Bildung und Deutschkenntnisse sind erklärungskräftig für die Stammnutzung deutschsprachiger vs. ethnischer Programme. Auffällig ist eine generelle Präferenz von privaten Unterhaltungssendern und die geringere Bedeutung der öffentlich-rechtlichen Sender. Das lässt sich zum Teil mit dem niedrigen

Durchschnittsalter der Migranten erklären (vgl. Walter/Schlinker/Fischer 2007: 445). Migranten sehen das Fernsehen im Vergleich zu Deutschen mehr als Unterhaltungs- und nicht als Informationsmedium.

Bucher/Bonfadelli 2007

Am Institut für Publizistik- und Medienwissenschaft der Universität Zürich wurde im Rahmen des Nationalfonds-Projekts „*Medien und Identitätsentwicklung bei Jugendlichen mit Migrationshintergrund*“ (Laufzeit Oktober 2003 bis März 2006) der Forschungsstand zur Mediennutzung von Migranten in der Schweiz⁹¹ aufgearbeitet und darüber hinaus eine eigene empirische Erhebung (n=1.500) durchgeführt (vgl. Bonfadelli 2007: 9). Diese Untersuchung stellt insofern unter den für dieses Kapitel ausgewählten Studien im deutschen Sprachraum eine Ausnahme dar, als sich die Studie zum einen ausschließlich auf *Jugendliche* konzentrierte und sich zum anderen weniger der *gesellschaftlichen Integration* als der *kulturellen Identität* annahm⁹².

Die quantitative Teilstudie ging der Frage nach dem Medienbesitz und -umgang in Abhängigkeit von ethnischen und sozialen Faktoren nach (Herkunft, Religion, Aufenthaltsdauer bzw. Gender, Bildung, familiärer Hintergrund). Im Sommer 2004 wurden dazu im Kanton Zürich insgesamt knapp 1.500 Jugendliche (zwei Drittel davon mit Migrationshintergrund) im Alter von zwölf bis sechzehn Jahren schriftlich befragt (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007: 121). Von Interesse war insbesondere die Frage, ob der soziale Hintergrund oder die kulturelle Herkunft prägender ist. In der Auswertung wurden demnach vorwiegend die schweizerischen Jugendlichen mit ihren migrantischen Pendanten verglichen. (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007: 120).

Befunde der Bucher/Bonfadelli-Studie

Die Befunde verdeutlichen, dass Kinder und Jugendliche mit Migrationshintergrund „*keine homogene Gruppe*“ sind. Vielmehr haben nicht nur ethnische, sondern auch soziale Faktoren wie der familiäre Hintergrund, Alter und Geschlecht einen erheblichen Einfluss auf den Medienumgang. Migrant*innenjugendliche sind primär nicht Migranten, sondern Jugendliche. In

⁹¹ Zwei Untersuchungen sind dabei hervorzuheben: Der SRG-Forschungsdienst (2000) hat eine Studie zur gesellschaftlichen Integrationsfunktion des Rundfunks in der Schweiz durchgeführt und darin die Integrations- und Identitätspotentiale zwischen den drei Sprachregionen thematisiert, nicht aber explizit die Ausländerintegration. In einer Studie von Anker/Ermutlu/Steinmann (1995) wurde die Mediennutzung von verschiedenen Ausländergruppen in der Schweiz erhoben, allerdings „*weitgehend deskriptiv und ohne Bezug zur Integrations- bzw. Identitätsthematik*“ (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007: 120).

⁹² Insbesondere die qualitative Teilstudie widmete sich der Identitätsthematik.

vielen Bereichen finden sich deshalb jugendkulturelle Gemeinsamkeiten zwischen allen verglichenen Gruppen (vgl. Bonfadelli 2007: 12).

An einigen Stellen sind aber doch auch Unterschiede ablesbar, auf die hier kurz eingegangen wird: Hinsichtlich Mediengriff und Medienbesitz zu Hause sind Migrantenjugendliche gegenüber Schweizer Jugendlichen zwar kaum benachteiligt, Printmedien (Zeitungen, Zeitschriften und Bücher) sind aber doch seltener bei ihnen daheim zu finden. Eine Zugangskluft bei elektronischen Medien ist nicht gegeben (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007: 135f., 143). Die Mediennutzung unterscheidet sich insofern, als Migrantenkinder im Vergleich zu den schweizerischen mehr fernsehen, dafür weniger Radio hören⁹³ und lesen. Hierbei spielt allerdings auch der Bildungshintergrund eine Rolle. Auch bei der Internetnutzung ist der Anteil der Nutzer unter den Migrantenjugendlichen etwas geringer (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007: 136ff.). Hinsichtlich der bevorzugten Medieninhalte fällt auf, dass unter allen Jugendlichen – unabhängig von ihrer Herkunft – global-kulturelle Inhalte besonderes beliebt sind (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007: 142).

Auf die Mediennutzung deutschsprachiger vs. ethnischer Medien wird in der Untersuchung von Bucher/Bonfadelli so wie in der ORF/GfK-Studie nicht näher eingegangen. Somit ist ein ausführlicherer Vergleich mit den weiteren hier vorgestellten Mediennutzungsstudien nicht möglich.

WDR-Medienforschung 2006

Der WDR hat Ergebnisse seiner Medienforschung zu *„Fernsehen, Einstellungen und Integration junger Erwachsener mit türkischer Herkunft in Nordrhein-Westfalen“* als Broschüre *„Zwischen den Kulturen“* herausgegeben (vgl. WDR-Medienforschung 2006). Kern dieses Sammelbandes ist die Vorstellung einer telefonischen Repräsentativbefragung unter 14- bis 49-jährigen Zuschauern türkischer Herkunft in Nordrhein-Westfalen (n=503). Die Studie auf Basis des Onomastik-Verfahrens⁹⁴ ist in der Konzeption und in den Befunden mit der deutschlandweiten Befragung der ARD/ZDF-Medienkommission (2007) vergleichbar (vgl. WDR-Medienforschung 2006a⁹⁵ bzw. ARD/ZDF 2007). Trebbe/Weiß haben an der

⁹³ Dieses Resultat wird durch Befunde von Trebbe (1999) und d’Haenens (2000 und 2002) gestützt (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007: 137).

⁹⁴ Identifizierung türkischer Vor- und/oder Nachnamen.

⁹⁵ Neben den beiden Beiträgen zur quantitativen Repräsentativbefragung (WDR-Medienforschung 2006a und Trebbe/Weiß 2006) befinden sich im Heft noch vier weitere Beiträge; drei davon zu qualitativen Untersuchungen und einer zur Radionutzung:

Konzeption der Befragung ebenfalls mitgearbeitet und das Sample speziell hinsichtlich der Integrationsmuster der jungen Zuschauer türkischer Herkunft analysiert (vgl. Trebbe/Weiß 2006). Für die operationale Umsetzung des Integrationsbegriffs greifen Trebbe/Weiß auf das Akkulturationskonzept zurück, das sie auch schon für die Analyse der Presseamtsstudie herangezogen haben (vgl. Trebbe 2007 bzw. Weiß/Trebbe 2001; näheres in diesem Kapitel bei *Weiß/Trebbe 2001*). Die Probanden werden auf Basis von Integrationsindikatoren (Deutschkenntnisse, soziale Interaktion, politische und formale Integration) gruppiert und diese Cluster schließlich mit der Mediennutzung korreliert um den Zusammenhang von Mediennutzung und Integration zu prüfen (vgl. Trebbe/Weiß 2006: 35).

Rund die Hälfte der Interviews wurde auf Deutsch, die andere Hälfte auf Türkisch durchgeführt⁹⁶. Von den Befragten sind 59 % in der Türkei und 40 % in Deutschland geboren (vgl. WDR-Medienforschung 2006a: 19). Fragen zur Fernsehnutzung, zu Einstellungen zum Fernsehen, Nutzungsmotiven und Programmerwartungen sollten geklärt werden (vgl. WDR-Medienforschung 2006a: 18):

- In welchem Umfang werden türkische und deutsche Fernsehprogramme in verschiedenen soziodemographischen Gruppen genutzt?
- Was sind die wichtigsten Motive für ihre Nutzung?
- Wie wird das deutsche und türkische Fernsehen wahrgenommen und beurteilt?

Befunde der WDR-Studie

Der überwiegende Teil der Zuschauer türkischer Herkunft nutzt sowohl deutsches als auch türkisches Fernsehen. Die tägliche Nutzung der türkischen Programme ist etwas höher, 70 % sehen täglich türkische, 61 % täglich deutsche Programme. Als wichtigste Erklärungsvariablen für das Fernsehverhalten (deutsch- vs. türkischsprachige Programme) wurden Alter, formale Bildung, Geburtsland sowie die Sprache, in der das Interview geführt wurde, identifiziert (vgl. WDR-Medienforschung 2006: 20f.).

Hammeran, Regine / Deniz Baspinar: Selbstbild und Mediennutzung junger Erwachsener mit türkischer Herkunft. Ergebnisse einer qualitativen Studie.

Görling, Reinhold: Heterogene Medienwelten – Medienbiographien junger Erwachsener türkischer Herkunft.

Simon, Erk / Regine Hammeran: Wie wirkt Wut? Ergebnisse einer qualitativen Studie mit deutschen und türkischstämmigen Jugendlichen zum WDR-Fernsehfilm Wut.

Windgasse, Thomas: Die Radionutzung der türkischstämmigen Bevölkerung im Kontext anderer Medien.

Alle vier Beiträge In: WDR-Medienforschung (2006): Zwischen den Kulturen. Fernsehen, Einstellungen und Integration junger Erwachsener mit türkischer Herkunft in Nordrhein-Westfalen. Köln.

⁹⁶ 248 Interviews waren in türkischer, 252 in deutscher Sprache (vgl. WDR-Medienforschung 2006a: 18).

Bei den Nutzungsmotiven unterscheiden sich die türkischstämmigen kaum von den deutschen Zuschauern: Information, Spaß, Spannung und Gewohnheit stehen im Vordergrund. Überdurchschnittlich gegenüber den Deutschen werden aber das gemeinsame Fernsehen in der Familie und die Orientierungsfunktion, die das Fernsehen bietet, bewertet (vgl. WDR-Medienforschung 2006: 23).

Hinsichtlich der Inhalte sind im türkischen Fernsehen vor allem tägliche Serien und Musiksendungen, im deutschen Fernsehen Informations- und Wissensmagazine, Comedy und Spielfilme beliebt. Die deutschen Programme gelten als „*sachlicher und distanzierter, aber auch als glaubwürdiger, seriöser und objektiver in der Berichterstattung*“, wobei allerdings das Bild der Türkei bzw. der Türken als zu negativ empfunden wird. Das türkische Fernsehen gilt als ein Stück Heimat und als Programm, das die ganze Familie anspricht. Der Heimatbezug wird unabhängig von Alter, Geschlecht und Geburtsland als wichtig genannt. Serien im türkischen Fernsehen spielen in diesem Zusammenhang eine besonders signifikante Rolle (vgl. WDR-Medienforschung 2006: 16, 24ff.).

Auf Senderebene können anhand des Stammnutzer-Konzepts⁹⁷ als meistgenutzte deutsche Sender *ProSieben* (39 %), *RTL* (29 %), *Sat1* (23 %), *RTL2* (21 %), *VOX* (15 %) und *ARD* (15 %) sowie als meistgesehene türkische Sender *Kanal D* (48 %), *ATV* (46 %), *ShowTV* (36 %), *StarTV* (32 %), *Kanal 7* (27 %), *TGRT* (21 %), *TRT Int.* (21 %) und *TRT* (20 %) ermittelt werden (vgl. WDR-Medienforschung 2006: 27).

Hinsichtlich der Integration haben Trebbe/Weiß (2006) in ihrer Analyse des Samples drei typische Integrationsmuster festgestellt, wovon „*zwei in mehrfacher Hinsicht (soziale Interaktion, politisches Interesse, Sprachkompetenz, Staatsbürgerschaftswunsch) als hoch integriert gelten können*“ (Trebbe/Weiß 2006: 32). Die beiden Cluster machen zusammen drei Viertel des Samples aus. Ein dritter Typus, ein Viertel der Stichprobe, kann als schwach integriert bezeichnet werden. Trebbe/Weiß betonen, dass Integration für die meisten türkischstämmigen Menschen in Deutschland nicht mit „*der Aufgabe ihrer Herkunftskultur sondern mit ihrer Beibehaltung und Pflege verbunden [ist]*“ (Trebbe/Weiß 2006: 32). Für den Zusammenhang von Integration und Medien betrachten Trebbe/Weiß die Mediennutzung vorwiegend als Ausdruck des Integrationsgrades und weniger als Einfluss nehmend auf den individuellen Integrationsprozess. Sie betonen, dass die Medien kein „*Integrationswerkzeug*“ seien (vgl. Trebbe/Weiß 2006: 32, 41).

⁹⁷ Nutzung an mindestens vier Tagen in der Woche (vgl. WDR-Medienforschung 2006: 27).

Zentrum für Türkeistudien 2006

Das Zentrum für Türkeistudien führt seit 1999⁹⁸ u.a. zur Mediennutzung eine jährliche telefonische Mehrthemenbefragung (n=1.000) unter volljährigen, türkischstämmigen Migranten in Nordrhein-Westfalen durch. Die jüngsten Daten sind aus der Welle im Dezember 2005 verfügbar (vgl. Goldberg/Sauer 2006). Die Versuchsteilnehmer werden mittels Namensziehung⁹⁹ akquiriert und von türkischstämmigen Interviewern zweisprachig befragt (vgl. Goldberg/Sauer 2006: 37).

Gegenstand des Standarderhebungsteils¹⁰⁰ der Untersuchung sind neben soziodemographischen und Herkunfts-Merkmalen Aspekte der gesellschaftlichen Integration und kulturellen Identität sowie beispielsweise die wirtschaftliche Situation der Migranten, ihre Deutschkenntnisse, ihr Kontakt zu Deutschen und zu Türken, ihre politische Einstellung und eben auch ihre Mediennutzung. Wie beim überwiegenden Teil der anderen hier vorgestellten Untersuchungen steht das Verhältnis der Nutzung deutschsprachiger vs. Herkunftslandmedien im Zentrum der Betrachtung. Darüber hinaus wird versucht, dieses Verhältnis durch Merkmale der Person zu erklären.

Befunde der ZFT-Studie

90 % der Befragten nutzen sowohl deutsche als auch türkische Medien, wobei dieser Anteil über die Jahre hinweg mit leichten Schwankungen relativ stabil bleibt. Nur ein geringerer Teil nutzt ausschließlich türkische (7 %) oder deutsche Medien (3 %). Soziodemographische und Herkunfts-Merkmale üben einen erheblichen Einfluss auf das Nutzungsverhältnis aus. Konkret werden Deutschkenntnisse, Geschlecht, Alter und Bildung genannt. Männer, Jüngere und besser Gebildete weisen demnach eine eher dualistische als einseitige türkische Nutzung auf (vgl. Goldberg/Sauer 2006: 164f.).

Als wichtigstes Medium geht klar das Fernsehen hervor, sowohl das deutsche als auch das türkische. Die meistgenutzten deutschen Sender (Mehrfachnennungen waren möglich) sind *RTL* (54 %), *ProSieben* (37 %), *ARD* (37 %), *Sat1* (34 %), *ZDF* (33 %), *RTL2* (20 %) und *Vox* (14 %), die meistgenutzten türkischen Sender *ATV* (57 %), *Kanal D* (55 %), *ShowTV*

⁹⁸ im Auftrag des Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen.

⁹⁹ Auf Basis von typisch türkischen Vor- und Nachnamen wurde eine Adressendatei angelegt, die ständig aktualisiert wird und bereits 107.000 Adressen und Telefonnummern türkeistämmiger Haushalte in Nordrhein-Westfalen umfasst. Daraus können die Probanden zufällig gezogen werden (vgl. Goldberg/Sauer 2006: 36).

¹⁰⁰ Neben dem Standarderhebungsteil gibt es jährlich einen variablen Teil, in dem ein integrationsrelevanter Aspekt speziell aufgegriffen wird. 2005 wurden beispielsweise Gründe für das unbefriedigende Abschneiden türkeistämmiger Kinder in der Schule untersucht.

(49 %), *TRT* (42 %), *StarTV* (32 %), *TGRT* (26 %), *Kanal 7* (25 %), *Samanyolu TV* (19 %) und *NTV* (18 %). Daraus wird deutlich, dass kommerziell ausgerichtete Privatsender in der Publikumsgunst vor den öffentlich-rechtlichen Sendern liegen (vgl. Goldberg/Sauer 2006: 170f.).

Tageszeitungen rangieren im Medienpool der Migranten an zweiter Stelle. Etwa die Hälfte greift regelmäßig zur Zeitung, wobei türkische Zeitungen (57 %) beliebter sind als deutsche (42 %). Konkret macht den Unterschied die türkische Zeitung *Hürriyet* aus, die von 60 % der türkischen Migranten in NRW gelesen wird. Die weiteren türkischsprachigen Zeitungen, *Milliyet* (10 %), *Zaman* (10 %) und *Türkiye* (9 %), spielen eine eher marginale Rolle. Von den deutschsprachigen Zeitungen steht die *Bild*-Zeitung (31 %) ganz oben in der Lesergunst, gefolgt von *regionalen Tageszeitungen* (25 %). Alle anderen Zeitungen – sowohl türkisch- als auch deutschsprachige – verfügen über eine sehr geringe Leserschaft (von weniger als 4 %) (vgl. Goldberg/Sauer 2006: 168f.).

Im Zeitvergleich sind in der Mediennutzung seit der ersten Untersuchung 1999 keine gravierenden Veränderungen feststellbar. Sowohl die Dominanz des Fernsehens als auch die komplementäre Nutzung von deutschsprachigen und muttersprachigen Medien ist stabil (vgl. Goldberg/Sauer 2006: 34f.).

Weiß/Trebbe 2001

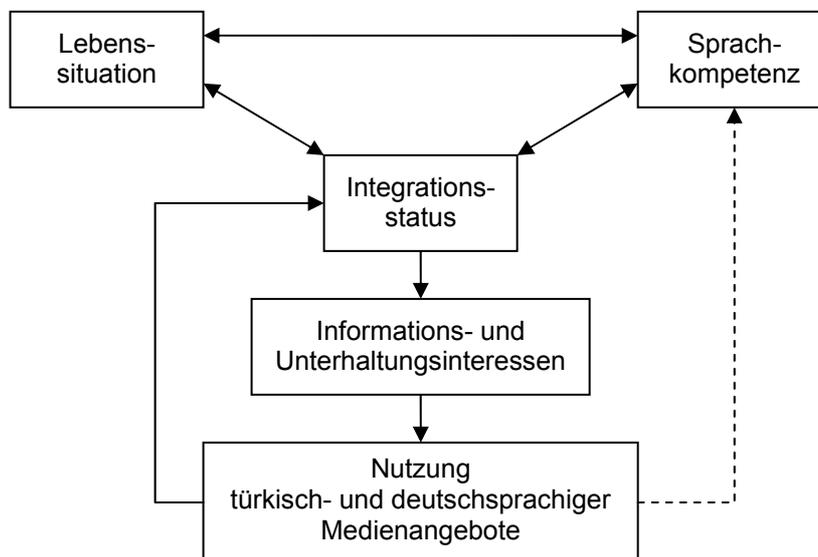
Die Studie des Presse- und Informationsamtes der deutschen Bundesregierung (Weiß/Trebbe 2001) konzentriert sich auf die türkischsprachige Bevölkerung in Deutschland¹⁰¹. Der Schwerpunkt der Erhebung liegt auf dem Stellenwert deutsch- und türkischsprachiger Fernseh- und Radioprogramme sowie Zeitungen im Alltag der türkischen Migranten. Zur Erklärung des Mediennutzungsverhaltens werden soziodemographische Merkmale, die deutsche Sprachkompetenz, Integrationsindikatoren sowie Informations- und Unterhaltungsbedürfnisse erhoben (vgl. Weiß/Trebbe 2001: 4f.). Als Integrationsindikatoren werden die geplante Aufenthaltsdauer, der Staatsbürgerschaftswunsch, persönliche Kontakte zu deutschen und zu türkischen Freunden/Bekanntem, die Einstellung zu freundschaftlichen und ehelichen Beziehungen zwischen Deutschen und Türken und Vereinsmitgliedschaften herangezogen; weiters das Interesse an Themen, Ereignissen und Politik in der Türkei und in Deutschland sowie das Institutionenvertrauen (vgl. Weiß/Trebbe 2001: 19ff.). Weiß/Trebbe

¹⁰¹ Mit rund 2,44 Millionen Menschen bilden die Türkeistämmigen die größte Zuwanderergruppe in Deutschland (vgl. Weiß/Trebbe 2001: 3).

weisen darauf hin, dass die Nutzung deutscher Medienangebote als „*Form passiver sozialer Partizipation an der deutschen Gesellschaft*“ begriffen und somit auch als Indikator für Integration gesehen werden kann (vgl. Weiß/Trebbe 2001: 5).

Das für die Studie entwickelte theoretische Modell geht über ein reines Mediennutzungsmodell hinaus. Darin wird nämlich ein wechselseitiger Zusammenhang zwischen Mediennutzung und Integration ausgedrückt. Die deutsch- vs. türkischsprachige Mediennutzung wird einerseits als abhängige Variable im Sinne des Uses-and-Gratifications-Ansatzes modelliert, und andererseits als unabhängige Variable zur Erklärung des Integrationsgrads. Insofern ist es auch ein Wirkungsmodell.

Abbildung 6: Weiß/Trebbe-Studie: Theoretisches Modell



(Quelle: Weiß/Trebbe 2001: 5)

Die Datenerhebung wurde im Herbst 2000 als persönliche Befragung¹⁰² (n=1.842; gewichtet: n=1.761) durchgeführt und die Untersuchung erhebt den Anspruch, repräsentativ für die türkisch(stämmig)e Bevölkerung Deutschlands (14+) unabhängig von der Staatsbürgerschaft zu sein. Der überwiegende Teil der Interviews wurde auf Deutsch durchgeführt (85 %). In 15 % der Fälle wurde eine Übersetzungshilfe in Anspruch genommen (vgl. Weiß/Trebbe 2001: 6f.).

Trebbe (2007) hat in einer Folgeuntersuchung ein daraus extrahiertes Sample (n=330) der Jugendlichen und jungen Erwachsenen (14 bis 21 Jahre) einer Sekundäranalyse unterzogen.

¹⁰² 85 % der Interviews wurden auf Deutsch durchgeführt, 15 % mit Übersetzungshilfen, meist Familienangehörigen mit guten Deutschkenntnissen (vgl. Müller 2005d: 365).

Ziel dieser Untersuchung war es, die Akkulturationsstrategien der jungen Migranten (vorwiegend der zweiten oder einer noch späteren Generation) in den Handlungsfeldern Sprache, interpersonale Kommunikation, politisches Interesse und Mediennutzung zu analysieren. Inwieweit verhalten sie sich also in den verschiedenen Handlungsfeldern deutsch- und/oder türkischorientiert? (vgl. Trebbe 2007). Es werden dabei vier Typen unterschieden¹⁰³:

- 1) Dualisten (Ankunft stark, Herkunft stark)
- 2) Angepasste Integrierte (Ankunft stark, Herkunft schwach)
- 3) Separatisten (Ankunft schwach, Herkunft stark)
- 4) Ungebundene Distanzierte (Ankunft schwach und Herkunft schwach)

Diese Analysestrategie haben Trebbe/Weiß (2006) auch auf das Sample der WDR-Untersuchung in Nordrhein-Westfalen angewendet (vgl. Trebbe/Weiß 2006; näheres in diesem Kapitel bei *WDR-Medienforschung 2006*).

Hafez (2002) hat parallel zur quantitativen Untersuchung eine qualitative Studie durchgeführt. Granato (2001) rundet die Untersuchung des Presse- und Informationsamtes mit einer Studie zur Mediennutzung von Kindern türkischer Herkunft (sechs bis dreizehn Jahre) ab.

Befunde der Weiß/Trebbe-Studie

In Bezug auf die Nutzung von deutschen und türkischen Medien (Fernsehen, Radio, Zeitung) wird mit den Begriffen Stammnutzer (StN) und Weitesten Nutzerkreis (WNK) gearbeitet. Stammnutzer nutzen ein Medium an mindestens vier Tagen einer durchschnittlichen Woche. Der WNK resultiert aus der pauschalen Angabe *Medium genutzt*. StN/Sat bezeichnet Stammnutzer in Satellitenhaushalten (n=922 von 1.761) (vgl. Weiß/Trebbe 2001: 25).

Tabelle 1: Weiß/Trebbe-Studie: Weitesten Nutzerkreis und Stammnutzer

<i>in %</i>	<i>WNK</i>	<i>StN</i>	<i>StN/Sat</i>
deutschsprachiges Fernsehen	85	70	67
türkischsprachiges Fernsehen	77	58	69
deutschsprachiges Radio	49	37	32
türkischsprachiges Radio	23	15	15
deutschsprachige Tageszeitung	51	29	27
türkischsprachige Tageszeitung	53	29	32

¹⁰³ Die Bezeichnung der Typen wird für diese Auflistung von Piga zurückgehend auf Adoni/Cohen/Caspi übernommen (Adoni/Cohen/Caspi 2002; In: Piga 2007: 211). Trebbe hält in seiner Darstellung an der Benennung der Typen nach den vier Akkulturationsstrategien fest: 1) Integration, 2) Assimilierung, 3) Separation und 4) Marginalisierung (vgl. Trebbe 2007: 200).

Deutschsprachiges Fernsehen (70 %) verfügt demnach über die meisten Stammnutzer, gefolgt vom türkischsprachigen Fernsehen (58 %). Fernsehen ist gemäß der Stammnutzung und auch der Nutzungsdauer unter türkischen Migranten noch deutlicher als in der deutschen Repräsentativbevölkerung das dominierende Medium (vgl. Weiß/Trebbe 2001: 26f.).

Hinsichtlich der sprachlichen Überschneidungen der Mediennutzung zeigt sich, dass die Gruppe der *sowohl-Deutsch-als-auch-Türkisch-Nutzer* am Größten ist (50 %), 28 % nutzen ausschließlich türkischsprachige Medien, 17 % ausschließlich deutschsprachige. Weiters offenbaren sich klare Alterseffekte: Je jünger, desto „*deutscher*“ ist die Mediennutzung (vgl. Weiß/Trebbe 2001: 30).

Aus der Frage, welche deutsch- und türkischsprachigen Fernsehsender am meisten genutzt würden – jede/r Befragte durfte drei Sender pro Gattung nennen –, lässt sich eine Hitliste der am häufigsten gesehenen Fernsehsender erstellen. Demnach sind unter den deutschen Programmen *RTL* (54 %), *ProSieben* (41 %), *Sat1* (31 %), *ARD* (24 %), *RTL2* (22 %) und *ZDF* (18 %) die meistgesehenen und unter den türkischen Programmen *TRT-Int* (34 %), *ATV* (30 %), *Show TV* (30 %), *Kanal D* (26 %), *InterStar*¹⁰⁴ (14 %) und *TGRT* (13 %) die am häufigsten rezipierten Angebote (vgl. Weiß/Trebbe 2001: 31f.).

Auf die Detailergebnisse zur Radionutzung wird hier nicht näher eingegangen sondern auf die Weiß/Trebbe-Studie verwiesen. In der Zeitungsnutzung liegt *Hürriyet* in der Lesergunst an erster Stelle (38 %), gefolgt von der deutschen *Bild-Zeitung* (28 %), *regionalen Tageszeitungen* (26 %) und *Sabah* (19 %) (vgl. Weiß/Trebbe 2001: 32ff., 153).

Bezüglich des Programminteresses stehen türkische Informations- und Unterhaltungsangebote im Mittelpunkt. Die deutschen Fernsehsender werden vorwiegend unterhaltungsorientiert genutzt, was sich auch in den Senderpräferenzen widerspiegelt (vgl. Weiß/Trebbe 2001: 34).

Mithilfe einer Clusteranalyse haben Weiß/Trebbe sechs voneinander unterscheidbare Gruppen im Hinblick auf den Integrationsgrad¹⁰⁵ identifiziert. Drei Typen davon, die zusammen etwas mehr als die Hälfte der Befragten ausmachen (56 %), können als gut integriert bezeichnet werden, drei weitere Typen als unterdurchschnittlich bzw. als schlechter integriert (zusammen 44 %). Letztere drei zeigen sich besonders an der deutschen

¹⁰⁴ Europäischer Ableger von StarTV (bis 2002).

¹⁰⁵ Kriterien für die Clusteranalyse: Staatsangehörigkeit und geplante Aufenthaltsdauer, Sprachkompetenz und Themeninteresse, Vertrauen in deutsche Institutionen und Bedeutung der sozialen und politischen Einbindung (vgl. Weiß/Trebbe 2001: 40).

Staatsangehörigkeit und an einer längeren Aufenthaltsdauer wenig interessiert. Alter, Geschlecht, Bildung, Berufstätigkeit, Religiosität erweisen sich als erklärungskräftig für die Zugehörigkeit zu integrierten oder wenig-integrierten Typen. Jung, besser gebildet, berufstätig, weniger religiös und Mann zu sein ist demnach mit einer besseren Integration verbunden (vgl. Weiß/Trebbe 2001: 37ff.).

Die These, „*dass der Integrationsgrad einer Person mit ihrer individuellen Mediennutzung zusammenhängt*“, wird durch die empirischen Befunde eindeutig belegt (Weiß/Trebbe 2001: 47). Die hoch-integrierten Typen nutzen stärker deutschsprachige Medien als die weniger-integrierten: „*Je höher der Integrationsgrad, desto höher die Affinität zu deutschsprachigen Medien*“ (Weiß/Trebbe 2001: 47). Das theoretische Modell, d.h. ein Zusammenhang zwischen Integrationsgrad und Mediennutzung, konnte somit bestätigt werden, über Kausalitäten oder Effektgrößen können aber keine eindeutigen Aussagen getroffen werden.

Hafez relativiert als Resümee der qualitativen Studie die Bedeutung der Medien für die Integration (vgl. Hafez 2002: 14) und warnt davor, die „*Rezeption türkischer Medien per se als Integrationshindernis zu begreifen*“ (Hafez 2002: 40; In: Müller 2005d: 368). Dies unterstreicht auch Trebbe mit den Befunden seiner Sekundäranalyse: Unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit türkischem Migrationshintergrund überwiegt die dualistische Verwendung des Deutschen und Türkischen, d.h. die Akkulturationsstrategie „*Integration*“, in den untersuchten Handlungsfeldern Sprachgebrauch, Kontakte und Mediennutzung. Sowohl eine ausschließliche Deutschorientierung als auch eine reine Türkischorientierung sind eher die Ausnahme. Trebbe plädiert dafür, die Mediennutzung als von der jeweiligen Akkulturationsstrategie abhängige Variable und nicht als Erklärungsvariable für den Integrationsgrad zu betrachten (vgl. Trebbe 2007: 188ff.).

3.3.2 Synthese aus den bisherigen Studien zur Mediennutzung von Migranten

Wenngleich im vergangenen Jahrzehnt einige große repräsentative Untersuchungen im deutschen Sprachraum durchgeführt wurden, ist die Mediennutzung von Migranten noch nicht hinreichend erforscht. Die punktuellen Untersuchungen lassen zudem einige methodologische Mängel erkennen, weisen aber bereits inhaltliche Gemeinsamkeiten auf.

Müller und Piga haben die methodologischen und inhaltlichen Auffälligkeiten zusammengefasst. Zunächst zu den methodologischen Problemstellen (vgl. Müller 2005d: 377f.; Piga 2007: 224ff.):

- Effekte des Auftraggebers auf die Befunde sind nicht ausgeschlossen. Staatsnahe Auftraggeber wie öffentlich-rechtliche Unternehmen (ORF, ARD, ZDF, WDR) möchten naturgemäß die deutschsprachige Mediennutzung und insbesondere die Nutzung ihrer Minderheitenprogramme in einem guten Licht erscheinen lassen, auch im Hinblick auf die Werbewirtschaft. Eine Ausnahme in umgekehrter Richtung würden Untersuchungen von Ethnomarketing-Unternehmen bilden, die Interesse an einer hohen Nutzung von Ethnomedien haben. Solche Studien sind aber noch seltener oder werden im wissenschaftlichen Kontext wenig berücksichtigt.
- Die Ausschöpfungsquote der Studien ist gering. Es ist dabei zu befürchten, dass „*schlecht integrierte / integrationsunwillige Gruppen*“ die Antwort besonders oft verweigern und somit ein systematischer Fehler generiert wird, der durch Gewichtung nur bedingt „*erkenn- und heilbar*“ ist.
- Zusätzlich zur tendenziell *integrationsfreudigen* Verzerrung des Samples wird ein allfälliges sozial erwünschtes Antwortverhalten auch in Richtung deutschsprachiger Nutzung verzerrt sein. Dieser doppelte Bias zugunsten der Nutzung deutschsprachiger Medien muss bei der Interpretation der Daten jedenfalls berücksichtigt werden. Müller weist darauf hin, dass sich nämlich beispielsweise die Türken in Deutschland des „*unerwünschten Charakters eines ganz oder überwiegend türkischen Medienkonsums [...] bewusst [sind]*“ (vgl. Barin 1984; Caglar 2002; Schulte 2002; In: Müller 2005d: 377).
- Die Sprache, in der die Befragung durchgeführt wird, könnte ebenfalls determinierend für das Antwortverhalten sein. Bereits die Kontaktaufnahme in der Muttersprache oder auf Deutsch kann sich auf die Bereitschaft zur Teilnahme oder auf die Einstellung zur Befragung auswirken.
- Die meisten Studien sind auf die türkischstämmige Gruppe beschränkt und bilden die ethnische Vielfalt nicht ausreichend ab. Auch die Unterschiede innerhalb der Herkunftsländer werden zu wenig berücksichtigt. Beispielsweise können innerhalb der Türken auch Kurden und Aleviten unterschieden werden (vgl. Müller 2005d: 376).
- Die Indikatoren für die Messung von Mediennutzung und Integration bzw. ihre Operationalisierung variieren von Studie zu Studie, was die Vergleichbarkeit erheblich einschränkt.

Inhaltlich lassen die Studien zur *Mediennutzung von Migranten* diese generellen Befunde erkennen (vgl. Müller 2005d: 377f.; Piga 2007: 222):

- Fernsehen ist das dominierende Medium unter Migranten – stärker noch als in der Aufnahmegesellschaft. Das könnte mit der soziodemographischen Struktur, insbesondere der Bildungsferne und dem jüngeren Durchschnittsalter der ethnischen Minderheiten zu tun haben, aber auch mit der Konsumkultur der Südeuropäer generell (vgl. Piga 2007: 225). Unter Migranten dieser Herkunftsländer hat das Fernsehen als Hintergrund- und auch als Familienmedium einen höheren Stellenwert. Weiters sind Ethno-Angebote vor allem im TV-Sektor verfügbar. Im Radio- und Print-Bereich ist kein entsprechendes Angebot an muttersprachigen Medien vorhanden, auch weil danach offensichtlich keine entsprechende Nachfrage besteht.
- Bereits aus der Medienpräferenz, gestützt aber auch auf Untersuchungen zu Genreinteressen, lässt sich eine auffällige „*Unterhaltungslastigkeit*“ der Mediennutzung von Migranten feststellen. Hier spielt wiederum die bereits genannte Soziodemographie eine Rolle. Bedenklich ist dieser Umstand zweifelsohne aus demokratietheoretischer Sicht.
- Deutsch- und muttersprachige Medien werden komplementär genutzt. Den Umfragen zu Folge gibt es kaum Migranten mit einer ausschließlichen Nutzung von Herkunftslandmedien. Die *Medienghetto*-These kann somit nicht bestätigt werden (vgl. Meier-Braun 2002; Piga 2007: 223). Allerdings ist doch auffällig, wie sehr Migranten – auch der zweiten und dritten Generation – in ihrer Herkunftskultur verhaftet bleiben. Qualitative Studien weisen in diesem Zusammenhang auf die häufige Mediennutzung im Familienrahmen hin, die auch die jungen Familienmitglieder an das Herkunftslandprogramm bindet.

Im Hinblick auf die eigene empirische Studie seien hier noch die detaillierten Reichweiten der Fernsehsender unter türkischen Migranten in Deutschland zusammengefasst. Die *Währungen* der vier Studien (ARD/ZDF 2007, WDR-Medienforschung 2006a, Zentrum für Türkeistudien 2006 und Weiß/Trebbe 2001) sind zwar nicht hundertprozentig vergleichbar (Stammnutzer bzw. meistgesehene Sender) und auch die Grundgesamtheiten sind unterschiedlich (Nordrhein-Westfalen bzw. Deutschland), dennoch erfolgt daraus eine Berechnung eines Durchschnittswerts für die vierzehn Fernsehsender (je sieben deutsche und türkische). Demnach können unter türkischen Migranten in den vergangenen Jahren *Kanal D* und *ATV* als beliebteste türkische und *RTL* als beliebtester deutscher Sender bezeichnet werden.

Tabelle 2: Reichweiten¹⁰⁶ der Fernsehsender unter türkischen Migranten in Deutschland

Rang	in %	Ø	ARD/ZDF 07 (Stamm- nutzer)	WDR 06 (Stamm- nutzer)	ZfT 06 (meistges. Sender)	Weiß/T. 01 (meistges. Sender)
1	Kanal D	46	55	48	55	26
2	ATV	46	51	46	57	30
3	RTL	46	45	29	54	54
4	ProSieben	41	46	39	37	41
5	Show TV	41	48	36	49	30
6	TRT / TRT-Int.	32	31	21	42	34
7	Sat1	29	30	23	34	31
8	StarTV	26		32	32	14
9	ARD	26	27	15	37	24
10	TGRT	24	34	21	26	13
11	RTL2	23	29	21	20	22
12	ZDF	22	23	12	33	18
13	Kanal 7	20		27	25	7
14	VOX	15	23	15	14	9

Wenngleich über Befragung erhobene Reichweitendaten nicht so aussagekräftig sind, wie es per elektronische Messung ermittelte Marktanteile wären, lässt auch diese Aufstellung eindeutig auf eine dualistische Nutzung deutscher und ethnischer Medien schließen. Zudem wird die Unterhaltungslastigkeit der Mediennutzung verdeutlicht. Der erste öffentlich-rechtliche Sender befindet sich in diesem Vergleich auf Rang sechs (TRT / TRT Int.).

¹⁰⁶ Reichweite ist hier ein Sammelbegriff für *Stammnutzer* bei ARD/ZDF (2007) und WDR-Medienforschung (2006a) und *meistgesehene Sender* (mit Mehrfachnennungen) bei Zentrum für Türkeistudien (2006) und Weiß/Trebbé (2001).

3.4 Medienwirkung auf Mehrheits- und Minderheitsgesellschaft

In der Forschung zur Medienwirkung im Forschungsfeld „*Migranten-Medien-Integration*“ bildet die Mediennutzung die unabhängige Variable. Auf einer Makroebene geht es um die Frage, welche Auswirkungen die Mediennutzung auf die *gesellschaftliche Integration* hat, auf einer Mikro- bzw. Mesoebene darum, welche Folgen die Mediennutzung für die *kulturelle Identität* hat (vgl. Piga 2007: 214). Zwei Schwerpunkte sind in den bisherigen Untersuchungen zum ersten Teilbereich, den Auswirkungen auf die gesellschaftliche Integration, erkennbar: zum einen die Erforschung der segregierenden bzw. desintegrierenden Wirkung der Nutzung von Ethnomedien („*Medienghetto*“) und zum anderen die Wirkung der so genannten „*Ausländerberichterstattung*“, d.h. der Darstellung von Migranten in den deutschsprachigen Medien, auf Mehrheits- und Minderheitsgesellschaft.

Diese Arbeit konzentriert sich – auch im Hinblick auf die eigene empirische Erhebung – auf die Forschung zur Wirkung der Nutzung von Mehrheits- und Ethnomedien auf die gesellschaftliche Integration. Das Forschungsgebiet über die Wirkung der „*Ausländerberichterstattung*“ wird in einem Exkurs behandelt.

3.4.1 Medienwirkungsforschung im Überblick

Nicht nur Medienwissenschaftler weisen gerne darauf hin, dass Medien wirken. Bucher/Bonfadelli beschreiben diese Wirkung indem sie feststellen, dass die modernen Massenmedien „*in unserem Alltag einen wichtigen Stellenwert [besitzen] und [...] durch Prozesse der Thematisierung und Interpretation aktueller Ereignisse, der Vermittlung von Werten und Normen, der Ko-Orientierung von Vorstellungen über die soziale Realität wesentlich zur Orientierung, Meinungsbildung und Herausbildung einer eigenen Identität bei[tragen]*“ (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007: 119).

Unter Medienwirkungen können im weitesten Sinne „*sämtliche Verhaltens- und Erlebnisprozesse verstanden werden, die darauf zurückzuführen sind, dass der Mensch Rezipient der Massenkommunikation ist*“ (Maletzke 1963: 189f.; In: Weber-Menges 2005a: 129).

Die Medienwirkungsforschung ist die Königsdisziplin der Medienforschung. Das lässt sich insofern begründen, als Auswirkungen der Medien auf die soziale Wirklichkeit von großem Interesse sind, ihre Messung allerdings eine fast unlösbare Herausforderung darstellt. In der Medienwirkungsforschung ist bisher nur Eines gewiss: „*die Wirkungsfrage [ist] in dieser globalen Form wissenschaftlich nicht zu beantworten*“ (Weber-Menges 2005a: 128). In

Thesen zur *Wirkungslosigkeit* von Medien werden Effekte überhaupt verneint. Geißler/Pöttker weisen darauf hin, dass Medien „in Zeiten sozio-kultureller Umbruch- und Krisensituationen, bei neuen Themen und bei Rezipienten mit im Wesentlichen (noch) nicht abgeschlossener Sozialisation“ eine besondere Bedeutung zukommt (vgl. Geißler/Pöttker 2006a: 34f.). Die Neugestaltung der Gesellschaft angesichts der Immigration in den vergangenen Jahrzehnten wird von Vielen als eine solche Krise wahrgenommen, in der nach Antworten gesucht wird, die wiederum durch die Medien bereitgestellt werden können.

Von den zahlreichen Theorien und Ansätzen der Wirkungsforschung wird in diesem Kapitel nur das *Konzept der Anschlusskommunikation* näher vorgestellt, weil es in der eigenen Wirkungsstudie eine wichtige Rolle spielt. Davor werden einige begriffliche Klärungen zur Wirkungsforschung vorgenommen.

Der Kommunikationsprozess kann zur Analyse in drei Phasen geteilt werden: präkommunikative, kommunikative und postkommunikative Phase. In allen drei Phasen können Wirkungen entstehen: In der präkommunikativen Phase geht es um Motivation und Selektion im Sinne einer selektiven Zuwendung zu Medieninhalten, in der kommunikativen Phase um die Zeit, in der der Rezipient die Medieninhalte wahrnimmt und interpretiert, und in der postkommunikativen Phase um allfällige Auswirkungen der Medieninhalte auf Wissen, Einstellungen und Meinungen sowie Verhalten des Rezipienten (vgl. Maletzke 1963: 192; In: Weber-Menges 2005a: 129). Die genannten Bereiche in denen sich eine allfällige Wirkung entfalten kann, werden im Einstellungskonzept abgebildet, das wiederum der Persuasionsforschung zu Grunde liegt:

„Eine Einstellung wird dabei als eine Tendenz begriffen, auf ein Objekt (Gegenstand, Person, Idee etc.) mit bestimmten (positiven oder negativen) Gefühlen, Wahrnehmungen und Vorstellungen sowie Verhaltensweisen zu reagieren“ (Klima 1975: 156; In: Weber-Menges 2005a: 131f.).

Das Einstellungskonzept ist eine wichtige Säule der Wirkungsforschung. Es werden Wirkungen auf der *kognitiven* Ebene (Wissen und Meinungen) (1), auf der *affektiven* Ebene (Gefühle) (2) und auf der *konativen* Ebene (Verhalten) (3) unterschieden. Per Definition sind also auch bereits Wissens- oder Verhaltensänderungen Einstellungsänderungen (vgl. Weber-Menges 2005a: 132). Die drei Ebenen sind eng miteinander verknüpft. Eine genaue Aussage über den Zusammenhang, beispielsweise welche Änderungen welche Folgeänderungen nach sich ziehen, ist aber nicht so einfach möglich. Ein Aspekt zum Einstellungskonzept ist noch

zu beachten: Einstellungen und Verhaltensweisen müssen sich (durch Medienbotschaften) nicht *ändern* oder *wandeln*, sie können aber *verstärkt* oder *abgeschwächt* werden (vgl. Weber-Menges 2005a: 132f.).

Hinsichtlich der Adressaten von Medienbotschaften können Wirkungen auf der individuellen Ebene (Mikroebene), auf Gruppenebene (Mesoebene) oder auf Systemebene (Makroebene) unterschieden werden. Ebenso gibt es eine Gliederung nach manifesten (beabsichtigten) und latenten (unbeabsichtigten) Medienwirkungen. Schließlich kann es sich nach einer zeitlichen Klassifikation um kurz-, mittel- oder langfristige Wirkungen handeln (vgl. Burkart 2002: 189; Kunczik/Zipfel 2001: 285f.; In: Weber-Menges 2005a: 130f.).

Zur Verschaffung eines genaueren Überblicks über die Theorien und Ansätze der Medienwirkungsforschung sei auf eine Reihe von Autoren verwiesen, die diesbezügliche Zusammenfassungen herausgegeben haben (Bonfadelli 2001 und 2004; Jäckel 2005; Schenk 2007; Strohmeier 2002). An dieser Stelle kommt detaillierter nur ein Ansatz der Wirkungsforschung zur Sprache, nämlich das Konzept der Anschlusskommunikation, das für die eigene Wirkungsstudie herangezogen wird.

3.4.2 Konzept der Anschlusskommunikation

Medien schaffen in vielen Fällen die Basis für interpersonelle Kommunikation. Gemeinsame mediale Erfahrungen können Menschen in ein Gespräch verwickeln; Medienangebote fungieren als Themenlieferant für Gespräche und üben in diesem Sinne eine integrative Funktion aus (vgl. Luhmann¹⁰⁷ 1996; In: Sommer 2007: 13).

Greenberg (1975) erhob bei Alltagsgesprächen einen Anteil von 56 %, in denen auf Massenmedien verwiesen wird. Bei Themen, die von der breiten Bevölkerungsschicht primär medial wahrgenommen werden, wie beispielsweise bei der Politik, erhöht sich dieser Anteil gar auf 76 %. Kepplinger/Martin kommen auf ein ähnliches Ergebnis von 77 % an Konversationen, die Medienbezüge aufweisen (vgl. Greenberg 1975: 130; Kepplinger/Martin 1986: 120; In: Friemel 2009). Obwohl Mediengespräche eine derartige Bedeutung haben, fristet die Erforschung der Anschlusskommunikation in der Kommunikationswissenschaft bisher eher ein Nischendasein (vgl. Höflich 2004; Krotz 2004; Theis-Berglmair 2004).

¹⁰⁷ Der Terminus „Anschlusskommunikation“ wurde unter anderem von Luhmann geprägt (vgl. Luhmann 1996; In: Sommer 2007: 13). Luhmann sieht das Ermöglichen von Anschlusskommunikation gar als Definitionsmerkmal von Kommunikation. Diese komme nur dann zustande, „*wenn jemand sieht, hört, liest – und so weit versteht, dass eine weitere Kommunikation anschließen könnte*“ (Luhmann 1996: 14; In: Friemel 2009).

Interpersonale Kommunikation, die *anschließend* an die Medienrezeption entsteht, kann als dritter Typus neben der klassischen interpersonalen und der Massenkommunikation gesehen werden. Einige Autoren bezeichnen die Dichotomie interpersonale vs. Massenkommunikation überhaupt als künstliche Trennung der Wissenschaft, die in der Praxis so nicht existiert (vgl. Reardon/Rogers 1988; In: Sommer 2007: 8f.; bzw. Piga 2007: 209). Einen Ansatz zur Überwindung der Trennung zwischen interpersonaler und Massenkommunikation liefert das Aneignungskonzept¹⁰⁸. Anschlusskommunikation wird darin als Teil der Medienrezeption im weiteren Sinne verstanden und als spezifische Form interpersonaler Kommunikation positioniert, die sich auf Medienangebote bezieht (vgl. Faber 2001; In: Sommer 2007: 61). Sommer definiert – aufbauend auf das Aneignungskonzept – Anschlusskommunikation als Bindeglied, Schnittmenge bzw. Brücke zwischen interpersonaler und Massenkommunikation:

„Folglich kann Anschlusskommunikation als ein Konstrukt begriffen werden, das eine Schnittmenge aus interpersonaler Kommunikation und Massenkommunikation bildet [...]. Sie ist gekennzeichnet durch Merkmale der interpersonalen Kommunikation, indem sie sozial interaktiv abläuft. Darüber hinaus beinhaltet sie Massenkommunikation, indem sie diese zu ihrem Gegenstand macht. Dieser kann gleichermaßen Bedingung wie Resultat der Anschlusskommunikation sein“ (Sommer 2007: 16).

Als Medienwirkungs-Ansatz wird mit dem Konzept der Anschlusskommunikation die direkte Wirkung der Medieninhalte im Sinne des *Stimulus-Response-Modells* relativiert. Die interpersonale Kommunikation wird nämlich als intervenierender Faktor für allfällige Medienwirkungen betrachtet. Somit ist das Konzept der Anschlusskommunikation ein wichtiger Baustein für die Ansätze der mittelbaren Medienwirkung wie *Two-Step-Flow of Communication*¹⁰⁹, *Diffusion*¹¹⁰, *Schweigespirale*¹¹¹ oder *Agenda-Setting*. In diesen Konzep-

¹⁰⁸ Das Aneignungskonzept gelangte mit der „*qualitativen Wende*“ aus der eher kulturwissenschaftlich orientierten Medienforschung in die Medienrezeptionsforschung. Es bietet interessante Ansatzpunkte, um die Dichotomie zwischen interpersonaler und Massenkommunikation aufzulösen (vgl. Sommer 2007: 14). Faber (2001) beschreibt die Medienaneignung so: „*Geht man davon aus, dass Aneignung eine bestimmte Sichtweise auf den Umgang mit Medienangeboten meint, dann lässt sich darunter alles subsumieren, was zu ihrer Rezeption und Weiterverarbeitung gehört [...]: das ‚Organisieren‘ der Fernsehrezeption, das (kognitive) Verstehen der Fernsehinhalte, das (emotionale) Verarbeiten der Fernsehinhalte, das (im engeren Sinne aneignende) ‚Übertragen‘ der Fernsehereignisse in die eigene Erfahrungswelt, das individuelle und gruppenbezogene ‚Vergnügen‘ an der Fernsehrezeption, das perspektivierende und bewertende ‚Deuten‘*“ (Faber 2001: 28; In: Sommer 2007: 14).

¹⁰⁹ Im Two-Step-Flow of Communication-Konzept wird erstmals das Zusammenspiel von interpersonaler und Massenkommunikation beschrieben. Lazarsfeld et al. (1944) nehmen an, „*dass Informationen aus den Massen-*

ten wird zwar der Terminus Anschlusskommunikation nicht immer explizit so genannt¹¹², spielt für sie aber eine zentrale Rolle¹¹³ (vgl. Sommer 2007: 19ff.). Konkret werden im Two-Step-Flow of Communication- und im Diffusionsmodell die Informationen durch zwischenmenschliche Gespräche weiter getragen. Im Agenda-Setting-Prozess kann die interpersonale Kommunikation in dreierlei Hinsicht betrachtet werden: als Folge der Themensetzung durch Medien (1), als intervenierende Variable verstärkend, entgegenwirkend oder einflusslos (2) oder einfach als Operationalisierung für Agenda-Setting-Effekte (3) (vgl. Rössler 1997; Wanta/Wu 1992; In: Sommer 2007: 44f.). Während in frühen Studien der Medienwirkungsforschung (Stimulus-Response-Modell) die interpersonale Kommunikation vielfach als Konkurrenz zur massenmedialen betrachtet worden ist, nehmen die genannten Ansätze eine integrative Perspektive ein. Ähnlich der vermittelnden Funktion der Anschlusskommunikation im Agenda-Setting-Ansatz betrachtet auch die spätere Diffusionsforschung interpersonale und massenmediale Kommunikation als „zwei sich ergänzende, funktional komplementäre Kanäle“ (vgl. Southwell/Yzer 2006 bzw. Rogers 2003; In: Sommer 2007: 33).

In Anlehnung an die begrifflichen Klärungen zur Wirkungsforschung lässt sich das Konzept der Anschlusskommunikation in dieser Weise als Wirkungsansatz charakterisieren:

medien zunächst Meinungsführer erreichen. Diese geben sie dann an die Meinungsfolger weiter, die selbst zumindest weniger häufig direkten Kontakt mit Massenmedien haben [...]“ (vgl. Lazarsfeld et al. 1944; In: Sommer 2007: 21). Im Ansatz des Multi-Step-Flow of Communication wurde der Zwei-Weg-Ansatz in theoretischer Hinsicht erweitert. Es wird darin nicht mehr von einem „*opinion giving*“ von den Meinungsführern zu den Meinungsfolgern ausgegangen, sondern von einem „*opinion sharing*“ zwischen den Beteiligten (vgl. Berelson et al. 1954; Troidahl & Van Dam 1966; Renckstorf 1970; Eisenstein 1994; In: Sommer 2007: 40).

¹¹⁰ Die Diffusionsforschung beschäftigt sich mit der Übernahme von Innovationen bzw. mit dem Fluss von Nachrichten und ist an das Meinungsführerkonzept von Lazarsfeld angelehnt. Im Unterschied zum Two-Step-Flow of Communication werden aber fünf Personengruppen unterschieden, die zeitlich hintereinander eine Innovation übernehmen: innovators (1), early adopters (2), early majority (3), late majority (4) und laggards (5) (vgl. Rogers 2003; In: Sommer 2007: 32).

¹¹¹ Die Theorie der Schweigespirale von Noelle-Neumann besagt, dass Menschen bei Meinungsäußerungen auf die öffentliche Meinung achten, weil sie einen Wunsch nach Zugehörigkeit und eine Furcht vor Isolation haben. Meinungen, die ohne Sanktionen der Mehrheitsgesellschaft geäußert werden können, werden demnach eher artikuliert. Daraus, dass öffentlich weniger akzeptierte Meinungen zurückgehalten werden, ergibt sich die Schweigespirale (vgl. Noelle-Neumann 1974; In: Sommer 2007: 77).

¹¹² Der Terminus „Anschlusskommunikation“ wird von vergleichsweise wenigen Autoren explizit verwendet. Sommer nennt die *Medienaneignung* als Forschungsbereich, in dem der Begriff am ausführlichsten diskutiert wird (vgl. Klemm 2000; Sutter 2002; In: Sommer 2007: 135). Im englischen Sprachraum wurde keine adäquate Fachübersetzung gefunden (vgl. Sommer 2007: 135).

¹¹³ Sommer (2007) nennt darüber hinaus die *soziale Netzwerkforschung* als Forschungsrichtung, die das Konzept der Anschlusskommunikation implizit aufgreift. Dabei wird der Fokus auf die Bezugsgruppe der Individuen gelegt, um mehr über die persönlichen Beziehungen zu erfahren: „*wer mir wem worüber spricht oder wie sich Kommunikationsgemeinschaften zusammensetzen*“ (vgl. Sommer 2001: 36f.). Eine umfangreiche empirische Untersuchung zu sozialen Netzwerken in der deutschen Bevölkerung hat Schenk (1995) durchgeführt.

- Im Kommunikationsprozess kann Anschlusskommunikation in allen Phasen vorkommen: präkommunikativ, kommunikativ und postkommunikativ (vgl. Sommer 2007: 130). Die Aussicht auf Anschlusskommunikation, das „*mitreden Können*“, ist zunächst im Sinne des Uses-and-Gratifications-Ansatz ein wichtiges Mediennutzungsmotiv (vgl. Katz/Gurevitch 1976; Rubin/Rubin 1985; Wenner 1985; In: Sommer 2007: 51ff., 57; für den Bereich des Mediensports: Gerhards/Klingler/Neuwöhner 2001: 262; Schramm/Klimmt 2003; Dohle/Klimmt/Schramm 2006: 58; In: Friemel 2009). Klemm (2000) hebt die kommunikative und die postkommunikative Phase hervor und beschreibt mit Rückgriff auf das Aneignungskonzept die Anschlusskommunikation über das Fernsehen als den *kommunikativen Teil* des Aneignungsprozesses. Er unterteilt diesen kommunikativen Teil in die *primäre Thematisierung* während des Fernsehens und in die *sekundäre Thematisierung* nach der TV-Nutzung. Die primäre Thematisierung vollzieht sich in der Rezeptionsgemeinschaft (Zuschauergruppe) während der Rezeption und kann auch als „*Nebenbeikommunikation*“ bezeichnet werden, die sekundäre Thematisierung benennt Klemm als „*Nachverbrennungen*“, die zu jedem Zeitpunkt nach Beendigung der Rezeption in der Bezugsgruppe stattfinden können (vgl. Klemm 2000: 76; In: Sommer 2007: 15).
- Gemäß dem Einstellungskonzept werden mit Anschlusskommunikation Medienwirkungen auf der konativen Ebene (Verhalten) beobachtet. Aus diesem Verhalten können schließlich auch Einstellungsänderungen im Bereich von Wissen, Meinungen und Einstellungen resultieren. In dieser Lesart wird Anschlusskommunikation als intervenierende Variable für Medienwirkungen verstanden. Die Kleingruppenforschung¹¹⁴ befasst sich mit diesen Prozessen (vgl. Sommer 2007: 90ff., 130). Von zahlreichen Autoren wird der Anschlusskommunikation aber hinsichtlich der Persuasion eine geringere Funktion zugeschrieben, sie wird nämlich weniger als eine Form von Informationsvermittlung oder Überzeugungskommunikation gesehen, als vielmehr als „*Strategie, massenmediale Botschaften zu verarbeiten und einzuordnen*“ bzw. als Funktion, den Medieninhalten „*Sinn zu geben*“ (Troidahl/van Dam 1966; Erbring et al. 1980; Klemm 2000; Sutter 2002; In: Sommer 2007: 50f.).
- Anschlusskommunikation betrifft als Handlungsebenen die Zuschauergruppe und die Bezugsgruppe (Mesoebene). Zur Zuschauergruppe gehören alle, die die Medieninhalte

¹¹⁴ Die Kleingruppenforschung beschäftigt sich mit der Kommunikation, Informationsverarbeitung und Urteilsbildung in Kleingruppen sowie mit gruppendynamischen Prozessen (vgl. Sommer 2007: 81ff.).

gemeinsam rezipieren. Die Bezugsgruppe umfasst die Personen, mit denen der Rezipient über die Medien(inhalte) spricht: in der Regel sind das Familienmitglieder und Freunde (vgl. Sommer 2007: 72; 130). Welche Funktionen hat nun die Anschlusskommunikation für die Zuschauergruppe? Klemm (2000) nennt vier übergeordnete Makrofunktionen des fernsehbegleitenden Sprechens: Wechselseitiges Unterstützen beim Verstehen, Interpretieren und Bewerten (1), Vermittlung von Fernseh- und Alltagswelt (2), Vergemeinschaftung in der Zuschauergruppe (3) und Schaffung einer geselligen und vergnüglichen Stimmung (4) (vgl. Klemm 2000: 351; In: Sommer 2007: 65). Auf Basis qualitativer Feldstudien stellt Klemm fest, dass es bei der Anschlusskommunikation weniger um Inhalte, sondern mehr um *Vergemeinschaftung in der Gruppe* geht, also den „(täglichen) Abgleich von Wissen, Werten und Erinnerungen [...]“ (Klemm 2004: 189; In: Sommer 2007: 61). Friemel fasst die Integrationsfunktion von Anschlusskommunikation (1) als eine Ausprägung der Funktion der *sozialen Positionierung* auf, die auch die Profilierung (2) und die Distinktion (3) umfasst. Beispielsweise dient der (medial vermittelte) Sport als Referenzobjekt, mit dem die eigene Position in der Gruppe zum Ausdruck gebracht werden kann. Die soziale Gruppe kann dabei konkret (Fanclub) oder diffus (Nation, Sportinteressierte) definiert sein. Zugehörigkeit (Integration) oder Nicht-Zugehörigkeit (Distinktion) zu einer sozialen Gruppe können durch das Referenzobjekt Mediensport kommuniziert werden, ebenso wie sich Gruppenmitglieder durch spezifische Kenntnis der Materie in der Gruppe hervorheben können (Profilierung) (vgl. Lizardo 2006; Friemel 2009).

- Anschlusskommunikation ist von Seiten der massenmedialen Kommunikatoren durchaus beabsichtigt, ihre Ausprägung kann aber unbeabsichtigt und ungewollt ausfallen. Die Bezugsgruppe hat nämlich aufgrund von „*gruppendynamischen Prozessen wie normativem und informationalem Einfluss*“ das Potential, die Wirkung der Massenmedien zu beeinflussen und zu verändern (vgl. Sommer 2007: 130). Von Seiten strategischer Kommunikatoren (Werbung, PR, Marketing) wird versucht die Anschlusskommunikation zu nutzen, um beispielsweise eine Werbebotschaft oder eine Kampagne zu platzieren (vgl. Sommer 2007: 34). Eine Begründung dafür, warum die (intendierte) Wirkung der Massenmedien durch Anschlusskommunikation abgewandelt oder gar zerstört wird, liefern die Konformitätsforschung und die Kleingruppenforschung: Der *Anpassungsdruck* an die Bezugsgruppe verändert in Folgegesprächen die von Seiten der Kommuni-

katoren beabsichtigte Wirkung (vgl. Price/Roberts 1987; Price/Allen 1990; Scheufele et al. 2001; In: Sommer 2007: 80).

- Die Wirkung von Anschlusskommunikation bzw. von Medieninhalten, interveniert durch auf sie bezogene Gespräche, kann in der kommunikativen Phase (*primäre Thematisierung* in der Rezeptionsgemeinschaft) als kurzfristig und in der postkommunikativen Phase (*sekundäre Thematisierung* in der Bezugsgruppe) als mittel- und langfristig betrachtet werden (vgl. Sommer 2007: 137).

Soweit zur Charakterisierung des Konzepts der Anschlusskommunikation anhand der Unterscheidungskriterien für Medienwirkungsansätze. Ein Forschungsfeld hinsichtlich des Zustandekommens und der Ausprägung von Anschlusskommunikation ist die Ermittlung ihrer Einflussgrößen. In Anwendung auf die Nachrichtenrezeptionsforschung identifiziert Sommer drei Determinanten für Anschlusskommunikation: Personenmerkmale (1), Situationsvariablen (2) und Eigenschaften der Berichterstattung (3) (vgl. Sommer 2007: 131).

In der Konzeption der empirischen Untersuchung dieser Arbeit wird auf diese Determinanten sowie auf das Konzept der Anschlusskommunikation insgesamt zurückgegriffen (siehe Kapitel 4 *Modellierung und Ableitung der Forschungsfragen*). In der eigenen Wirkungsstudie wird nämlich die Anschlusskommunikation über Unterhaltungsangebote im Fernsehen untersucht, konkret die verwendete *Sprache der Anschlusskommunikation* von Migranten während und unmittelbar nach der Fernsehsporrezeption.

3.4.3 Integrative und desintegrative Wirkung der Mediennutzung

Nach der Vorstellung der grundsätzlichen Charakteristik der Medienwirkungsforschung und eines konkreten Wirkungsansatzes, des Konzepts der Anschlusskommunikation, geht es in diesem Abschnitt um einen weiteren grundsätzlichen Wirkungsaspekt der Massenmedien, nämlich um die mit der Anschlusskommunikation eng verbundene Integrationsfunktion¹¹⁵.

Im Zusammenhang mit Migranten hat die Integrationsfunktion eine besondere Bedeutung. Bereits im Kapitel zu den *Institutionen, die Integration fördern (können)* kamen Auswirkungen der Mediennutzung auf die allgemeine gesellschaftliche Integration zur Sprache (siehe Kapitel 2.1.3). Darüber hinaus wurden in den beiden Abschnitten zu den *Modellen der Integration* bzw. den *Modellen der medialen Integration* Auswirkungen der Nutzung von Mehrheitsmedien und Ethnomedien auf die Integration von Migranten angesprochen (siehe

¹¹⁵ Für einen ausführlichen Überblick über die Integrationsfunktion der Massenmedien sei auf die Dissertation von Vlastic (2004) verwiesen.

Kapitel 2.2 und 3.1). In diesem Kapitel wird noch einmal detaillierter auf die Integrationsfunktion der Massenmedien hinsichtlich der Eingliederung von Angehörigen ethnischer Minderheiten eingegangen.

Esser verweist auf zwei grundlegende integrative Funktionen:

„Erstens ermöglicht der Erwerb sprachlicher Kompetenzen [durch Mediennutzung] die Aufnahme interethnischer Beziehungen und interethnischer Kommunikation. Zweitens können die Repräsentation von Migranten und die Wiedergabe der sich auf sie beziehenden öffentlichen Diskussion in der Aufnahmegesellschaft zum Abbau oder zur Veränderung von Vorurteilen und sozialen Distanzen beitragen“ (vgl. Esser 2000: In: Schneider/Arnold 2006: 95f.).

Die erste Funktion bezieht sich auf die Wissensvermittlung durch Medien und die daraus entstehende Anschlusskommunikation, mit anderen Kommunikationstheorien betrachtet auf die Kultivierungsfunktion und auf die Agenda-Setting-Funktion (vgl. dazu auch Bucher/Bonfadelli 2007: 125). Die zweite Funktion bezieht sich zusätzlich auf das Konzept der Einstellungsänderung. Weil sich die Definition von Esser aber rein auf die deutschsprachigen Mehrheitsmedien bezieht, ist angesichts der Bedeutung der muttersprachigen Medien für Migranten die Definition um den Aspekt der *Repräsentation der Aufnahmegesellschaft in den Ethnomedien und die auf sie beziehende öffentliche Diskussion* zu ergänzen. Die Ethnomedien können genauso wie die Mehrheitsmedien eine Vermittlerfunktion zwischen den ethnischen Gruppen einnehmen. Voraussetzung für eine Entfaltung der integrativen Funktion aller Medien (deutschsprachige und ethnische) ist, dass darin die unterschiedlichen Kulturen und ihre Werte und Gepflogenheiten zur Sprache kommen und damit das *Wissen über* die Kulturen bei Mehrheits- und Minderheitsangehörigen erhöht wird.

Wirkung der Nutzung von Mehrheitsmedien

Eine Verbesserung der gesellschaftlichen Integration wird in der Literatur mehr oder weniger ausschließlich mit einer Nutzung der Aufnahmeland-Medien (Mehrheitsmedien) verbunden und mit den kommunikationswissenschaftlichen Ansätzen Agenda-Setting und Kultivierung begründet: Einerseits führt die Agenda-Setting-Funktion der Medien *„zu gemeinsamen Themenuniversen als Basis der Partizipation und Bildung von konsertierter öffentlicher Meinung“* und andererseits kultiviert *„homogene Fernsehrealität im Aufnahmeland [...] ähnliche Wirklichkeitsvorstellungen bei den Vielsehern des Aufnahmelandes“* (Bucher/Bonfadelli 2007: 125).

Putnam bezeichnet die Vermittlungsfunktion der Medien zwischen den kulturellen Gruppen bzw. die Informationsfunktion über die Mehrheitsbevölkerung als „*bridging social capital*“ (vgl. Putnam 2000; In: d’Haenens: 148). Die Mehrheitsmedien dienen den Migranten als Informationsquelle über das Aufnahmeland und dessen Einwohner (vgl. Piga 2007: 209). „*Bridging*“ ist in diesem Sinne eng verwandt mit der Agenda-Setting- und der Kultivierungsfunktion.

Neben der integrativen Wirkung der Mehrheitsmedien wird in der Literatur ebenso auf das Gegenteil, nämlich auf eine desintegrative Wirkung, verwiesen. Diese nimmt ihren Ausgang bei der Darstellung der Migranten in den Mehrheitsmedien. Durch das negativverzerrte, stereotype „*Ausländerbild*“ in den deutschsprachigen Medien wird einerseits in den Köpfen der Mehrheitsangehörigen ein negatives Bild von Migranten erzeugt bzw. verfestigt und andererseits werden Migranten in ihr muttersprachiges Angebot „vertrieben“, wodurch sie sich medial von der Aufnahmegesellschaft isolieren. Dieses Effekts nimmt sich die „*Medienghetto*“-These an (näheres dazu im Kapitel 3.4.4 *Exkurs: Darstellung von Migranten in den Mehrheitsmedien und Wirkung der „Ausländerberichterstattung“*; vgl. Meier-Braun 2002; In: Piga 2007: 209).

Wirkung der Nutzung von Ethnomedien

Während die Wirkung der Nutzung von Mehrheitsmedien im Hinblick auf den gesellschaftlichen Zusammenhalt einfacher zu klären scheint, gestaltet sich dies für die Nutzung von Ethnomedien schwieriger. Abgesehen davon, dass die Wirkung von Ethnomedien noch nicht befriedigend erforscht ist (vgl. Müller 2005c: 328), ist in einer gängigen These von desintegrativen bzw. separierenden Effekten die Rede. Stichworte wie „*mediale Gettoisierung*“ oder „*massenmediale Isolation*“ werden in diesem Zusammenhang genannt (vgl. Weber-Menges 2005b: 312). In aktuellen Untersuchungen wird aber gezeigt, dass diese Diagnose zu kurz greift (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007: 126).

Die Nutzung der Ethnomedien wird darin nicht aus der theoretischen Perspektive der gesellschaftlichen Integration betrachtet, sondern mit Fokus auf die „*kulturelle Identität*“. Schneider/Arnold unterscheiden Integration und kulturelle Identität insofern als „*Integration als die Schaffung von Beziehungen und gemeinsamem Wissen über verschiedene Gruppen hinweg [zu verstehen ist], und kulturelle Identität als Beziehungen sowie gemeinsames Wissen innerhalb einer Gruppe*“ (Schneider/Arnold 2006: 98). D’Haenens bezeichnet in Anlehnung an Putnam (2000) die beiden Funktionen als „*bridging social capital*“ und

„*bonding social capital*“. „*Bridging*“ bezieht sich auf die Vermittlung zwischen den Kulturen (interkulturelle Integration) und „*bonding*“ auf die Bindung an die eigene ethnische Gruppe (kulturelle Identität) (vgl. d’Haenens 2007: 147f.).

Muttersprachigen Medien wird eine wichtige Funktion für die Bildung der kulturellen Identität respektive der Integration in die ethnische Gruppe zugesprochen („*bonding*“), bezüglich der gesamtgesellschaftlichen Integration („*bridging*“) jedoch wird aufgrund der starken Herkunftsland-Bezogenheit der Ethnomedien eher von desintegrativen Effekten ausgegangen (vgl. Scherf 2004; Becker 1996; Esser 2000; In: Schneider/Arnold 2006: 99; Bucher/Bonfadelli 2007: 119ff.). Zu beachten ist allerdings, dass Migranten in den Aufnahmelandmedien kein entsprechendes Angebot zur Verfügung steht. Die Ethnomedien gleichen Defizite bei der Berücksichtigung von Interessen und Anliegen der ethnischen Minderheiten aus, die durch die deutschsprachigen Medien nicht geleistet werden (können). Für Migranten der ersten Generation hat die Nutzung der Herkunftslandmedien zudem eine wichtige „*Brückenfunktion*“ zur alten Heimat und sie erlaubt ihnen die Teilhabe an gesellschaftspolitischen Diskussionen und die Kenntnisnahme politischer Entwicklungen, von denen sie im Aufnahmeland aufgrund der fehlenden Deutschkenntnisse ausgeschlossen sind (vgl. Weber-Menges 2005b: 311; ebenfalls dazu Bucher/Bonfadelli 2007: 126ff., Güntürk 1999: 142 und Halm 2006: 78f.). Angesichts der inhaltlichen Orientierung – des von Minderheitsangehörigen am häufigsten genutzten Typs – der *Auslandsmedien* (geringer Aufnahmelandbezug und negativ verzerrtes Bild vom Aufnahmeland und seinen Bürgern; siehe Kapitel 3.2 *Duales Medienangebot für Migranten*) kann angenommen werden, dass der positive Einfluss auf die *gesellschaftliche Integration in die Aufnahmegesellschaft* gering ausfällt. Weiters werden die Deutschkenntnisse (vor allem der Kinder) nicht gefördert, obwohl sie für ein Vorankommen in der Aufnahmegesellschaft von großer Bedeutung sind. Es wird befürchtet, dass die „*Abwendung der Migranten von der deutschen Medienlandschaft die Segmentierung und Ethnisierung der Gesellschaft unterstützt*“ (vgl. Halm 2004: 2; In: Weber-Menges 2005b: 312; ebenfalls dazu Güntürk 1999: 142 und Halm 2006: 79). Halm konstatiert, dass der ausschließliche Konsum herkunftslandsprachiger Medien der Integration „*zweifellos abträglich*“ ist (Halm 2006: 79). Abhilfe könnten hier *echte* Ethnomedien schaffen, die *von Migranten für Migranten* hierzulande produziert werden, insbesondere dann, wenn darin ein entsprechender Bezug zum Aufnahmeland und seinen Bürgern besteht. Dieser Typus ist aber noch nicht ausreichend verbreitet (siehe dazu Kapitel 3.2 *Duales Medienangebot für Migranten*).

Fest steht, dass eine dualistische Nutzung von Ethnomedien und deutschsprachigen Medien soziale Wirklichkeit ist und auch bleiben wird. Nur unter der Voraussetzung der Anerkennung dieser Tatsache können allfällige Maßnahmen seitens der deutschsprachigen Sender zur Verlagerung des Nutzungsanteils zu ihren Gunsten diskutiert werden.

3.4.4 Exkurs: Darstellung von Migranten in den Mehrheitsmedien und Wirkung der „Ausländerberichterstattung“

Die Berichterstattung über Migranten ist der am besten erforschte Aspekt im Forschungsfeld „*Migranten-Medien-Integration*“ (vgl. Geißler/Pöttker 2006a: 13). Zum einen geht es dabei um den Umfang ihrer Repräsentation in der journalistischen Berichterstattung und in fiktionalen Angeboten und zum zweiten um ihr Bild in den Medien (vgl. Geißler/Pöttker 2006a: 28f.). Weil die „*Ausländerberichterstattung*“ in keinem unmittelbaren Zusammenhang mit den Fragestellungen dieser Arbeit stehen, werden die dahingehenden Forschungstätigkeiten in einem Exkurs behandelt.

Die Kernbefunde zur „*Ausländerberichterstattung*“ besagen, dass über Ausländer und gesellschaftliche Minoritäten allgemein wenig berichtet wird, dass sie also in der Medienrealität marginalisiert werden. Wenn über sie berichtet wird, ist die Berichterstattung negativ verzerrt und von Stereotypen geprägt. Sie behandelt insbesondere „*Probleme*“ und dürfte damit negative Auswirkungen auf das Zusammenleben zwischen ethnischen Minderheiten und der Mehrheitsgesellschaft haben (vgl. Geißler/Pöttker 2006a: 13; vgl. Bonfadelli 2007b: 99, 103). Migranten werden in der Berichterstattung häufig als „*Täter*“ und „*Opfer*“ genannt, also in konfliktgeladenen Situationen (vgl. Böhm 1999: 90ff.; Weber-Menges 2005a: 137). Über die Effektgröße und auch über allfällige Beweise der Effekte können die bisher durchgeführten Studien (hauptsächlich Inhaltsanalysen) allerdings nur bedingt Auskunft geben.

Butterwegge (1999) kritisiert die „*Ausländerberichterstattung*“ in den Medien aus der theoretischen Perspektive der „*Ethnisierung*“ (vgl. Butterwegge 1999a: 64ff.) und misst ihnen in Anlehnung an Scheffer (1997) eine entscheidende Mitverantwortung für die „*Erzeugung und Verfestigung ethnisch-kultureller Konflikte*“ bei (Scheffer 1997: 22; In: Butterwegge 1999a: 65). Ruhrmann (1999) relativiert die Bedeutung der Medien und gesteht ihnen, wenn überhaupt, nur eine langfristige Wirkung zu (vgl. Ruhrmann 1999: 97). Beide Autoren nehmen gleichermaßen Bezug auf die Aspekte *Negativität* und *Stigmatisierung*. Zur

Stützung der Argumentation ziehen sie zahlreiche empirische Studien heran¹¹⁶. Geißler/Pöttker weisen darauf hin, dass in den Studien meist kein Vergleich zur tatsächlichen (unterprivilegierten) Position der Migranten in der Mehrheitsgesellschaft gezogen wird und die Ergebnisse angesichts dessen zu relativieren sind (vgl. Geißler/Pöttker 2006a: 28).

In Österreich ist 2006 im Auftrag des Bundesministeriums für Inneres eine Untersuchung zu den „*Perspektiven und Herausforderungen in der Integration muslimischer MitbürgerInnen*“ durchgeführt worden. Bestandteil der Untersuchung ist auch eine qualitative und quantitative Inhaltsanalyse der tagesaktuellen Medienberichte in Österreich¹¹⁷ zu den Themenbereichen „*Ausländer*“ und „*Muslime/Islam*“ im Beobachtungszeitraum 1997 bis 2005. Die Zahl der Berichte über Ausländer hat dabei insbesondere nach dem 11. September 2001 erheblich zugenommen, verbunden mit einer zusätzlichen relativen Zunahme von Muslime/Islam-Berichten (Anteil von 40 % auf 60 % gestiegen). Rohe identifiziert in den Berichten eine große Zahl an neutralen (88 %) und einen Anteil von 8 % mit negativen Bewertungen gegenüber dem Islam, Muslimen bzw. Ausländern. Positive Berichte gibt es so gut wie gar nicht. Auch wenn die Berichte nicht negativ eingefärbt sind, wird durch die Themensetzung ein Negativismus-Effekt erzeugt, beispielsweise durch Berichte über Terroranschläge. Das Leben der Muslime in Österreich bildet ein Randthema (8 % der Berichte haben diesen Bezug). Zugenommen im Beobachtungszeitraum haben die Themenunterbereiche „*Extremismus*“ bzw. „*Terror*“. Rohe stellt abschließend fest, dass „*psychologisch [...] die muslimischen Migranten damit zum generellen Bedrohungspotenzial [werden]*“ (vgl. Rohe 2006: 15f.).

Weber-Menges (2005) gibt neben theoretischen Überlegungen anhand gängiger Kommunikationstheorien ebenfalls einen Überblick über eine Reihe von Studien zur Wirkung der „*Ausländerberichterstattung*“¹¹⁸ (vgl. Weber-Menges 2005a: 153ff.). Tatsächliche Wirkungs-Studien sind generell in der Sozialwissenschaft eher selten anzutreffen. Die meisten Untersuchungen sind Inhaltsanalysen und können deshalb nur eine hypothetische Wirkung aufzeigen, nicht jedoch eine solche beweisen.

¹¹⁶ Brosius/Esser 1995; Eckhardt/Horn 1995; Funk/Weiß 1995; Galliker 1997; Hömberg/Schlemmer 1995; Luchtenberg 1997; Merten 1986; Ruhrmann/Kollmer 1987; Scheffer 1997.

¹¹⁷ Die Inhaltsanalyse beruht auf der quantitativen und qualitativen Auswertung der österreichischen Tageszeitungen *Standard*, *Presse*, *Kleine Zeitung*, *Kurier*, *Kronen Zeitung*, *Salzburger Nachrichten*, *Tiroler Tageszeitung* und *Vorarlberger Nachrichten*.

¹¹⁸ Brosius/Esser 1995; Esser/Scheufele/Brosius 2002; Lüdemann/Erzberger 1994; Scheufele/Brosius 2001 und 2002; Wallbott 1994.

Häufige Fragestellungen in deskriptiven Untersuchungen sind: Wie werden Migranten in den deutschsprachigen Medien dargestellt? In welchen Kontexten wird auf die ethnische Zugehörigkeit hingewiesen? Wie häufig und in welcher Form werden Interessen und Probleme von Angehörigen ethnischer Minderheiten thematisiert? Wie wird Staatsbürgerschaftsrecht und Multikulturalismus in den Medien diskutiert?

Einen Überblick über die Darstellung ethnischer Minderheiten in deutschen Massenmedien bieten Müller (2005), Butterwegge (1999a) und Ruhrmann (1999), über die Schweizer Situation Bonfadelli¹¹⁹ (vgl. Bonfadelli 2007b: 97).

Die Intention zur Durchführung empirischer Studien ist vielfach ein Negativszenario:

„Demnach werden die „Ausländer“ in den deutschen Massenmedien negativ verzerrt dargestellt (1), was Wirkungen entfaltet, sowohl auf die Deutschen (2) als auch auf die Minderheitenangehörigen (3), indem beide integrationshemmend/-ablehnend beeinflusst werden; was u.a. als Reaktion der Minderheiten zur Bildung separater Ethnomedien führt bzw. diese begünstigt (4), in denen dann umgekehrt die Deutschen bzw. Deutschland negativ verzerrt dargestellt werden (5) und die von den Minderheitenangehörigen überwiegend rezipiert werden (6), was dann auf diese wiederum zusätzlich integrationshemmende Wirkung entfaltet („Medienghetto“, „Parallelgesellschaften“) (7)“ (Müller 2005a: 84).

Maßnahmen, die zur Verbesserung der medialen Integration respektive zum Durchbrechen des Teufelkreises beitragen können, sollten nach diesen Schlussfolgerungen bei der Darstellung von Migranten in den Mehrheitsmedien ansetzen. Allerdings ist umstritten ob beispielsweise durch Toleranzkampagnen Fremdenfeindlichkeit abgebaut werden kann (Ruhrmann 1999: 103).

¹¹⁹ In der Schweiz wurden bisher nur vereinzelte und wenige aussagekräftige Studien zur Darstellung von „Ausländern“ oder „Asylwerbern“ durchgeführt: Küpfer 1994; Zwingli 1994; Kamber/Schranz 2001; Luginbühl/Schwab/Burger 2004.

Müller kommt in einer Zusammenschau von themenrelevanten Inhaltsanalysen¹²⁰ zu Presse und Fernsehen zu folgenden Schlüssen: In den Untersuchungen werden fiktionale Medieninhalte vielfach ausgeblendet, der Fokus liegt auf der Information. Gerade in den Genres Sport und Unterhaltung kommen aber Minderheitenangehörige auch verstärkt in positiven Rollen vor. Den Grund für die Fokussierung auf die Information sieht Müller in der bequemeren Codierung von Informationsinhalten. Müller schlägt für künftige Studien eine stärkere Berücksichtigung von Unterhaltungsangeboten, insbesondere im Fernsehen vor (vgl. Müller 2005a: 111).

Inhaltlich zeigen die Forschungsergebnisse, dass Einwanderer negativ dargestellt werden:

„Sie kommen tendenziell selten vor; und wenn, dann häufig in negativ besetzten Zusammenhängen, insbesondere als Kriminelle und überhaupt als Personen, die Geld kosten und/oder gefährlich sind, kurz: als Belastung für die Gesellschaft“
(Müller 2005a: 112).

Ruhrmann weist darauf hin, dass bestimmte Migrantengruppen besonders von negativer Berichterstattung betroffen sind: beispielsweise Türken, Afrikaner und Asiaten (vgl. Ruhrmann 1999: 101).

Butterwegge holt in seinem Aufsatz zu einem Rundumschlag gegen die Massenmedien und ihre ausgrenzende Wirkung aus (vgl. Butterwegge 1999a: 67ff.): *„Über die ca. 7,5 Millionen Ausländer/innen in der Bundesrepublik berichten die Massenmedien ähnlich, wie sie über das Ausland berichten, also praktisch nur im Ausnahmefall, der möglichst spektakulär sein und katastrophische Züge tragen sollte, wodurch Zuwanderer mit Unordnung, Chaos und Gewalt in Verbindung gebracht werden“* (Butterwegge 1999a: 68). Neben der Verbindung von „multikulturell“ und „multikriminell“ spielt in den deutschen Medien auch die Bedrohung deutscher Ressourcen durch ethnische Minderheiten eine wichtige Rolle. Wichtiges Beispiel dafür ist die Asyldebatte. Weiters hält Butterwegge auch Berichte über

¹²⁰ Quantitative Studien zur deutschen Presse: Delgado 1972; Galanis 1987, 1989; Geißler 1999, 2000; Georgescu 1994; Gökce 1988; Handel 1998; Heine 1980, 1981; Hömberg/Schlemmer 1995; Meißner/Ruhrmann 2000; Merten 1986; Predelli 1995; Rothammer 1974; Ruhrmann/Kollmer 1987; Segal 1981; Stark 1998; Forschergruppe Brosius/Esser/Scheufele 1993ff. und die Forschergruppe Eder/Rauer/Schmidtke 2001ff.

Qualitative Studien zur deutschen Presse: Bobber et al. 1996; Butterwegge 2004; Butterwege/Hentges 2000; Duisburger Institut DISS 1991ff.; Geiger 1985; Kimpeler 2000; Link 1984ff.; Regensburger 1983; Projektgruppe Migration im Städtevergleich 1997; Forschergruppe Böke, Jung, Niehr, Stötzel, Wengeler 1994ff.

Studien zum deutschen Fernsehen: Bulut 2000; Güven 1996; Kühne-Scholand 1987, 1993; Ruhrmann/Sommer/Uhlemann 2005; Weiß et al. 1995.

Gewalt gegen Fremde für die Fremdenfeindlichkeit in der Gesamtbevölkerung verstärkend (vgl. Butterwegge 1999a: 69, 71, 73).

Die Ursachen für die tendenziell negative Darstellung von Migranten in den Mehrheitsmedien sieht Müller in Vorbehalten und in der Bequemlichkeit von Journalisten und Medieneigentümern, in Publikumserwartungen, in der Unterrepräsentation von Migranten auf Produzentenseite sowie auch in der unterprivilegierten Stellung von Migranten in der Gesellschaft überhaupt (vgl. Müller 2005a: 114f.). Bonfadelli weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass es vor allem auch an Berichten zum „normalen“ Lebensalltag von Migranten mangle. Reportagen über „*geglückte Verständigung und Integration auf lokaler oder regionaler Ebene*“ oder über „*positive[...] Leistungen der ausländischen Arbeitnehmer*“ sind Mangelware. Migranten sind darüber hinaus nur selten aktive Gesprächspartner der Medien, sondern zumeist „*passives Objekt der Berichterstattung*“ (vgl. Bonfadelli 2007b: 104).

Wie wirkt sich nun die Tatsache der negativ verzerrten Berichterstattung auf Wissen, Einstellungen, Meinungen und Verhalten von Mehrheits- bzw. Minderheitsangehörigen aus? Die Thesen dazu sind: Auf Seiten der Mehrheitsbevölkerung führt sie zu mehr Fremdenfeindlichkeit und auf Seiten der Minderheiten zu einem Rückzug in die eigene ethnische Gruppe und in ethnische Teilöffentlichkeiten (verstärkte Nutzung von Ethnomedien: „*Medienghetto*“).

Theoretische Prüfung der Thesen anhand von Kommunikationstheorien

Weber-Menges diskutiert die Fragestellung und Thesen anhand von gängigen Kommunikationstheorien: Gemäß dem *Agenda-Setting-Ansatz* wirkt sich eine schlagseitige Berichterstattung über „*bedrohliche und kriminelle Ausländer*“ insofern aus, als in der Mehrheitsbevölkerung ein besonderes Bewusstsein über die „*Ausländerproblematik*“ entsteht bzw. verstärkt wird (vgl. ausführlich Kunczik/Zipfel 2001: 355-373; In: Weber-Menges 2005a: 135).

Ähnlich kann mit dem Konzept der *Delegitimierung* argumentiert werden, dass die Nennung von Migranten in Zusammenhang mit „*Kriminalität*“ und „*Terrorismus*“ die Ausgrenzung verstärkt und damit eine Akzeptanz durch die Mehrheitsgesellschaft behindert wird (vgl. Galliker 1996: 705-707; In: Weber-Menges 2005a: 136). Ein weiteres Wirkungselement des Mediendiskurses über ethnische Minderheiten ist die Kollektivsymbolik, die die Delegitimierung ebenfalls verstärkt. Kollektivsymbole sind in diesem Zusammenhang beispielsweise

„Asylantenflut“, „volles Boot“ oder „Terrorist (Schläfer)“ (vgl. Gerhard 1994: 55.; In: Weber-Menges 2005a: 137; bzw. Galliker u.a. 1997: 214ff.; In: Ruhrmann 1999: 99).

Framing ist ein weiterer kommunikationswissenschaftlicher Ansatz, Meldungen zu gruppieren und eine potentielle Wirkung abzuschätzen (vgl. Ruhrmann/Sommer/Uhlemann 2006: 45ff.).

Nach Geißler kann das *Lippmann-Theorem* in Kombination mit dem *Thomas-Theorem* als klassisches Grundaxiom zu den Medienwirkungen auf die Fragestellung nach der Wirkung der medialen Präsentation ethnischer Minderheiten übertragen werden. Demnach entstehen unsere Realitäten, „*die Bilder in unseren Köpfen*“, nur zum Teil durch persönliche Erfahrungen aus erster Hand und zu einem großen Teil durch mediale Einflüsse, durch die „*veröffentlichte Realität*“ (vgl. Geißler 2000: 131f.; In: Weber-Menges 2005a: 138). Anhand von Tiefeninterviews mit fremdenfeindlichen, kriminellen Jugendlichen konnte bestätigt werden, dass ihre Gefühle und Einstellungen gegenüber Fremden durch Medienrezeption geprägt worden sind (vgl. Neumann/Frindte 2001: 258; In: Weber-Menges 2005a: 140).

Die Frage nach dem Wirkungsgrad der Medienberichterstattung auf Einstellungen und Verhalten von Rezipienten kann damit noch nicht beantwortet werden. Esser geht im Zusammenhang mit der Wirkung der medialen Präsentation ethnischer Minderheiten von einer relativen Wirkungslosigkeit aus. Nur über eine interpersonale Vermittlung durch Meinungsführer, die Zugang zu den Primärmilieus haben, erwartet sich Esser gemäß dem Modell des „*two-step-flow-of-communication*“ eine Wirkung (vgl. Esser 2000: 33; In: Weber-Menges 2005a: 142f.).

Die *kognitive Dissonanz-Theorie* stützt das Konzept der geringen Medienwirkung. Demnach können Einstellungen durch Medieneinflüsse zwar verstärkt, aber nur schwer geändert werden (vgl. Klapper 1960: 8; In: Weber-Menges 2005a: 148). Die Begründung liegt darin, dass sich Rezipienten den Medienbotschaften selektiv aussetzen um kognitive Dissonanzen zu vermeiden. Sie selektieren und interpretieren Medieninhalte je Bedarf. Dieser Umstand verweist auch auf den *Uses-and-Gratification-Ansatz*, demgemäß sich Rezipienten den Medien *bewusst* zuwenden und Inhalte nach ihren Interessen, Wünschen und Bedürfnissen nutzen (vgl. Weber-Menges 2005a: 149). Umgelegt auf die Berichterstattung über Migranten, können beispielsweise fremdenfreundliche oder fremdenfeindliche Beiträge bei Rezipienten ganz unterschiedliche Reaktionen hervorrufen. Bei einer Person können beide Beiträge fremdenfeindliche Einstellungen verstärken, bei einer anderen fremdenfreundliche

Haltungen bestätigen. Viele solche Überlegungen sprechen für die These Essers (2000) über die Irrelevanz der Medien.

Geißler/Pöttker verweisen wiederum auf die *Kultivierungshypothese*, nach der die Mediennutzung langfristig unter Berücksichtigung des kulturellen Kontextes wirkt (vgl. Bonfadelli 1987; Kunczik/Zipfel 2001: 398-408; In: Geißler/Pöttker 2006a: 35).

Empirische Prüfung

Die Problematik der empirischen Prüfung einer „generellen“ Wirkung der „Ausländerberichterstattung“ liegt darin, dass die Zahl der intervenierenden Variablen auf Seiten der Medienbotschaft, der Person und der Situation schier unendlich ist und somit eine Botschaft je nach Disposition der Situation ebenso viele Wirkungen haben kann. In empirischen Untersuchungen können deshalb nur Ausschnitte getestet werden.

Luginbühl (2007) stellt beispielsweise eine Studie vor, in der die Berichterstattung über Flüchtlinge in der „Tagesschau“ im Schweizer Fernsehen zwischen 1957 und 1999 linguistisch verglichen wird. Es zeigt sich, dass sich das „*narrative Muster*“, d.h. die grundlegende Erzählform in den Berichten, in den 40 Jahren stark verändert hat. Galten die Ungarn-Flüchtlinge 1957 bis 1959 im Tenor noch als „jung“, „höflich“ und „fleißig“, wurden die Kosovo-Flüchtlinge 1999 mit „Ansturm“, „Strom“ und „Überfüllung“, also mithilfe einer Wasser- und Kriegsmetaphorik und einer entsprechenden Bilderauswahl, in Verbindung gebracht. Charakteristisch für die Berichterstattung Ende der 1990er Jahre ist ein Framing mit „*dramatischer Lage*“ und „*Gefahr*“ (vgl. Luginbühl 2007: 56ff.).

Sommer (2007) verwendet in ihrer Dissertation Ausschnitte des DFG-Projekts „Nachrichtenauswahl und -wirkung der Berichterstattung über Migranten“, das von 2002 bis 2005 in Jena durchgeführt wurde (vgl. Ruhrmann 2005; Ruhrmann/Sommer 2005a, Ruhrmann/Sommer/Uhlemann 2006; Sommer 2007). Das Projekt beinhaltet eine Inhaltsanalyse der Migrantenberichterstattung in den vier Hauptnachrichtensendungen¹²¹ (n=285 TV-Nachrichtenbeiträge) sowie eine Rezipientenbefragung (n=501) um die Wirkung der Nachrichtenbeiträge zu testen. Die Beiträge wurden hinsichtlich der Nachrichtenfaktoren und formalen Frames untersucht. Die Rezipientenbefragung bestand aus einer Selektionsaufgabe, der Vorführung eines ausgewählten TV-Beitrages und einer anschließenden Befragung. Die Ergebnisse zeigen, dass Nachrichtenfaktoren nicht nur für die Kommunikatoren sondern auch für die

¹²¹ Tagesschau (ARD/Das Erste), heute (ZDF), RTL aktuell (RTL) und Sat1 18:30 (Sat1).

Rezipienten von entscheidender Bedeutung sind. Sommer legt schlussfolgernd nahe, dass neben nachrichtenspezifischen auch rezipientenspezifische Merkmale bei der Nachrichten-selektion, -rezeption und -wirkung von hoher Relevanz sind (vgl. Sommer 2007: 118ff.).

In einer Studie von Wallbott (1994) wird untersucht, wie sich die ethnische Kennzeichnung von Kriminellen in Zeitungsartikeln auf die Bewertung der Schwere des Delikts und das zugebilligte Strafmaß auswirkt (vgl. Wallbott 1994; In: Weber-Menges 2005a: 155ff.).

Brosius/Esser (1995) haben anlässlich fremdenfeindlicher Ausschreitungen und Anschläge Anfang der Neunzigerjahre in Hoyerswerda, Rostock, Mölln und Solingen festgestellt, dass die mediale Berichterstattung zu Nachahmungstaten und Eskalation geführt hat (vgl. Brosius/Esser 1995; In: Weber-Menges 2005a: 157 ff. und Butterwegge 1999a: 82).

Scheufele/Brosius nahmen die PKK- und Kurdengewalt 1996 zum Anlass, zu untersuchen, ob Gewalttaten ethnischer Minderheiten fremdenfeindliche Gewalt provozieren (vgl. Scheufele/Brosius 2001 und 2002; In: Weber-Menges 2005a: 168ff.).

Aus Sicht von Butterwegge (1999) sind die Medien „*Multiplikatoren und Motoren der Ethnisierung*“ und treiben den Ausgrenzungsprozess voran. Medien agieren als „*Bindeglieder zwischen dem institutionellen (strukturellen, staatlichen), dem intellektuellen (pseudowissenschaftlichen) und dem individuellen bzw. Alltagsrassismus*“ (Butterwegge 1999a: 65f.).

Resümierend kann festgehalten werden, dass eine Annäherung an die Frage nach der Wirkung der „Ausländerberichterstattung“ auf Mehrheits- und Minderheitsbevölkerung bisher nur theoretisch breiter erfolgt ist. Eine empirische Prüfung ist angesichts der Komplexität der Fragestellung sehr schwierig.

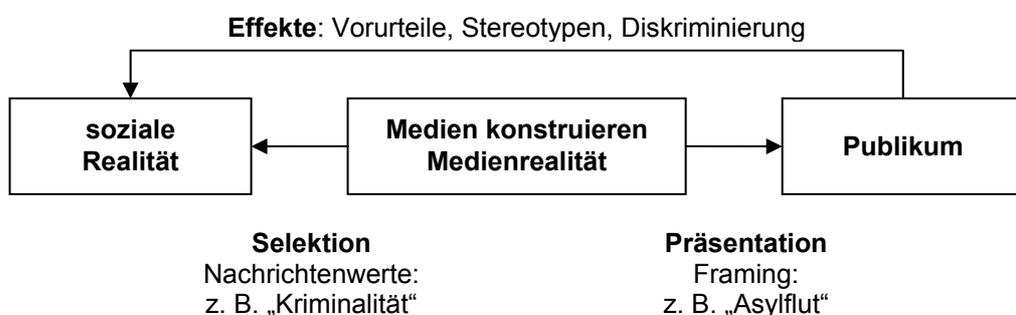
3.4.5 Fazit zur Forschung über die Medienwirkungen im Zusammenhang mit gesellschaftlicher Integration

Auch wenn die Meinungen über das Ausmaß der Medienwirkungen auseinander gehen, scheint doch eines gewiss: Die modernen Massemedien nehmen Einfluss auf die Vorstellungen, die die Mehrheits- und Minderheitenangehörigen voneinander haben, und damit auf ihr Zusammenleben. Angesichts eines tendenziell negativ verzerrten Bildes der jeweils Fremden sowohl in Mehrheits- als auch in Ethnomedien ist ein positiver Beitrag der Medien zur gesellschaftlichen Integration umstritten. Grundsätzlich wird den Medien durch die Kommunikationswissenschaft, konkret mit den Ansätzen des Agenda-Setting und der Kulti-

vierung, eine solche integrative Funktion zugestanden (vgl. Bonfadelli 2007b: 96¹²²). Angesichts des Bildes der Migranten in den Mehrheitsmedien bzw. der Deutschen in den Ethnomedien hat sich diese Idee aber vielfach zu einem Negativszenario gewandelt. Medien bergen demnach auch die Gefahr Hass zu säen, Feindbilder aufzubauen und damit fragmentierend, desintegrativ oder segregativ zu wirken (vgl. Bonfadelli 2007b: 96¹²³).

Die meisten Untersuchungen im Zusammenhang mit „Medienwirkung und Migranten“ haben sich bislang um die Darstellung ethnischer Minderheiten in den Mehrheitsmedien und die Effekte auf die Einstellungen der Mehrheitsbevölkerung gedreht. Bonfadelli fasst das Negativszenario in der untenstehenden Abbildung zusammen (vgl. Bonfadelli 2007b: 95):

Abbildung 7: Forschungsfeld: "Medienwirkung und ethnische Minderheiten"



(Quelle: Bonfadelli 2007b: 95)

Die Medien selektieren die Nachrichten nach den bekannten Nachrichtenfaktoren (beispielsweise „Negativität“ und „Kriminalität“) und bereiten sie den bewährten narrativen Mustern und Publikumserwartungen entsprechend auf. Empirische Untersuchungen zeigen, dass sich diese Vorgehensweise hinsichtlich des Bildes von ethnischen Minderheiten in den Medien besonders negativ auswirkt: Zum einen sind Migranten aufgrund ihres sozialen Hintergrunds häufiger in Kriminalität verwickelt und zum anderen sind im Kampf um Aufmerksamkeit spektakuläre Präsentationsmuster – auch auf Kosten Schwächerer – zur Norm geworden.

Bezüglich des Forschungsfeldes zur Wirkung der Ethnomedien auf die Integration der Migranten in die Aufnahmegesellschaft ist das Eis der Erkenntnis noch erheblich dünner. Mit den oben genannten Argumenten eines ebenfalls negativ eingefärbten Fremden-Bildes in den Ethnomedien wird ihr Beitrag zur gesellschaftlichen Integration eher negativ beurteilt.

¹²² siehe auch: Burkart 2002, Jarren, 2000; Schatz u. a. 2000; Imhof 2002; Vlastic 2004; Geißler/Pöttker 2006; In: Bonfadelli 2007b: 96.

¹²³ siehe auch: Schulz 1999; Geißler/Pöttker 2006; Wilke 1996; Geißler/Pöttker 2000; Becker 1996; Husband 2001; Busch/Hipfel/Robins 2001; In: Bonfadelli 2007b: 96.

Allerdings wird den Ethnomedien eine äußerst wichtige Funktion in der Festigung der kulturellen Identität der Menschen mit Migrationshintergrund beigemessen, insofern als ihre Bedürfnisse und Ängste darin ernst genommen werden.

Eine grundsätzliche Kritik an der Medienwirkungsforschung, in der die Mediennutzung als unabhängige Variable betrachtet wird, übt Trebbe (2007). Er möchte die Massenmedien generell nicht als Integrationsinstanzen verstanden wissen, sondern sieht die Mediennutzung von Migranten vielmehr als Folge und Ausdruck ihres Integrationsstadiums, d.h. als abhängige Variable (vgl. Trebbe 2007: 183).

3.5 Exkurs: Migranten in der Medienproduktion

Die Unterrepräsentation von Personen mit Migrationshintergrund in der Medienproduktion ist ein wichtiges Thema der öffentlichen und politischen Auseinandersetzung (siehe Kapitel 8.1 *Öffentlicher Diskurs zu „Medien und Integration“*). Beispielsweise wird in den beiden österreichischen Qualitätszeitungen *Der Standard* und *Die Presse* diesem Sachverhalt in den vergangenen Jahren immer wieder Raum gewidmet. Eine in der *Presse* berichtete Podiumsdiskussion mit Medienvertretern im September 2008 endete beispielsweise mit dem Resümee, dass die Medien grundsätzlich nichts gegen Journalisten mit Migrationshintergrund haben würden, es vielen solchen Bewerbern aber am Rüstzeug für die journalistische Laufbahn bzw. für den Einstieg in den Beruf (Deutschkenntnisse, soziales Netzwerk, Selbstbewusstsein) mangle und daher eine Quotierung für die Unternehmen auf keinen Fall in Frage käme (siehe Kapitel 8.1 *Öffentlicher Diskurs zu „Medien und Integration“*: Die Presse 2008c).

Auch in wissenschaftlichen Untersuchungen zum Thema wird immer wieder auf den zu geringen Anteil von Personen mit Migrationshintergrund in den Medienunternehmen hingewiesen. Aussagekräftige Studien zum Thema sind in Deutschland und Österreich aber eher Mangelware: Müller (2005) nennt Quaj (1999), Westdeutscher Rundfunk (1999), ter Wal (2002) und Esselink (2004) für nützliche Übersichten über (west)europäische Entwicklungen. Weiters stellt Müller Studien von Hujanen (1976) und Schneider/Arnold (2004) vor. Am Wiener Publizistik-Institut sind einige Abschlussarbeiten entstanden, die sich im weiteren Sinne mit „*Migranten in der Medienproduktion*“ beschäftigen¹²⁴.

¹²⁴ Berghold (2006), Braunreiter (2001) und Wille (2003).

Geißler/Pöttker weisen darauf hin, dass in den USA journalistische Berufsverbände (ASNE, SPJ, SABEW) jährlich die Ergebnisse solcher Erhebungen publizieren. Der Anteil der vier großen ethnischen Minderheiten, Schwarze, „Hispanics“, Asiaten und „Native Americans“, in der Medienproduktion beträgt demnach im Jahr 2003 12 % (1978: 4 %), wobei der Anteil an der Gesamtbevölkerung über 30 % ausmacht (vgl. Geißler/Pöttker 2006a: 26). Für Deutschland nennen Geißler/Pöttker einen Anteil von etwa drei Promille türkischer Journalisten an allen hauptberuflichen Journalisten. Der Anteil in der Bevölkerung dagegen beträgt etwa 3 % (vgl. Geißler/Pöttker 2006a: 27).

Das Haupthindernis für eine systematische Analyse hierzulande liegt in der Unzulänglichkeit der Datenbasis. Wenn überhaupt, ist für Mitarbeiter der Medienanstalten nur das Merkmal *Staatsbürgerschaft* verfügbar, womit Migranten der zweiten und dritten Generation häufig nicht erfasst sind. Weiters macht es einen Unterschied, ob es sich um angestellte oder freie Mitarbeiter handelt und welche *Position* die Mitarbeiter bekleiden (vgl. Müller 2005b: 223ff.).

Eines ist auch ohne genauere Daten gewiss: die Zahl der Journalisten „*nichtdeutscher Herkunft liegt [...] weit unter ihrem [Anmerkung: zwanzigprozentigen] Anteil an der Bevölkerung der Bundesrepublik*“ (Jungk 1999: 209). Jungk weist darauf hin, dass die Medienbranche eine Wachstumsbranche ist und für Journalisten mit Migrationshintergrund durchaus Platz sein sollte.

Geißler/Pöttker betonen allerdings, dass nicht nur die *Zahl* der Journalisten mit Migrationshintergrund ausschlaggebend für die Qualität der Verständigung zwischen Mehrheits- und Minderheitsgesellschaft ist, sondern auch *Wissen* und *Einstellungen* zur interkulturellen Integration eine entscheidende Rolle spielen. Auch in diesem Bereich klafft die Forschungslücke (vgl. Geißler/Pöttker 2006a: 27f.).

Grundsätzlich erwartet man sich durch eine Steigerung des Anteils von Migranten in den Medienunternehmen zum einen eine ausgewogenere Berichterstattung über Migranten betreffende Themen (Darstellung von Migranten in den Medien) und generell eine bessere Akzeptanz von Minderheiten in der Gesellschaft. Angesichts der komplexen Frage der Medienwirkungen erscheint eine Veränderung der Situation auf Kommunikatorseite eigentlich als wichtigste Maßnahme zur Verbesserung der medialen Integration von ethnischen Minderheiten.

3.6 Zwischenresümee über den Forschungsstand zu „Migranten-Medien-Integration“

Das Forschungsfeld „Migranten-Medien-Integration“ wurde in diesem Abschnitt mit den Teilbereichen Modelle der medialen Integration (1), Medienangebot für Migranten (2), Mediennutzung (3) und Medienwirkungen (4) ausführlich dargestellt. Es ist selbstverständlich unmöglich alle Überlegungen zum Thema in die Präsentation aufzunehmen. Ziel war es, für alle Teilbereiche einen Überblick über die jüngeren theoretischen und empirischen Arbeiten zu bieten und die am häufigsten genannten inhaltlichen Befunde und Thesen anzuführen. Da die Mediennutzung von Migranten und die Wirkungsfrage den Schwerpunkt der eigenen empirischen Untersuchung bilden, wurde diesen beiden Bereichen der meiste Platz im Forschungsüberblick eingeräumt, obwohl andere Themen im Forschungsbereich bereits ausführlicher untersucht wurden, wie beispielsweise die Darstellung von Migranten in den Mehrheitsmedien.

Inhaltlich lässt sich über den Forschungsstand resümierend sagen, dass unter Migranten eine komplementäre Nutzung von Mehrheits- und Ethnomedien vorherrscht. Beide Medientypen erfüllen spezifische Funktionen für die Rezipienten und sind aus dem Alltag von Minderheitenangehörigen nicht weg zu denken. Die deutschsprachigen Medien können und wollen die ethno-kulturellen Bedürfnisse der Migranten nicht erfüllen. Ethnomedien sind dazu am besten in der Lage. Wünschenswert für die Zukunft ist eine stärkere Entwicklung von echten Ethnomedien, d.h. von Medien, die hierzulande von Minderheitenangehörigen für Minderheitenangehörige produziert werden und damit nicht nur für die kulturelle Identität, sondern auch für die gesamtgesellschaftliche Integration einen Beitrag leisten können. Die derzeit am häufigsten genutzte Gattung von Ethnomedien sind nämlich Auslandsmedien, die aber einen geringen Aufnahmelandbezug aufweisen und für die gesellschaftliche Integration deshalb als eher kontraproduktiv eingestuft werden.

Bereits als Überleitung in die eigene empirische Erhebung erfolgt an dieser Stelle noch eine Analyse von auffälligen Lücken im Forschungsfeld „Migranten-Medien-Integration“. Piga führt drei solcher Defizite an (vgl. Piga 2007: 225f.):

- a) Die Kausalität oder Wirkungsrichtung in der Beziehung zwischen Mediennutzung und Integration von Migranten ist noch weitgehend unbekannt.
- b) In bisherigen Migranten-Studien wird der Einfluss soziodemographischer Merkmale unterbewertet.

c) Die Mediennutzung außer Haus ist zu wenig berücksichtigt.

ad a) Die Kausalität in der Beziehung von Medien und Integration wurde bislang noch kaum erforscht (vgl. Piga 2007: 225). Bei Untersuchungen wird die Mediennutzung entweder als abhängige Variable (Uses-and-Gratifications-Ansatz) oder als Ursache für Medienwirkungen respektive als unabhängige Variable angenommen. Die deutsche Presseamtsstudie (Weiß/Trebbe 2001) bildet hierbei eine Ausnahme, da in diesem Fall die Mediennutzung sowohl als abhängige als auch als unabhängige Variable modelliert ist. Dieser Ansatz des wechselseitigen Einflusses von Mediennutzung und Integration bildet auch die Grundlage für die Erarbeitung des theoretischen Modells „*Medien-Sport-Integration*“, das schließlich für die eigene empirische Erhebung verwendet wird (siehe nachfolgendes Kapitel *4 Modellierung und Ableitung der Forschungsfragen*).

ad b) Während in Repräsentativ-Untersuchungen vorwiegend Vergleiche anhand von soziodemographischen Merkmalen durchgeführt werden, stehen in Migranten-Befragungen kulturspezifische Variablen im Vordergrund. Einzelne Befunde zeigen jedoch, dass sich die Mediennutzung von Migranten vielfach in erster Linie genauso durch soziodemographische Merkmale erklären lässt und erst in zweiter Linie kulturelle Merkmale wirken. Der vergleichsweise schlechte sozioökonomische Status darf beispielsweise bei der Interpretation der Befunde zur Mediennutzung (beispielsweise Fernseh- und Unterhaltungslastigkeit) nicht vergessen werden. In der Wilhelmsburger Erhebung kommen deshalb auch eine Reihe von soziodemographischen und Herkunfts-Merkmalen als Erklärungsvariablen zum Einsatz (siehe Kapitel *5 Empirische Studie*).

ad c) Die Mediennutzung an öffentlichen Orten wie Ausbildungsstätten, Gemeinschaftszentren, Vereinen oder Lokalen/Wettbüros spielt für Migranten aus ökonomischen Gründen mitunter eine wichtigere Rolle als für Angehörige der Mehrheitsgesellschaft. Aus diesem Grund sollten künftige Untersuchungen auch die Mediennutzung außer Haus berücksichtigen. In der eigenen empirischen Erhebung wird dieser Forderung Rechnung getragen. Auch deshalb, weil dieser Umstand auf die Nutzung von Fernsehsport in besonderem Maße zutrifft. Ist hier nämlich bereits unter normalen Umständen eine öffentliche Rezeption verbreitet (in Lokalen oder Wettbüros), nimmt sie während sportlicher Großveranstaltungen wie Fußball-Europameisterschaften durch Public-Viewing-Zonen noch einmal erheblich zu. In der Wilhelmsburger Erhebung wird der Ort der Nutzung deshalb explizit berücksichtigt (siehe Kapitel *5 Empirische Studie*).

4 Modellierung und Ableitung der Forschungsfragen

In diesem Kapitel wird das theoretische Modell „*Medien-Sport-Integration*“ entwickelt und es werden daraus sowie aus anderen Quellen die Forschungsfragen abgeleitet. Die Summe der Forschungsfragen ergibt eine Mediennutzungs- und -wirkungsstudie unter Migranten. Von Interesse sind deren allgemeine Mediennutzung und im Speziellen die Fernsehspornutzung in Zusammenhang mit ihrer sozialen Integration.

Die Fragestellungen zur allgemeinen Mediennutzung nehmen Anleihe an bisherigen empirischen Studien im deutschen Sprachraum (Weiß/Trebbe 2001; Goldberg/Sauer 2006; Piga 2006; Trebbe/Weiß 2006; WDR-Medienforschung 2006a; Bucher/Bonfadelli 2007; ARD/ZDF 2007); insbesondere an der ARD/ZDF-Studie und an der Presseamtsstudie (Weiß/Trebbe 2001). Für die Evaluierung der Fernsehspornutzung und des Zusammenhangs mit der Integration wird das Modell „*Medien-Sport-Integration*“ erstellt. Das Konzept der Anschlusskommunikation und das theoretische Modell von Weiß/Trebbe (2001) sind dafür wichtige Grundlagen. Im Weiß/Trebbe-Modell wird bereits ein wechselseitiger Zusammenhang zwischen Mediennutzung und Integration dargestellt, wie er auch in dieser Arbeit verfolgt wird. Die Wirkungsstudie dieser Arbeit lässt sich schließlich der Forschung zur Wirkung der Nutzung von Ethno- und Mehrheitsmedien auf die Integration zuordnen. Die Besonderheit des verwendeten Stimulusmaterials *Fernsehsporn* liegt darin, dass es sowohl in Ethnomedien als auch in Mehrheitsmedien zur Verfügung steht. Die Spiele der Fußball-EM werden beispielsweise gleichzeitig auf deutsch- und muttersprachigen Sendern übertragen.

4.1 Theoretisches Modell „*Medien-Sport-Integration*“

Im theoretischen Modell „*Medien-Sport-Integration*“ wird ein Aspekt der Mediennutzung, nämlich die Nutzung von *Fernsehsporn*, mit der Integration in Zusammenhang gebracht. In diesem Abschnitt wird begründet, warum gerade der Medien- bzw. Fernsehsporn als Stimulusmaterial herangezogen wird und es wird dargelegt, aus welchen bisherigen theoretischen Ansätzen sich das Modell „*Medien-Sport-Integration*“ speist.

Der Mediensport bildet neben anderen Medieninhalten eine wichtige Ressource für Anschlusskommunikation. Nach einer Studie von Kappe/Schönebeck vor dem Hintergrund des Agenda-Setting-Ansatzes führt unter „*Sportinteressierten*“ ein Anteil von 30 % „*Sportgespräche*“, unter „*Nichtinteressierten*“ 16 % (vgl. Kappe/Schönebeck 1988: 100; In: Friemel 2009). Anlässlich sportlicher Großereignisse wie Fußball-Welt- und Europameister-

schaften, bei denen Spitzenspiele Durchschnittsreichweiten von 30 % und Marktanteile von 80 % erreichen, erhöht sich die Gesprächsfrequenz noch einmal erheblich. Populäre Ereignisse dieser Größenordnung ziehen eine ungemein hohe Aufmerksamkeit auf sich. Eine Erklärung dafür ist die positive Externalität, die dadurch entsteht, dass auch andere Personen das Angebot nutzen. Mit jeder Person, die zusätzlich zuschaut, erhöht sich der Nutzen und steigt die Wahrscheinlichkeit auf Anschlusskommunikation, Stichwort Netzwerkeffekt (vgl. Gerhard 2006: 474; In: Friemel 2009). Angesichts der Reichweite des Mediensports erscheint die Heranziehung von Fernsehsport im Allgemeinen und der Spiele der Fußball-EURO 2008 im Speziellen als Gesprächsressource für die empirische Studie als gerechtfertigt.

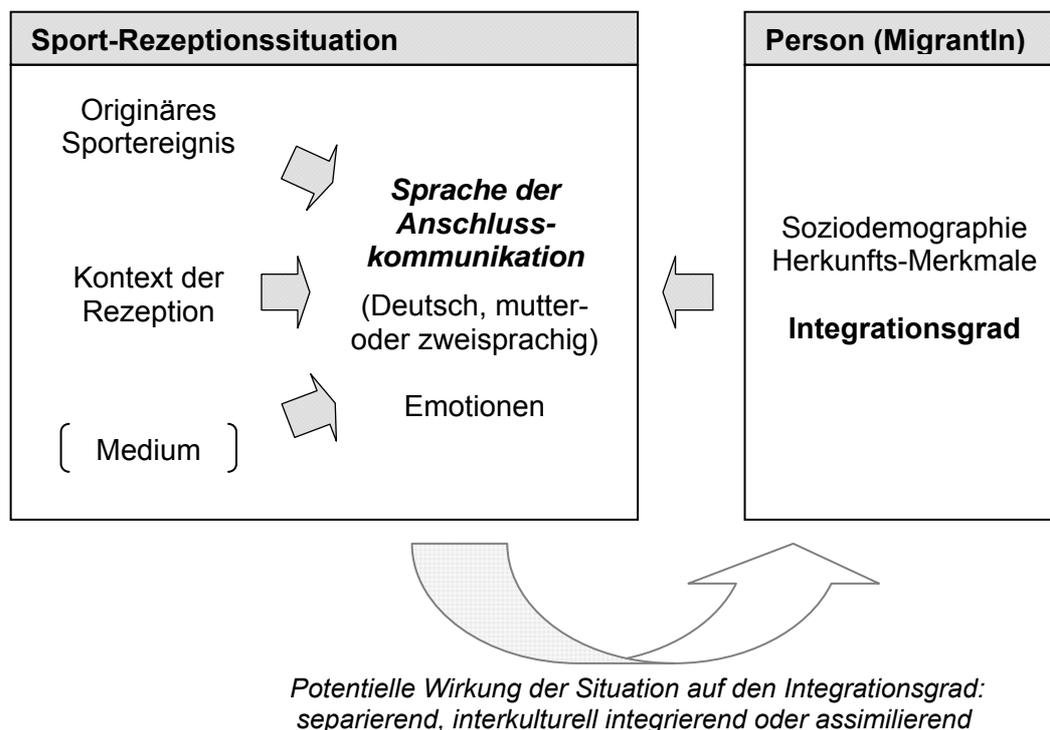
Hinsichtlich der Gesprächspartner, mit denen über Medieninhalte gesprochen wird, nimmt der Sport aufgrund seiner „sozialen Harmlosigkeit“ eine wichtige Stellung für Gespräche mit wenig vertrauten Personen ein. Lizardo (2006) führt diesbezüglich an, dass die Wahrscheinlichkeit, dass zwei Personen auf ein *populäres* Thema zu sprechen kommen, invers zu ihrer Beziehungsstärke sei (vgl. Lizardo 2006: 802; In: Friemel 2009). In einer Studie zur Fußball-WM 2002 wurde für Deutschland erhoben, dass sich 39 % „mit Menschen über die WM unterhalten haben, mit denen sie außer Grüßen vorher noch nie ein Wort gewechselt haben (z. B. Nachbarn)“ (Stuke/Kruck 2002: 72; In: Friemel 2009). Sport stellt also ein überaus anschlussfähiges Thema dar. Bette nennt als konkrete Vorteile des Themas den hohen Bekanntheitsgrad (1), die fortlaufende Generierung von neuen Inhalten (2), die soziale Harmlosigkeit, d.h. die breite Akzeptanz und die positive Bewertung (3) sowie die große Zahl an Menschen mit eigenen Primärerfahrungen (4) (vgl. Bette 1990; In: Friemel 2009). Gerhards/Klingler/Neuwöhner fügen als Eigenschaften, die Sport so populär und anschlussfähig machen, noch das relativ stabile und explizite Regelwerk (5) und die ideale Mischung aus Erwart- und klar Interpretierbarem, Neuem und Unberechenbarem (6) hinzu (vgl. Gerhards/Klingler/Neuwöhner 2001: 162; In: Friemel 2009). Die hohe Anschlussfähigkeit des Sports lässt sich auch als hoher Nachrichtenwert im Sinne der Nachrichtenwerttheorie interpretieren (vgl. Eilders/Wirth 1999; In: Friemel 2009). Vor dem Hintergrund des hohen Potentials an Anschlussfähigkeit erscheint es plausibel, dieses Thema mit der Problematik der sozialen Integration in Verbindung zu bringen.

In weiterer Folge bietet sich die Fußball-EURO 2008 als Stimulus-Ereignis deshalb an, weil sich seit der Fußball-Weltmeisterschaft 2002 die Rezeption von WM- und EM-Spielen zusehends auf öffentliche Plätze verlagert („Public Viewing“) und dort interkultureller Kontakt

einfacher möglich wird als zu Hause (vgl. Geese/Zeughardt/Gerhard 2006: 459; In: Friemel 2009). Interkulturelle Gespräche sind dabei auch dann denkbar, wenn die bevorzugten Mannschaften verschiedene sind (bspw. Österreich, Türkei oder Kroatien). Raney (2006) hält Sport für eines der wenigen Themen, „über die freundschaftliche Uneinigkeit bestehen kann“ (vgl. Raney 2006: 323; In: Friemel 2009). Roloff/Solomon bezeichnen „geteiltes Interesse“ als besseren Prädiktor für interpersonale Anziehung als „gleiche Einstellung“ (vgl. Roloff/Solomon 1989: 292; In: Friemel 2009).

Soweit zur Begründung und theoretischen Ableitung, warum Fernsehsport und speziell die Fußball-EURO 2008 als Ressource für Anschlusskommunikation und damit für soziale Integration gewählt wurden. Das Modell „Medien-Sport-Integration“ wird nun zunächst graphisch dargestellt und anschließend theoretisch hergeleitet. Die Basis bilden das Konzept der Anschlusskommunikation und das theoretische Modell von Weiß/Trebbe (2001) (siehe Kapitel 3.4.2 *Konzept der Anschlusskommunikation*).

Abbildung 8: Theoretisches Modell "Medien-Sport-Integration"



Im Zentrum des theoretischen Modells steht die Variable *Sprache der Anschlusskommunikation*, die das Verhältnis von deutsch- und muttersprachiger Kommunikation während bzw. unmittelbar nach der Rezeption abbildet: *muttersprachig*, *zweisprachig* oder

deutschsprachig. Diese Variable dient im Modell sowohl als abhängige als auch als unabhängige Variable.

Als unabhängige Variable betrachtet, wird von der *Sprache der Anschlusskommunikation* auf die potentielle Wirkung der Situation auf den *Integrationsgrad* geschlossen, die entsprechend *separierend* (bei muttersprachigen Situationen), *interkulturell integrierend* (zweisprachig) oder *assimilierend* (deutschsprachig) sein kann. Diese Dreiteilung basiert auf den drei *Grundtypen* von Integration (*Assimilation – Segregation – interkulturelle Integration*), die in der Fachliteratur als solche genannt werden (siehe Kapitel 2.2 *Modelle der Integration von Migranten*; zum Überblick: vgl. Geißler 2005a: 64, Geißler 2005b: 72ff.). Die Rückwirkung einer Rezeptionssituation auf den Integrationsgrad einer Person ist das Wirkungselement des Modells. Allerdings können diese (eventuellen) Effekte mit dem zur Verfügung stehenden Sample aufgrund des zu geringen Beobachtungszeitraums nicht empirisch geprüft, sondern nur über die Ableitung aus der *Sprache der Anschlusskommunikation* theoretisch angenommen werden. Ob eine als potentiell *separierend*, *interkulturell integrierend* oder *assimilierend* eingestufte Situation tatsächlich eine kurz-, mittel- oder langfristige Wirkung entfaltet, kann nur durch Langzeitstudien nachgewiesen werden.

Im Rahmen der Untersuchung möglich ist die empirische Prüfung des Einflusses der kontextualen und personalen Eigenschaften auf die *Sprache der Anschlusskommunikation*; also die Betrachtung der *Sprache der Anschlusskommunikation* als abhängige Variable. Sommer (2007) nennt als Determinanten der Anschlusskommunikation Personenmerkmale (1), Situationsvariablen (2) und Eigenschaften der Berichterstattung (3) (vgl. Sommer 2007: 131; näheres im Kapitel 3.4.2 *Konzept der Anschlusskommunikation*). Diese Gliederung findet etwas abgewandelt auch in das theoretische Modell „*Medien-Sport-Integration*“ Eingang. Die Personenmerkmale werden in zwei Gruppen aufgeteilt: *soziodemographische und Herkunftsmerkmale* (1) und *Integrations-Indikatoren*¹²⁵ (2). Die Aufteilung in Situationsvariablen und Eigenschaften der Berichterstattung wird wiederum aufgehoben und alle situativen Eigenschaften werden für die weiteren Betrachtungen zu dem Faktor *situationsbezogene Variablen* (3) vereint¹²⁶. In der Darstellung des Modells (siehe Abbildung 8)

¹²⁵ Die Integrations-Indikatoren werden deswegen separat ausgewiesen, weil sie ein zentraler Fokus der Untersuchung sind. Für die Betrachtung des Integrationsgrades als unabhängige Variable im Sinne des Uses-and-Gratifications-Ansatzes spricht sich auch Trebbe (2007) aus (vgl. Trebbe 2007: 188ff.).

¹²⁶ Ideen gebend für die Berücksichtigung dieser drei Faktorenbündel ist neben dem Konzept der Anschlusskommunikation auch das theoretische Modell von Weiß/Trebbe (2001) (siehe Kapitel 3.3 *Mediennutzung von Migranten*).

allerdings ist dieser Faktor in drei Elemente aufgeteilt: Eigenschaften des originären Sportereignisses (1), Kontext der Rezeption (2) und Eigenschaften des Mediums (3).

Hinsichtlich der für die Untersuchung berücksichtigten originären Sportereignisse und Kontexte der Rezeption ist zu sagen, dass, um die *Fernsehsporthrezeption* in einen größeren Kontext zu stellen, in der Erhebung auch Situationen der *aktiven Sportausübung* und der *passiven Rezeption am Sportplatz* berücksichtigt sind. Das theoretische Modell „*Medien-Sport-Integration*“ soll deshalb aber nicht als rein sportsoziologischer Ansatz, sondern sehr wohl als Medienwirkungsansatz verstanden werden. Es ist sogar ein Medienwirkungsansatz in doppelter Hinsicht: Einerseits erlaubt es nämlich einen Einsatz ausschließlich für das Feld des Fernsehsports und andererseits kann mit der Einbeziehung von Situationen der aktiven Sportausübung und der passiven Rezeption vor Ort der Medieneinfluss bei Fernsehsporthrezeptionsituationen im Vergleich zu Situationen der unmittelbaren Wahrnehmung geprüft werden.

Nach der Vorstellung der Bestandteile des Modells und der Charakterisierung als Medienwirkungsansatz folgt nun eine Beschreibung, wie das Konzept der Anschlusskommunikation für das Modell angewendet wird:

- Von den an die Fernsehsporthrezeption anschließenden Gesprächen interessieren nicht die Inhalte, sondern die *Sprache*, in der diese Gespräche stattfinden: ob auf Deutsch, in der Muttersprache oder zweisprachig. Darüber hinaus werden *Emotionen* berücksichtigt, die mit der Rezeption einhergehen.
- Es werden in erster Linie die Face-to-face-Gespräche in der *kommunikativen Phase* betrachtet, das heißt die Gespräche, die in der Rezeptionsgemeinschaft (Zuschauergruppe) während und unmittelbar nach der Rezeption stattfinden. Klemm nennt diese Gespräche *primäre Thematisierung* (vgl. Klemm 2000: 76; In: Sommer 2007: 15). Zu beachten ist, dass diese Angaben ex-post evaluiert werden, also nicht zum Zeitpunkt ihrer Entstehung.
- Von der Sprache der Anschlusskommunikation wird auf eine *potentielle Auswirkung* der Rezeptionsituation auf den Integrationsgrad geschlossen. Gemäß der theoretischen Überlegungen zur Anschlusskommunikation können aus dem Verhalten (begleitende Gespräche) auch Einstellungsänderungen im Bereich von Wissen, Meinungen und Einstellungen folgen. Als zusätzliche Variable kommen hier die Emotionen ins Spiel: Je größer die Ausprägung der Emotionen ausfällt, umso stärker wird eine potentielle Wirkung der Situation angenommen.

Das Modell von Weiß/Trebbe (2001) fließt insofern in das Modell „*Medien-Sport-Integration*“ ein, als der Zusammenhang von Integrationsgrad und Mediennutzung ebenfalls als *wechselseitig* verstanden wird. Bei der operationalen Umsetzung wechselseitiger Kausalzusammenhänge bestehen in der Sozialforschung aber naturgemäß Schwierigkeiten. Weiß/Trebbe lösen dieses Dilemma damit, dass sie auf eine Festlegung von unabhängigen und abhängigen Variablen verzichten, mithilfe einer Clusteranalyse Integrationsmuster bilden und diese mit der Mediennutzung korrelieren. Mit dieser Vorgehensweise entkommen sie zwar dem „Henne-Ei-Problem“, nämlich ob die Integration auf die Mediennutzung Einfluss nimmt oder umgekehrt, die mit Clusteranalysen erzielten Befunde sind aber mit nachfolgenden Untersuchungen nur bedingt vergleichbar (vgl. Weiß/Trebbe 2001).

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich die Wirkungsstudie mit der Anschlusskommunikation während der Fernsehsporrezeption, genauer mit der Sprache, in der diese Gespräche geführt werden (deutsch-, mutter- oder zweisprachig), befasst. Menschen mit Migrationshintergrund sind in der Regel neben ihrer Muttersprache auch mit der Sprache des Aufnahmelandes mehr oder weniger vertraut. In der Kommunikation, die über den familiären und innerethnischen Kontext hinausgeht, sind sie gezwungen, die Sprache des Aufnahmelandes zu verwenden. In diesem Fall kann von interkultureller Kommunikation gesprochen werden. Hinsichtlich der zentralen Forschungsfrage, dem Zustandekommen interkultureller Anschlusskommunikation im (medien-)sportlichen Umfeld, wird interkulturelle Kommunikation mit der Verwendung von Deutsch operationalisiert. Von der verwendeten Sprache im Rahmen der Anschlusskommunikation während und unmittelbar nach der Rezeption wird schließlich auf eine allfällige integrierende Wirkung geschlossen. Somit soll die Rolle des Fernsehsports für die soziale Integration von Migranten in die Aufnahmegesellschaft evaluiert werden. Inwieweit kommen im sportlichen Umfeld Situationen zustande, die potentiell einen *integrierenden* Charakter haben? Welche Kontextvariablen sind dafür signifikant?

4.2 Ableitung der Forschungsfragen

Aus dem für diese Studie entwickelten Modell „*Medien-Sport-Integration*“ sowie den bisherigen empirischen Untersuchungen zur Mediennutzung von Migranten und den dafür verwendeten theoretischen Modellen werden nun die folgenden Forschungsfragen abgeleitet.

Mediennutzungsverhalten

Die *Forschungsfragen 1* und *2* orientieren sich an den bisherigen punktuellen Untersuchungen zur Mediennutzung von Migranten im deutschen Sprachraum (Weiß/Trebbe 2001; Goldberg/Sauer 2006; Trebbe/Weiß 2006; WDR-Medienforschung 2006a; Bucher/Bonfadelli 2007; ARD/ZDF 2007; ORF/GfK 2008). Das Verhältnis von deutsch- vs. muttersprachiger Mediennutzung bildet einen Schwerpunkt bei diesen Erhebungen. Der Forschungstradition folgend wird auch hier für die Fernsehnutzung nach diesem Verhältnis gefragt.

1. In welchem Ausmaß werden Fernsehen, Radio, Tageszeitung und Internet von ex-jugoslawischen und türkischen Migranten genutzt?
2. Wie ist unter Migranten die Tagesnettoreichweite des deutsch-, serbokroatisch- und türkischsprachigen Fernsehens generell bzw. der deutsch- und muttersprachigen Sender im Detail?

Erklärung des Fernsehverhaltens

Im Uses-and-Gratifications-Ansatz werden soziodemographischen und anderen Eigenschaften einer Person eine hohe Erklärungskraft für die Selektion von Medienangeboten zugewiesen. *Forschungsfrage 3* knüpft daran an und will prüfen, inwieweit soziodemographische und Herkunftsmerkmale einen Einfluss auf das Fernsehverhalten (deutsch- vs. muttersprachig) ausüben. Soziodemographische Merkmale werden zwar in allen Studien standardmäßig erhoben, Bucher/Bonfadelli sind aber explizit der Frage nachgegangen, ob der soziale Hintergrund oder die kulturelle Herkunft prägender für die Bevorzugung ankunfts- oder herkunftslandsprachiger Medien ist. Sie kamen zu dem Schluss, dass Jugendliche mit Migrationshintergrund in erster Linie Jugendliche und erst in zweiter Linie Migrantenkinder sind. Sie weisen somit darauf hin, bei künftigen Untersuchungen auf soziodemographische Variablen besonderes Augenmerk zu legen, weil damit bereits ein Gutteil der Varianz erklärt werden kann (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007). Hinsichtlich der Herkunftsmerkmale dient die Presseamtsstudie (Weiß/Trebbe 2001) als Referenz, in der sich nämlich eine Reihe solcher Eigenschaften (beispielsweise Aufenthaltsdauer und Staatsangehörigkeit) als erklärungskräftig für den Integrationsgrad und die Mediennutzung erwiesen haben.

3. Welche soziodemographischen und Herkunfts-Merkmale erweisen sich für das Fernsehverhalten von Migranten, konkret für die Nutzung deutschsprachiger vs. Herkunftsland-Sender, als erklärungskräftig?

Forschungsfrage 4 verlangt die Prüfung der Erklärungskraft von Integrations-Indikatoren für die Fernsehnutzung. In der Presseamtsstudie wurde dieser Ansatz bereits gewählt, um dem Zusammenhang zwischen Mediennutzung und Integration nachzugehen. Die These, dass der Integrationsgrad einer Person mit ihrer Mediennutzung zusammenhängt, konnte in dieser Studie eindeutig belegt werden (vgl. Weiß/Trebbe 2001: 47).

4. Welche Integrations-Indikatoren erweisen sich für das Fernsehverhalten von Migranten als erklärungskräftig?

Soweit zu den ersten vier Fragestellungen, die sich um die allgemeine Mediennutzung von Migranten und die Erklärung derselben durch verschiedene Merkmale der Person drehen. Bei den weiteren Forschungsfragen steht die Nutzung von Sport im Mittelpunkt. Um dafür die Fernsehportrezeption in einen größeren Zusammenhang zu stellen, wird auch die aktive Sportausübung und die passive Rezeption am Sportplatz erhoben und der Fernsehportnutzung gegenübergestellt. Für die Forschungsfragen 7 bis 12 bildet das im vorangegangenen Kapitel entwickelte theoretische Modell „*Medien-Sport-Integration*“ die Basis.

Häufigkeit der Sportrezeption

Die *Forschungsfragen 5* und *6* zur Häufigkeit bzw. zur Frequenz der Sportrezeption in den drei Feldern (aktiv, Sport, passiv) sollen Auskunft über die Relevanz des gesellschaftlichen Teilbereichs *Sport*¹²⁷ in den Migrantencommunities geben. Von besonderem Interesse ist die Sportrezeption und hier wiederum die Veränderung von der ersten zur zweiten Welle, das heißt, welcher Bevölkerungsanteil speziell zur EURO vom „Fußball-Fieber“ erfasst wird und wie hoch der Anteil an fußballresistenten Personen ist.

5. Welcher Anteil an Migranten betreibt gelegentlich oder regelmäßig aktiv Mannschaftssport, rezipiert Sport bzw. verfolgt Spiele direkt am Sportplatz?
6. Wie ist im Detail die Frequenz der Rezeption in den drei Feldern?

Charakterisierung der Sportrezeption

Die *Forschungsfragen 7* und *8* zur Charakterisierung der Sportrezeption werden aus dem theoretischen Modell „*Medien-Sport-Integration*“ abgeleitet. Die Untersuchungseinheit bilden hierbei Rezeptionssituationen, die ex-post evaluiert werden.

¹²⁷ Es erfolgt dabei eine Einschränkung auf Mannschaftssport, weil Einzelsportarten für die weiteren Forschungsfragen zu wenig Aufschluss geben.

In *Forschungsfrage 7* geht es um eine Einteilung der Rezeptionssituationen nach der *Sprache der Anschlusskommunikation*, das heißt, ob allfällige Gespräche während und unmittelbar nach der Rezeption in der Muttersprache, zweisprachig oder in Deutsch stattgefunden haben. Die Aufschlüsselung der Rezeptionssituationen nach diesen drei Ausprägungen basiert auf dem Akkulturationskonzept (vgl. Trebbe 2007) bzw. den Modellen der Integration (Separation, interkulturelle Integration, Assimilation) (siehe Kapitel 2.2 *Modelle der Integration von Migranten*). Von dieser Einteilung wird erwartet, dass sie den interkulturellen Charakter der Situationen identifiziert.

7. In welchem Verhältnis können bei aktiver Sportausübung, Fernsehsporthrezeption und passiver Rezeption vor Ort *muttersprachige*, *zweisprachige* und *deutschsprachige* Situationen identifiziert werden?

In der *Forschungsfrage 8* interessiert, wie sich die Rezeptionssituationen aufgeschlüsselt nach den weiteren situationsbezogenen Variablen aufteilen. Gemäß dem theoretischen Modell „*Medien-Sport-Integration*“ werden Eigenschaften des originären Sportereignisses, Kontextvariablen zur Rezeption und Eigenschaften des übertragenden Mediums zur Charakterisierung der Rezeptionssituation herangezogen.

8. Wie sieht eine Charakterisierung der Rezeptionssituationen in jedem Feld nach situationsbezogenen Variablen aus, d.h. nach Eigenschaften des originären Sportereignisses, nach dem Kontext der Rezeption sowie nach dem ggf. übertragenden Fernsehsender?

Erklärung der Sprache der Anschlusskommunikation bei der Fernsehsporthrezeption

Ebenfalls aus dem theoretischen Modell „*Medien-Sport-Integration*“ geht die *Forschungsfrage 9* hervor. Für diese Frage wird allerdings ausschließlich das Feld der Fernsehsporthrezeption betrachtet. Auf die Situationen der aktiven Sportausübung und der passiven Rezeption am Sportplatz wird sie nicht angewandt.

Die Forschungsfrage zielt darauf ab, die *Sprache der Anschlusskommunikation* respektive den potentiell integrierenden Charakter der Situationen durch soziodemographische und Herkunfts-Merkmale, Integrations-Indikatoren sowie situationsbezogene Variablen zu erklären. Warum gerade diese Merkmals-Pakete zur Erklärung herangezogen werden, ist im Kapitel zur Entwicklung des theoretischen Modells ausführlich beschrieben (siehe Kapitel 4.1 *Theoretisches Modell „Medien-Sport-Integration“*).

9. Welche soziodemographischen und Herkunfts-Merkmale, Integrations-Indikatoren sowie situationsbezogenen Variablen erweisen sich bei der Fernsehsportrezeption vor und während der EURO für die *Sprache der Anschlusskommunikation* als erklärungskräftig?

Finale Prüfung des theoretischen Modells

Für *Forschungsfrage 10* werden alle Rezeptionssituationen aus den drei Feldern (aktiv, Fernsehspport, passiv) zusammengefasst, um den Einfluss aller im theoretischen Modell „*Medien-Sport-Integration*“ spezifizierten unabhängigen Variablen auf die *Sprache der Anschlusskommunikation* zu prüfen.

10. Welche soziodemographischen und Herkunfts-Merkmale, Integrations-Indikatoren sowie situationsbezogenen Variablen erweisen sich generell, das heißt über alle drei Rezeptionsfelder hinweg, für die *Sprache der Anschlusskommunikation* als erklärungskräftig?

Fragenkatalog zur Fußball-Europameisterschaft 2008

Mit einem speziellen Fragenkatalog zur Fußball-Europameisterschaft, der an den Interessen der kommerziellen Medienforschung¹²⁸ als auch am öffentlichen Interesse (siehe Kapitel 8 *Öffentlicher Diskurs zu „Medien und Integration“ sowie „Sport und Integration“*) orientiert ist, wird die empirische Erhebung abgerundet. Die *Forschungsfragen 11 bis 16* nehmen Anleihe an Konstrukten der Media-Forschung (im Speziellen Reichweite und Marktanteil) und sollen Aufschluss über die Attraktivität der einzelnen EM-Spiele für Migranten, über ihre bevorzugten Nutzungsorte und über ihr Identifikationsverhalten geben.

11. Welche Nettoreichweite erreichen die EM-Vorrunden-Spiele?
12. Wie sind die Marktanteile der übertragenden Fernsehsender bei der EM?
13. An welchen Orten werden die EM-Spiele verfolgt?
14. Mit wem schauen die Rezipienten die EM-Spiele?
15. Wie attraktiv sind die 16 EM-Teilnehmer – berechnet nach Einschaltquoten?
16. Wie beliebt sind die verschiedenen Nationalmannschaften?

¹²⁸ Als bedeutende Institutionen der Medienforschung in Österreich können die Media-Analyse, die AGTT und die ORF-Medienforschung genannt werden. Zentrale Anliegen im Bereich elektronischer Medien sind die Ermittlung von Reichweiten und Marktanteilen von Programmen und Sendungen.

5 Empirische Studie

In diesem Kapitel wird ausgehend von den Forschungsfragen die empirische Erhebung im Detail vorgestellt. Zunächst erfolgt die Operationalisierung der verwendeten Konstrukte und Variablen, insbesondere des für diese Studie entwickelten theoretischen Modells „*Medien-Sport-Integration*“. Anschließend daran werden Hypothesen formuliert, die sich an der bisherigen Forschung zur Mediennutzung von Migranten (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007; Goldberg/Sauer 2006; Weiß/Trebbe 2001) bzw. an den Interessen der kommerziellen Media-Forschung (vgl. ORF/GfK 2008; ARD/ZDF 2007) als auch am öffentlichen Interesse (siehe Kapitel 8 *Öffentlicher Diskurs zu „Medien und Integration“ sowie „Sport und Integration“*) orientieren. Die Hypothesen werden schließlich mit Hilfe eines Samples (n=160; je n=80 mit ex-jugoslawischem und türkischem Migrationshintergrund) geprüft, das im Zuge einer Regional-Befragung im Bezirk St. Pölten generiert wurde.

5.1 Methode

5.1.1 Untersuchungsanlage

Die hier vorgestellte Studie ist eine Panel-Befragung in zwei Wellen. Dieselben Probanden wurden also zweimal, respektive vor und während der Fußball-EURO 2008, zu ihrem Medien- und Sportrezeptionsverhalten schriftlich befragt. Bei den Befragten handelt es sich um Personen mit ex-jugoslawischem oder türkischem Migrationshintergrund, wobei Migrationshintergrund definiert wird als *im Ausland geboren* oder *die ausländische Staatsbürgerschaft innehabend* oder *Kind einer solchen Person zu sein*.

Als Feld der Untersuchung dient die Kleinstadt Wilhelmsburg in Niederösterreich. Hier leben rund 6.600 Menschen, 10 % davon mit ex-jugoslawischem oder türkischem Migrationshintergrund (lt. Volkszählung 2001 bzw. örtliches Melderegister). Ortsteile der Stadt St. Pölten¹²⁹ sind ebenfalls Untersuchungsfeld. Die Fragebögen wurden persönlich verteilt und wieder abgeholt. Damit kam zwar eine relativ hohe Rücklaufquote zu Stande, allerdings muss auch von einem höheren Maß an sozial erwünschtem Antwortverhalten als etwa bei einer anonymen Telefon- oder Online-Befragung ausgegangen werden. Auch Paneleffekte sind zu erwarten.

¹²⁹ konkret die Vororte St. Georgen, Spratzern und Harland sowie drei Straßenzüge im Zentrum, Heimito-von-Dodererstraße, Herzogenburgerstraße und Mühlweg.

Gegenstand der Untersuchung sind das Medien- und Sportrezeptionsverhalten von Migranten und insbesondere die Erklärung derselben durch soziodemographische und Herkunftsmerkmale, durch Integrationsindikatoren sowie situationsbezogene Faktoren. Die Operationalisierung der Variablen ist optimiert, um zum einen die Probanden in ihren Merkmalen und in ihrem Verhalten zu beschreiben (deskriptive Statistik) und zum anderen das Verhalten der Probanden zu erklären bzw. vom Verhalten der Versuchsteilnehmer auf das der Grundgesamtheit zu schließen (schließende Statistik).

Der überwiegende Teil der Variablen wird bei beiden Wellen erhoben, die Eigenschaften der Person sind nur Gegenstand der Erste-Welle-Erhebung bzw. sind es die Fragen zur Fußball-EM nur bei der zweiten Welle.

5.1.2 Operationalisierung der Mediennutzung

Das allgemeine Mediennutzungsverhalten wird über zwei Wege erhoben: zum einen über die Mediennutzung gestern, d.h. die Tagesreichweite der Mediengattungen, und zum anderen über eine generelle Einschätzung, wie viele Stunden pro Tag die einzelnen Medien (normalerweise) genutzt werden. Bisherige Studien in Österreich, Deutschland und der Schweiz belegen die große Bedeutung der Herkunftsland-Medien für Migranten, insbesondere die der Fernsehsender aus den Ursprungsländern, die über Satellit (oder Internet) empfangen werden können (vgl. Weiß/Trebbe 2001; Goldberg/Sauer 2006; Trebbe/Weiß 2006; WDR-Medienforschung 2006a; ARD/ZDF 2007).

Bezüglich Fernsehnutzung wird die Tagesnettoreichweite ausgewählter deutsch-, serbokroatisch- und türkischsprachiger Sender erhoben; aus diesen Angaben wird dann der *Nutzungsanteil des deutschsprachigen Fernsehens in %* berechnet. Dieser Wert spiegelt die Anzahl der am Vortag gesehenen deutschsprachigen Sender gemessen an allen geschauten Sendern wider und dient als abhängige Variable zur Erklärung des Fernsehverhaltens.

Mediennutzung generell und gestern

Die Probanden geben eine Einschätzung darüber ab, wie viele Stunden pro Tag sie die einzelnen Mediengattungen, Fernsehen, Radio, Tageszeitung und Internet, (normalerweise) durchschnittlich nutzen.

Variable: Mediennutzung generell

Items: Fernsehen
Radio
Tageszeitung
Internet

Skala (ordinal): 0: gar nicht
0,5: weniger als 1 Stunde
1,5: 1 bis 2 Std.
3: 2 bis 4 Std.
5: mehr als 4 Stunden

Die ordinal skalierte Variable ist so operationalisiert, dass sie auch als metrisch interpretiert werden kann und somit für Mittelwertberechnungen geeignet ist.

Als zweite Variable zur Mediennutzung wird mit der Fragestellung „*Denken Sie bitte an gestern, welche Medien haben Sie gestern genutzt?*“ die Tagesnetto Reichweite der vier Medien ermittelt.

Variable: Mediennutzung gestern

Items: Fernsehen
Radio (inkl. Autoradio)
Tageszeitung
Internet

Skala (dichotom): 0: gestern nicht genutzt (= keine Angabe)
1: gestern genutzt

Eine fehlende Angabe wird dabei als *gestern nicht genutzt* (0) codiert. Grundsätzlich sind bei dieser Art der Reichweiten-Erhebung überhöhte Ergebnisse zu erwarten (etwa im Vergleich zur exakten Teletest-Messung). Dieser Bias muss bei der Interpretation bedacht werden.

Nutzung deutschsprachiger Fernsehsender generell und gestern

Die Häufigkeit der Nutzung deutschsprachigen Fernsehens ist eine weitere wichtige Variable für die Analyse des Mediennutzungsverhaltens. Neben der generellen Häufigkeit der Nutzung wird auch die Tagesnetto Reichweite ausgewählter deutschsprachiger Sender erhoben.

Variable: Nutzung deutschsprachigen Fernsehens generell

Skala (ordinal): 0: Nein (+ keine Angabe)
1: Ja, gelegentlich
2: Ja, regelmäßig

Eine fehlende Angabe wird als *Nein* (0) codiert.

Für die Erhebung der Tagesnetto Reichweite wurden 14 deutschsprachige Sender auf Basis der AGTT-Senderliste (vgl. www.agtt.at) ausgewählt¹³⁰.

Variable:	Nutzung deutschsprachiger Fernsehsender gestern
Items:	ORF1, ORF2, ATV, RTL, RTL II, ARD, ZDF, 3Sat, Sat1, Pro7, Super RTL, kabel eins, VOX, MTV
Skala (dichotom):	0: gestern nicht genutzt (= keine Angabe) 1: gestern genutzt

Nutzung serbokroatischsprachiger Fernsehsender generell und gestern

Die Ermittlung der Zuwendung zu serbokroatischen Sendern ist genauso wie jene zu deutschsprachigen Sendern operationalisiert: einerseits über eine Variable zur generellen Nutzungshäufigkeit und andererseits über eine Variable zur Tagesnetto Reichweite der Sender.

Variable:	Nutzung serbokroatischsprachigen Fernsehens generell
Skala (ordinal):	0: Nein (+ keine Angabe) 1: Ja, gelegentlich 2: Ja, regelmäßig

Die Auswahl der 20 serbokroatischen Sender erfolgte auf Basis des Global-Internet-TV-Portals, der Senderlisten in Wikipedia (Liste der Fernsehsender für sechs Nachfolgestaaten des ehemaligen Jugoslawiens: Bosnien, Kroatien, Mazedonien, Montenegro, Serbien und Slowenien)¹³¹ sowie einer qualitativen Vorerhebung¹³² (vgl. Global-Internet-TV-Portal 2008; Wikipedia 2008).

Variable:	Nutzung serbokroatischsprachiger Fernsehsender gestern
Items:	BHTV1, RTRS, RTS1, B92-TV, HRT-TV1, Nova TV, MKRTV-MTV1, BN TV Bijeljina, RTV Vikom, RTS2, Studio B, RTL Televizija, CMC-Croatian Music, RTCG, OBN Televizija, ATV-Alternativna Televizija, RTS Uzivo, RTV Pink, Z1, Balkanica Music TV
Skala (dichotom):	0: gestern nicht genutzt (= keine Angabe) 1: gestern genutzt

¹³⁰ Der österreichische Privatsender PULS 4 wurde bei der Durchführung der Untersuchung Anfang 2008 noch nicht überregional ausgestrahlt und wurde deshalb nicht in die Erhebung einbezogen.

¹³¹ Zu Beginn der Datenerhebung im Jänner 2008 hat der siebte jugoslawische Nachfolgestaat, die Republik Kosovo, noch nicht existiert.

¹³² Je ein Interview über die bekanntesten ex-jugoslawischen Sender mit einer Studentin der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften mit serbischem Migrationshintergrund, Nada A. aus Wien, und mit einem bosnischstämmigen Probanden, Zoran R. aus Wilhelmsburg.

Nutzung türkischsprachiger Fernsehsender generell und gestern

Entsprechend dem deutsch- und serbokroatischsprachigen Fernsehen ist auch die Operationalisierung zur Nutzung des türkischsprachigen Fernsehens: generelle Zuwendungshäufigkeit und Tagesnettoreichweite einzelner Sender.

Variable:	Nutzung türkischsprachigen Fernsehens generell
------------------	---

Skala (ordinal):	0: Nein (+ keine Angabe)
	1: Ja, gelegentlich
	2: Ja, regelmäßig

Die 24 türkischsprachigen Sender wurden auf Basis der ARD/ZDF-Studie „*Migranten und Medien 2007*“, des Global-Internet-TV-Portals, der Wikipedia-Senderliste (Liste der Fernsehsender: Türkei) sowie einer qualitativen Vorerhebung¹³³ ausgewählt (vgl. ARD/ZDF 2007; Global-Internet-TV-Portal 2008; Wikipedia 2008). Das türkische Fernsehangebot lässt sich nach Weber-Menges (2005) in drei Gruppen gliedern (vgl. Weber-Menges 2005: 265):

- 1) staatliches Fernsehen (TRT)
- 2) privat-politische Angebote (beispielsweise Samanyolu TV, TGRT, Kanal 7)
- 3) privat-kommerzielle Angebote

Auf die Gruppenzugehörigkeit der reichweitenstärksten Sender wird bei der Interpretation der Befunde zurückzukommen sein.

Variable:	Nutzung türkischsprachiger Sender gestern
------------------	--

Items:	ATV, Cine 5, CNN Türk, Dream TV, Kanal 5, Kanal 7/Kanal 7 Int., Kanal D, Kral TV, Lig TV, Meltem TV, Mesaj TV, NTV, Samanyolu TV, Show TV, Star TV, TGRT/TGRT EU, TRT1, TRT2, TRT3, TRT4, TRT Int., Türkmen TV, TV 8, Yesilcam TV
--------	---

Skala (dichotom):	0: gestern nicht genutzt (= keine Angabe)
	1: gestern genutzt

Nutzungsanteil des deutschsprachigen Fernsehens

Aus den Angaben zur Nutzung deutschsprachiger und Herkunftsland-Sender *gestern* wird der *Nutzungsanteil des deutschsprachigen Fernsehens in %* berechnet. Dieser Wert spiegelt die Anzahl der gesehenen deutschsprachigen Sender gemessen an allen geschauten Sendern

¹³³ Je ein Interview über die bekanntesten türkischsprachigen Sender mit einem Studenten der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften mit türkischem Migrationshintergrund, Cem S. aus Wien, und mit einem türkischstämmigen Probanden, Hasan A. aus Wilhelmsburg.

wider und dient als abhängige Variable zur Erklärung des Fernsehverhaltens bei beiden Wellen (siehe Kapitel 9.4 *SPSS-Syntax: Berechnung des Nutzungsanteils des deutschsprachigen Fernsehens in %*).

Ein weiterer Wert im Hinblick auf das Fernsehverhalten ist die *Tagesnetto Reichweite des deutschsprachigen und des Herkunftsland-Fernsehens*. Dazu werden die Prozentanteile dichotom recodiert. (siehe Kapitel 9.4 *SPSS-Syntax: Recordierung der Tagesnetto Reichweite des deutschsprachigen und des Herkunftsland-Fernsehens*)

5.1.3 Operationalisierung der Sportrezeption

Die Sportrezeption von Migranten wird hinsichtlich der Häufigkeit der Rezeption sowie der Charakteristik der jeweils letzten Rezeption in den drei Feldern *a) aktive Sportausübung, b) Fernsehsportrezeption* und *c) passive Rezeption am Sportplatz* evaluiert. Die Fragen zur Charakteristik beziehen sich also immer auf das zuletzt rezipierte Ereignis in jedem Feld. Die Variablen zur Analyse der Situationen sind aus dem theoretischen Modell „*Medien-Sport-Integration*“ abgeleitet (siehe Kapitel 4.1).

Sportrezeption generell und letztes Mal

Bevor die Variablen zum theoretischem Modell „*Medien-Sport-Integration*“ im Detail vorgestellt werden, soll hier zunächst ein Blick auf die Variablen zur Erhebung der generellen Häufigkeit der *a) aktiven Sportausübung, b) Fernsehsportrezeption* und *c) passiven Rezeption am Sportplatz* sowie zum Zeitpunkt der letzten Rezeption respektive der Frequenz der Rezeption geworfen werden.

Variable:	Sportrezeption generell
Items:	aktive Sportausübung generell Fernsehsportrezeption generell passive Rezeption am Sportplatz generell
Skala (ordinal):	0: Nie (+ keine Angabe) 1: Gelegentlich 2: Regelmäßig

Variable:	Sportrezeption letztes Mal
Items:	aktive Sportausübung letztes Mal Fernsehsportrezeption letztes Mal passive Rezeption am Sportplatz letztes Mal

Skala (ordinal): 0: keine Angabe
 1: vor mehr als einem Monat
 2: in den letzten vier Wochen
 3: innerhalb der letzten Woche
 4: gestern

Evaluierung der jeweils letzten Rezeptionssituation

Abbildung 9 gibt einen Überblick über die situationsbezogenen unabhängigen Variablen, deren Einfluss schließlich auf die *Sprache der Anschlusskommunikation* geprüft wird:

Abbildung 9: Situationsbezogene unabhängige Variablen

Faktor	Variable	Feld der Rezeption		
		aktiv Sport	Fernseh-sport	passiv
Originäres Sportereignis	Mannschaftssportart	✓	✓	✓
	Ereignistyp		✓	✓
	Herkunft der Sportler	✓	✓	✓
	Spielausgang	✓	✓	✓
Kontext der Rezeption	Ort der Rezeption	✓	✓	
	Zuschauergruppe	✓	✓	✓
	Größe der Zuschauergruppe		✓	✓
Medium	Sprache des Fernsehsenders		✓	

Die Vorstellung der situationsbezogenen unabhängigen Variablen erfolgt unmittelbar nach der Präsentation der Variable *Sprache der Anschlusskommunikation*.

Sprache der Anschlusskommunikation

Im Zentrum des theoretischen Modells „*Medien-Sport-Integration*“ steht die *Sprache der Anschlusskommunikation*, die als abhängige und unabhängige Variable verstanden wird. Als abhängige Variable betrachtet wird sie durch die situationsbezogenen Eigenschaften und die Merkmale des Rezipienten determiniert. Als unabhängige Variable betrachtet wirkt sie zurück auf den Integrationsgrad der Person. Für die Codierung der *Sprache der Anschlusskommunikation* liegt das Augenmerk auf dem Verhältnis von muttersprachiger und deutsch-

sprachiger Kommunikation während bzw. unmittelbar nach der Rezeption. Die Variable kann drei Ausprägungen annehmen¹³⁴:

- muttersprachig
- zweisprachig (muttersprachig und deutschsprachig)
- deutschsprachig

Aus dieser Zuordnung wird bei der Betrachtung der *Sprache der Anschlusskommunikation* als unabhängige Variable eins zu eins auf die potentielle Wirkung der Situation geschlossen:

- separierend (muttersprachig)
- interkulturell integrierend (zweisprachig)
- assimilierend (deutschsprachig)

Situationen mit größerem Anteil an deutschsprachiger Kommunikation werden als stärker interkulturell integrierend, im äußersten Fall als assimilierend, bewertet. Die deutschsprachige Anschlusskommunikation dient unter anderem deshalb als Indikator für interkulturellen Austausch, weil in der Regel auf Deutsch eine über die Herkunftsgruppe hinausgehende Kommunikation stattfindet.

Variable:	Sprache der Anschlusskommunikation
Skala (ordinal):	1: muttersprachig (separierend)
	2: zweisprachig (interkulturell integrierend)
	3: deutschsprachig (assimilierend)

Grundlegend für die Berechnung der Variable *Sprache der Anschlusskommunikation* ist das Kommunikationsverhalten während der Rezeption, das anhand allfälliger Gespräche mit Familienmitgliedern, Freunden/Bekanntem, Vereinskollegen und anderen Leuten auf Deutsch, Serbokroatisch oder Türkisch evaluiert wird. Aus diesen Angaben kann schließlich der Anteil der deutschsprachigen bzw. der muttersprachigen Kommunikation in Prozent berechnet werden.

¹³⁴ Rezeptionssituationen ohne Angabe zur Kommunikation sind nicht berücksichtigt.

Variable:	Anschlusskommunikation
Items:	mit Familienmitgliedern mit Freunden / Bekannten mit Vereinskollegen <nur bei a) <i>aktiv Sport</i> > mit anderen Leuten * auf Serbokroatisch * auf Türkisch * auf Deutsch
Skala (dichotom):	0: keine Kommunikation (= keine Angabe) 1: Kommunikation mit <Personengruppe> in <Sprache> hat stattgefunden

Die Berechnungsschritte in SPSS-Syntax für den *Anteil der deutschsprachigen Kommunikation in %* sowie der Variable *Sprache der Anschlusskommunikation* für die Fernsehsportrezeption befinden sich im Anhang (siehe Kapitel 9.4). Die Situationen, die bei der aktiven Sportausübung und der passiven Rezeption am Sportplatz entstehen, werden in dieser Hinsicht nicht einzeln ausgewertet, sondern nur für die finale Prüfung des theoretischen Modells berücksichtigt.

Emotionen

Zusätzlich zur *Sprache der Anschlusskommunikation* ist die Stärke der *Emotionen* während bzw. unmittelbar nach der Rezeption ein Indiz für die Relevanz der Situation überhaupt. Settings mit stärkerer emotionaler Begleitung wird mehr Bedeutung zugemessen, als solchen, die mit geringen Emotionen verbunden sind. Deshalb wird für ergänzende Analysen die *Sprache der Anschlusskommunikation* um die emotionale Komponente erweitert. Für die Berechnung der Stärke der Emotionen werden zwei Indikatoren herangezogen: die Anspannung während des Spiels (1) und die Enttäuschung vs. Freude nach dem Spiel (2).

Variable:	Emotionale Komponente der Rezeptionssituation
Item:	(1) Anspannung während des Spiels
Skala (metrisch):	von 1: sehr gering bis 5: sehr hoch
Item:	(2) Enttäuschung vs. Freude nach dem Spiel
Skala (metrisch):	-2: sehr enttäuscht, -1: enttäuscht, 0: mittel, 1: erfreut, 2: sehr begeistert

Durch diese Ergänzung entsteht aus der ursprünglich 3-stufigen Variable *Sprache der Anschlusskommunikation* eine 9-stufige Variable.

Variable: Sprache der Anschlusskommunikation mit emotionaler Komponente

- Skala (nominal):
- 1: separierend mit starken Emotionen
 - 2: separierend mit mittleren Emotionen
 - 3: separierend mit geringen Emotionen
 - 4: interkulturell integrierend mit geringen Emotionen
 - 5: interkulturell integrierend mit mittleren Emotionen
 - 6: interkulturell integrierend mit starken Emotionen
 - 7: assimilierend mit geringen Emotionen
 - 8: assimilierend mit mittleren Emotionen
 - 9: assimilierend mit starken Emotionen

Im Anhang kann die Ergänzung der *Sprache der Anschlusskommunikation* um die Emotionen für die Fernsehportrezeption in SPSS-Syntax nachgelesen werden (siehe Kapitel 9.4).

Nach der Vorstellung der Variable *Sprache der Anschlusskommunikation* (mit und ohne Emotionen) erfolgt nun die Präsentation der situationsbezogenen unabhängigen Variablen, deren Einfluss auf die *Sprache der Anschlusskommunikation* geprüft werden soll. Die situationsbezogenen Faktoren zur Sportrezeption sind gemäß dem theoretischen Modell in drei Gruppen gegliedert: 1) Eigenschaften des originären Sportereignisses, 2) Kontext der Rezeption und 3) Sprache des übertragenden Fernsehsenders.

Eigenschaften des originären Sportereignisses

Zu den Variablen zum originären Sportereignis zählen die *Sportart*, der *Ereignistyp*, die *Herkunft der Sportler* sowie der *Spielausgang*.

Für die Untersuchung werden dabei aus forschungsökonomischen Gründen nur Mannschaftssportarten berücksichtigt. Die Einbeziehung von Individual-Sportarten würde zwar im Hinblick auf die Evaluierung des Stellenwerts des Sports unter Migranten insgesamt weiterhelfen, allerdings zum primären Forschungsinteresse dieser Studie, nämlich dem *Kommunikationsverhalten im sportlichen Umfeld*, nur wenig beitragen. Die sechs in der Erhebung vorgegebenen Mannschaftssportarten (Basketball, Eishockey, Football/Rugby, Fußball, Handball, Volleyball) sind auf Basis des Fernsehübertragungsangebots bzw. des Sportverein-Angebots in Wilhelmsburg und St. Pölten ausgewählt.

Variable:	Mannschaftssportart
Skala (nominal):	1: Basketball 2: Eishockey 3: Football/Rugby 4: Fußball 5: Handball 6: Volleyball 7: andere Mannschaftssportart

Die zweite Variable zum originären Sportereignis, der *Ereignistyp*, beschreibt die Bedeutung des Spiels – vom Hobby-Spiel bis hin zum internationalen Spiel. Weil der Anteil der Profisportler im Sample als vernachlässigbar eingeschätzt wird, ist diese Variable nur für die Felder *b) Fernsehsportrezeption* und *c) passive Rezeption am Sportplatz* von Bedeutung.

Variable:	Ereignistyp
Felder:	<i>b) Fernsehsport</i> und <i>c) passiv am Sportplatz</i>
Skala (ordinal):	1: Wohltätigkeitsspiel (Charity) / Training / Privates Spiel / Hobby-Spiel 2: Lokales / Regionales Spiel 3: Nationales Spiel 4: Internationales Spiel

Die dritte Variable zum originären Sportereignis, das *Herkunftsland* der teilnehmenden Sportler, ist neben ihrer Funktion als unabhängige Variable zur Erklärung der Sprache der Anschlusskommunikation an sich schon ein wichtiger Indikator für die Frage nach dem interkulturellen Gehalt der Rezeptionssituation. Mit der Frage „*Wie viele von den teilnehmenden Spielern stammten aus diesen Ländern?*“ wird die ethnische Zusammensetzung der Sportler ermittelt.

Variable:	Herkunft der Sportler
Items:	Ex-Jugoslawien Türkei Österreich anderes Herkunftsland
Skala (metrisch):	0: keine/r (+ keine Angabe) 1: eine/r 2: zwei 3: drei 4: mehr als drei

Für die Auswertung werden der *Anteil der Herkunftsland-Spieler in %* und der *Anteil der Nicht-Herkunftsland-Spieler in %* berechnet und gruppiert 1: *weniger als 50 %*, 2: *50 %*, 3: *mehr als 50 %*. Dasselbe gilt für den *Anteil der österreichischen Spieler in %* (siehe Kapitel 9.4).

Die vierte und letzte Variable zum originären Sportereignis, der *Spielausgang*, liefert u.a. wichtige Hinweise auf den Erfolg der von den Migranten favorisierten Mannschaften bei der EURO 2008.

Variable:	Spielausgang
Skala (nominal):	1: der persönliche Favorit hat verloren 2: das Spiel endete unentschieden 3: der persönliche Favorit hat gewonnen 4: es ging nicht um Gewinnen und Verlieren

Variablen zum Kontext der Rezeption

Die Variablen zum Kontext der Rezeption beschreiben, in welchem Umfeld der Rezipient das Sportereignis wahrnimmt. Damit soll unter anderem ermittelt werden, in welchem Ausmaß während der Fußball-EM eine Verschiebung der Fernsehsporrezeption vom privaten in den öffentlichen Raum stattfindet. Neben dem *Ort der Rezeption* gehören die *Zuschauergruppe* sowie die *Größe der Zuschauergruppe* zu dieser Variablen-Gruppe.

Der *Ort der Rezeption* wird für das dritte Rezeptionsfeld (passiv am Sportplatz) nicht explizit erhoben, weil er aus der Definition hervorgeht.

Variable:	Ort der Rezeption
Felder:	a) <i>aktiv Sport</i> und b) <i>Fernseh-sport</i>
Skala (nominal):	1: zu Hause 2: bei Freunden / Bekannten 3: öffentlich bei a) auf einem öffentlichen Sportplatz / in einer Sporthalle bei b) in einem öffentlichen Lokal / Gasthaus / Wettlokal 4: nur bei b) auf einem öffentlichen Platz („Public Viewing“)

Für die Verwendung als unabhängige Variable zur Erklärung der Sprache der Anschlusskommunikation wird die Variable *Ort der Rezeption* dichotom recodiert: 1: *zu Hause*, 2: *außer Haus*.

Genauso wie während der Fußball-EM eine Verschiebung der Verortung der Rezeption erwartet wird, könnte sich auch die Zusammensetzung der Mit-Rezipienten verändern.

Variable:	Zuschauergruppe
Items:	alleine <nicht bei a) <i>aktiv Sport</i> > mit Familienmitgliedern mit Freunden / Bekannten mit Vereinskollegen <nur bei a) <i>aktiv Sport</i> > mit anderen Leuten <nicht bei c) <i>passiv am Sportplatz</i> >
Skala (dichotom):	0: nein (= keine Angabe) 1: ja

Im Rahmen der EURO ist durch „Public-Viewing“ insbesondere eine Zunahme der Anzahl der Mitzuschauer zu erwarten. Dafür wird die *Größe der Zuschauergruppe* erhoben. Für das Feld der aktiven Sportausübung ist diese Variable nicht relevant.

Variable:	Größe der Zuschauergruppe
Felder:	b) <i>Fernsehsport</i> und c) <i>passiv am Sportplatz</i>
Skala (ordinal):	0: alleine <nur bei b)> 1: mit weniger als zehn Anderen 2: mit zwischen zehn und hundert Anderen 3: mit mehr als hundert Anderen

Für die Messung des Einflusses der *Größe der Zuschauergruppe* auf die *Sprache der Anschlusskommunikation* wird eine Adaptierung der Variable vorgenommen, und zwar werden die Einträge der Kategorie *alleine* der Kategorie *mit weniger als zehn Anderen* zugeschlagen.

Medium

Eine weitere wichtige unabhängige situationsbezogene Variable zur Erklärung der *Sprache der Anschlusskommunikation* im Feld *Fernsehsport* ist die Sprache des übertragenden Fernsehsenders. Hier ist im Besonderen auch die Dynamik während der Fußball-EM von Interesse. Können die deutschsprachigen Sender, ORF, ARD und ZDF, das migrantische Publikum mit der EURO-Übertragung begeistern oder greift dieses beim Großereignis doch lieber auf Herkunftsland-Sender zurück?

Variable: Sprache des übertragenden Fernsehsenders

Felder: nur bei *b) Fernsehsport*

Skala (nominal): 1: serbokroatischsprachiger Sender
2: türkischsprachiger Sender
3: deutschsprachiger Sender
4: anderssprachiger Sender

Für Analysen wird die Variable dichotom gruppiert: 1: *Herkunftsland-Sender*, 2: *deutschsprachiger Sender*.

5.1.4 Operationalisierung der Soziodemographie und der Herkunft

Ein weiteres Paket unabhängiger Variablen zur Erklärung des Mediennutzungs- und Sportrezeptionsverhaltens bilden die demographischen und sozioökonomischen sowie die Herkunftsmerkmale der Person.

Demographische und sozioökonomische Merkmale

Die Soziodemographie ist bis auf die Ausnahmen *Geschlecht* und *Alter* ausschließlich Gegenstand der Erste-Welle-Befragung. Diese beiden Variablen werden eigentlich nur für Kontrollzwecke zweimal erhoben. Es ist nämlich davon auszugehen, dass die soziodemographischen Merkmale im Großen und Ganzen über das halbe Jahr der Beobachtung hinweg konstant bleiben.

Variable: Geschlecht

Skala (nominal): 1: Männlich
2: Weiblich

Variable: Alter

Skala (metrisch): in Jahren

Das *Alter* wird bei der zweiten Welle in Jahren und bei der ersten Welle in Altersgruppen abgefragt. Bei den Wilhelmsburger Probanden ist das Alter zusätzlich aus den Meldedaten ersichtlich. Aus den ursprünglich sieben Altersgruppen im Erste-Welle-Fragebogen werden für die Analyse drei Generationen gebildet.

Variable: Altersgruppen

Skala (ordinal): 1: 14–29 Jahre
2: 30–49 Jahre
3: 50–74 Jahre

Der *Familienstand*, die *Religionszugehörigkeit* und der *höchste Bildungsabschluss* sind weitere soziodemographische Merkmale.

Variable:	Familienstand
Skala (nominal):	1: ledig und allein stehend 2: in Partnerschaft lebend / verheiratet 3: geschieden und allein stehend 4: verwitwet und allein stehend

Variable:	Religion
Skala (nominal):	1: christlich-orthodox 2: islamisch 3: katholisch 4: andere Religion

Variable:	höchster Schulabschluss
Skala (ordinal):	1: Pflichtschule – 2: Fachschule / Lehre 3: Matura +

Die fünf im Fragebogen berücksichtigten Bildungsgruppen werden für die Analysen zu drei Gruppen zusammengezogen: die Kategorien *ohne Schulabschluss* und *Pflichtschule* werden zu *Pflichtschule*– vereint, die Kategorien *Fachschule* und *Lehre* zu *Fachschule/Lehre* und die Kategorien *Matura* und *Uni/FH/Colleg* zu *Matura+*.

Weiters werden die *berufliche Stellung* und das *persönliche Monatseinkommen* erhoben.

Variable:	Berufliche Stellung
Skala (nominal):	1: Arbeiter/in 2: Angestellte/r 3: Beamte/r 4: Selbständig 5: Hausfrau/-mann 6: Pensionist/in 7: Schüler/in od. Student/in 8: Lehrling 9: arbeitslos

Variable: Persönliches Monats-Einkommen

Skala (ordinal): 1: weniger als € 1.000,-
2: zwischen € 1.000,- und € 2.000,-
3: mehr als € 2.000,-

Herkunftsmerkmale

Die Herkunftsmerkmale verorten die Probanden in ihren nationalen Zugehörigkeiten: zum einen lässt sich über die Aufenthaltsdauer und eine allfällige österreichische Staatsbürgerschaft die formelle Verbindung zu Österreich ermitteln, zum anderen über die ethnischen und lokalen Wurzeln (Muttersprache und Geburtsland) die Verknüpfung zur Herkunftsnation. Die Herkunftsmerkmale sind durchwegs ausschließlich Gegenstand der Erste-Welle-Befragung.

Für die Variable *Geburtsland* werden die abgefragten Ausprägungen *Jugoslawien*, *Serbien*, *Kroatien*, *Bosnien* und *Mazedonien* zu *Ex-Jugoslawien* vereinigt.

Variable: Geburtsland

Skala (nominal): 1: Ex-Jugoslawien
2: Türkei
3: Österreich
4: anderes Land

Zusätzlich wird die Variable für Analysen dichotom recodiert: 1: *Ausland*, 2: *Österreich*.

Die Variable *Muttersprache* wird im Hinblick auf den Vergleich der beiden Herkunftsländer Türkei vs. Ex-Jugoslawien ebenfalls vereinfacht. Unter der Muttersprache Serbokroatisch sind die Merkmalsausprägungen Serbisch¹³⁵, Kroatisch, Bosnisch, Mazedonisch und Albanisch subsumiert, bei Türkisch ist auch die kurdische Minderheit¹³⁶ enthalten.

Variable: Muttersprache

Skala (nominal): 1: Serbokroatisch (inkl. Albanisch)
2: Türkisch (inkl. Kurdisch)

¹³⁵ Von zahlreichen ex-jugoslawischen Probanden wurde die im Fragebogen vorgenommene Aufteilung der serbokroatischen Sprachgruppe in Serbisch, Kroatisch, Bosnisch und Mazedonisch kritisiert. Ihrer Ansicht nach gibt es nur eine gemeinsame *serbokroatische* Sprache mit verschiedenen Dialekten (mit Ausnahme von Albanisch). Deshalb und auch der Einfachheit halber wird bei der Analyse von der Aufteilung abgegangen und es werden alle ex-jugoslawischen Sprachen respektive Dialekte zu einer serbokroatischen Sprachgruppe zusammengefasst.

¹³⁶ *Kurdisch* wird von einem großen Teil der türkischstämmigen Community nicht als eigene Sprache anerkannt. In der Türkei gibt es keine offizielle kurdische Minderheit. Ein beträchtlicher Anteil der aus der Türkei stammenden Zuwanderer fühlt sich aber sehr wohl einer eigenen kurdischen Sprachgruppe zugehörig.

Die *Aufenthaltsdauer* wird in Jahren erhoben. Ist ein Proband seit der Geburt in Österreich, gilt das *Alter* als Aufenthaltsdauer.

Variable: Aufenthaltsdauer

Skala (metrisch): in Jahren

Für die Signifikanztests wird die Aufenthaltsdauer in drei Gruppen zusammengefasst. Der Zeitraum von 1989 bis 1993 kennzeichnet dabei eine „*Hochphase der Zuwanderung*“ (vgl. Demokratiezentrum Wien 2008).

Variable: Aufenthaltsdauer (gruppiert)

Skala (ordinal): 1: 1994 oder später nach Österreich

2: 1989–1993

3: 1988 oder früher nach Österreich

Schließlich bildet die *österreichische Staatsangehörigkeit* einen Indikator für die formelle Bindung an das Aufnahmeland Österreich.

Variable: Österreichische Staatsbürgerschaft

Skala (dichotom): 0: keine österreichische Staatsbürgerschaft

1: besitzt österreichische Staatsbürgerschaft

5.1.5 Operationalisierung des Integrationsgrades

Zur Abbildung des Grades der Integration einer Person in die Aufnahmegesellschaft werden die drei Ebenen der soziokulturellen Integration herangezogen: kognitive, soziale und psychologische Integration (vgl. Esser 2001: 40; In: Geißler 2005a: 54). In der Untersuchung werden sie zusammen mit den soziodemographischen und Herkunftsmerkmalen sowie den situationsbezogenen Variablen auf ihre Relevanz für das Mediennutzungs- und Kommunikationsverhalten bei der Sportrezeption evaluiert.

Kognitive Assimilation bzw. Integration

Als Indikator für die kognitive Anpassung an die Aufnahmegesellschaft (*Kulturation*) wird die Selbsteinschätzung der Kenntnis der deutschen Sprache im Hinblick auf Verstehen, Reden, Lesen und Schreiben herangezogen.

Variable: **Deutschkenntnisse**

Items: Verstehen
 Reden
 Lesen
 Schreiben

Skala (metrisch): von 1: sehr gering bis 5: sehr gut

Für die Auswertung wird die Variable *Deutsch-Kenntnisse* aus dem Mittelwert der vier Items gebildet und in drei Gruppen gegliedert: 1: *gering*, 2: *mittel*, 3: *sehr gut*.

Soziale Integration

Der Grad der sozialen Integration, respektive die Eingliederung in die regionale Gesellschaft, ist ebenfalls eine wichtige unabhängige Variable zur Erklärung von Mediennutzungs- und Kommunikationsverhalten.

Der Kontakt zu türkisch- und ex-jugoslawischstämmigen sowie zu österreichischen Personen wird in Bezug auf drei Gruppen abgefragt:

- Kollegen (in der Arbeit oder am Ausbildungsplatz)
- Nachbarn
- Freunde und Bekannte

Die Erhebungsmethode für den *Kontakt zu Freunden/Bekannt*en (der eigenen Volksgruppe, der jeweils zweiten Zuwanderergruppe sowie österreichischer) unterscheidet sich graduell von der für den *Kontakt zu Kollegen* und *zu Nachbarn*. Bei Ersteren geht es um den Zeitpunkt des letzten Kontakts, bei den anderen Beiden um die Anzahl respektive den Anteil der wichtigsten Kontaktpersonen in den drei Sprachgruppen.

Variable: **wichtigste Arbeits-, Schul- oder Studienkollegen**

Items: aus der eigenen Volksgruppe
 aus der zweiten Zuwanderergruppe
 österreichische
 andere

Skala (metrisch): 0: keine/r (+ keine Angabe)
 1: eine/r
 2: zwei
 3: drei
 4: mehr als drei

Aus den Angaben zu den vier Sprachgruppen wird der Anteil der österreichischen Kollegen in Prozent berechnet und in vier Gruppen aufgeteilt: 0: *keine österr. Kollegen*, 1: *zwischen 1 und 50 %*, 2: *zwischen 51 und 99 %*, 3: *100 % österr. Kollegen*.

Variable:	wichtigste Nachbarn
Items:	aus der eigenen Volksgruppe aus der zweiten Zuwanderergruppe österreichische andere
Skala (metrisch):	0: keine/r (+ keine Angabe) 1: eine/r 2: zwei 3: drei 4: mehr als drei

Bei den Nachbarn geschieht die gleiche Kategorisierung wie bei den Kollegen: 0: *keine österr. Nachbarn*, 1: *zwischen 1 und 50 %*, 2: *zwischen 51 und 99 %*, 3: *100 % österr. Nachbarn*.

Ist die Ermittlung der Anzahl der wichtigsten Kollegen und Nachbarn in den drei Sprachgruppen nur Bestandteil der Erste-Welle-Befragung, wird der *Kontakt zu Freunden/Bekannt*en in beiden Wellen erhoben.

Variable:	Freunde und Bekannte zuletzt getroffen
Items:	der eigenen Volksgruppe der zweiten Zuwanderergruppe österreichische andere
Skala (ordinal):	0: Nie (= keine Angabe) 1: vor mehr als einem Monat 2: in den letzten vier Wochen 3: innerhalb der letzten Woche 4: gestern

Aus der fünfstufigen Skala der Variable *Freunde und Bekannte zuletzt getroffen* wird für die Auswertung schließlich eine zweistufige gebildet: 1: *vor mehr als einer Woche / Nie*, 2: *innerhalb der letzten Woche*.

Psychologische Integration bzw. Assimilation

Die Variable *Identifikation mit Österreich* dient als Indikator für die psychologische Integration in die Aufnahmegesellschaft und wird in beiden Wellen erhoben.

Variable:	Identifikation mit dem Aufnahmeland Österreich
------------------	---

Skala (metrisch):	von 1: gar nicht bis 5: sehr gerne
-------------------	------------------------------------

Für die Analyse wird die Variable in zwei Gruppen zusammengefasst: 1: *weniger als sehr gerne*, 2: *sehr gerne*.

5.1.6 Operationalisierung der Variablen speziell zur Fußball-EM

Mit Konzepten der kommerziellen Medienforschung (Reichweite, Marktanteil) werden neben der Untersuchung des theoretischen Modells „*Medien-Sport-Integration*“ und der allgemeinen Mediennutzung im Rahmen der Regionalstudie auch einige Aspekte speziell zur Fußball-EURO 2008 behandelt.

Nettoreichweiten¹³⁷ der 24 EM-Vorrunden-Spiele

Die Probanden werden dahingehend befragt, von welchen EM-Vorrunden-Spielen sie mindestens 40 Minuten¹³⁸ live gesehen haben. Aus diesen Angaben können Nettoreichweiten der EM-Vorrunden-Spiele berechnet werden. Aufgrund der relativ großen Anzahl an Spielen, nämlich 24, ist bei dieser Fragestellung im Antwortverhalten keine allzu große Genauigkeit zu erwarten. Ein Trend wird aber in jedem Fall festzustellen sein.

Variable:	Nettoreichweiten der EM-Vorrunden-Spiele
------------------	---

Items:	Schweiz – Tschechien Türkei – Portugal Österreich – Kroatien Deutschland – Polen Rumänien – Frankreich Niederlande – Italien Spanien – Russland Griechenland – Schweden
--------	--

¹³⁷ Beim Teletest werden für die Ermittlung der Nettoreichweite einer Sendung alle Seher einbezogen, die die Sendung mindestens eine Sekunde lang geschaut haben. Eine derartig genaue Messung ist bei einer schriftlichen Befragung nicht möglich. Aufgrund des überhöht erwarteten Reichweitenwertes bei der schriftlichen Befragung wird deshalb auf Basis der Frage „*Spiel mindestens 40 Minuten gesehen?*“ die resultierende Reichweite als Nettoreichweite interpretiert.

¹³⁸ Es ist anzunehmen, dass in einem Zweifelsfall eine derart genaue Einschätzung nicht gemacht werden kann. Die Fragestellung (mindestens 40 Minuten) soll aber zum Ausdruck bringen, dass zumindest ein Teil des Spiels verfolgt werden sollte, um als Seher zu gelten.

Tschechien – Portugal
 Schweiz – Türkei
 Kroatien – Deutschland
 Österreich – Polen
 Italien – Rumänien
 Niederlande – Frankreich
 Schweden – Spanien
 Griechenland – Russland
 Schweiz – Portugal
 Türkei – Tschechien
 Polen – Kroatien
 Österreich – Deutschland
 Niederlande – Rumänien
 Frankreich – Italien
 Griechenland – Spanien
 Russland – Schweden

Skala (dichotom): 0: nicht live gesehen (+ keine Angabe)
 1: mindestens 40 Minuten live gesehen

Eine fehlende Angabe wird als *nicht live gesehen* (0) codiert.

Marktanteile der Fernsehsender bei den EM-Vorrunden-Spielen

Die *Marktanteile* der live übertragenden Fernsehsender können auf Basis der Frage nach dem geschauten Sender für alle 24 Vorrundenspiele ermittelt werden. Die Liste der EM-Spiele-übertragenden Sender wurde mithilfe einer qualitativen Vorerhebung¹³⁹ und Internet-Recherchen auf den Web-Seiten der deutschsprachigen Sender erstellt¹⁴⁰.

Variable:	Marktanteile der Fernsehsender bei den EM-Vorrunden-Spielen
Items:	alle EM-Vorrunden-Spiele (Liste siehe oben)
Skala (nominal):	1: ORF1 2: RTS 3: HRT2 4: BHTV 5: ARD/ZDF 6: TRT1

¹³⁹ Interviews, um herauszufinden, welche ex-jugoslawischen und türkischen Sender die EM-Spiele übertragen, wurden mit einer Studentin der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften mit serbischem Migrationshintergrund, Nada A. aus Wien, mit einem bosnischstämmigen Probanden, Zoran R. aus Wilhelmsburg, mit einem Studenten der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften mit türkischem Migrationshintergrund, Cem S. aus Wien, und mit einem türkischstämmigen Probanden, Hasan A. aus Wilhelmsburg, geführt.

¹⁴⁰ www.orf.at; www.ard.de; www.zdf.de.

7: ATV 8: anderer Sender

Für die Auswertung werden die Herkunftslandsender zu einer Kategorie zusammengefasst. Sodann ergeben sich drei Kategorien: 1: *ORF1*, 2: *ARD/ZDF*, 3: *Herkunftsland-Sender* (siehe Kapitel 9.4 *SPSS-Syntax: Berechnung der Marktanteile der Fernsehsender bei den EM-Vorrunden-Spielen*).

Ort der Rezeption der Fußball-EM-Vorrunden-Spiele

Analog zur Evaluierung der Rezeptionsorte bei der letzten Sportrezeption wird auch zu den EM-Vorrunden-Spielen nach dem *Ort der Rezeption* gefragt.

Variable:	Ort der Rezeption der EM-Vorrunden-Spiele
Items:	alle EM-Vorrunden-Spiele (Liste siehe oben)
Skala (nominal):	1: zu Hause 2: bei Freunden / Bekannten 3: in einem Gasthaus / Wettlokal 4: öffentlich („Public Viewing“) 5: direkt im Stadion

Aus den Angaben zu allen EM-Vorrunden-Spielen wird der Anteil der Rezeptionsorte an der Gesamtheit der Rezeptionssituationen berechnet (siehe Kapitel 9.4 *SPSS-Syntax: Berechnung des Anteils der Rezeptionsorte bei allen EM-Spiele-Situationen*).

Zuschauergruppe bei den EM-Vorrundenspielen

Analog zur Evaluierung der *Zuschauergruppe* bei der letzten Sportrezeption beinhaltet auch das Fragenpaket zu den EM-Vorrunden-Spielen die Frage nach den Mit-Zuschauern.

Variable:	Zuschauergruppe
Items:	alle EM-Vorrunden-Spiele (Liste siehe oben) * alleine * mit Familienmitgliedern * mit Freunden / Bekannten * mit anderen Leuten
Skala (dichotom):	0: nein (= keine Angabe) 1: ja

Aus den Angaben wird schließlich berechnet, inwieweit sich die durchschnittliche Zuschauergruppe bei allen Situationen der 24 Vorrunden-Spiele aus *Familienmitgliedern*,

Freunden/Bekannten und anderen Leuten zusammensetzt (siehe Kapitel 9.4 SPSS-Syntax: Berechnung der Zuschauergruppe bei den EM-Spielen).

Attraktivität der 16 EM-Teilnehmer nach Einschaltquoten

Aus den Nettoreichweiten der drei EM-Vorrunden-Begegnungen jeder Mannschaft wird eine durchschnittliche Nettoreichweite ermittelt. Damit können die 16 EM-Teilnehmer nach ihrer Attraktivität gereiht werden (siehe Kapitel 9.4 SPSS-Syntax: *Berechnung der Attraktivität der 16 EM-Teilnehmer nach Einschaltquoten*).

Beliebtheit der 16 teilnehmenden Nationalmannschaften

Bei jeder Vorrunden-Begegnung wird auch danach gefragt, welcher Mannschaft die Daumen gedrückt werden, das heißt, welche Mannschaft in Gedanken unterstützt wird. Aus diesen Angaben kann eine Rangfolge der beliebtesten Teams erstellt werden (siehe Kapitel 9.4 SPSS-Syntax: *Berechnung der Beliebtheit der 16 EM-Teilnehmer*).

5.1.7 Hypothesen

Auf Basis der Forschungsfragen und der Operationalisierung werden nun Hypothesen formuliert. Die explizit formulierten Hypothesen stellen dabei aber nur einen Auszug aller durchgeführten Signifikanztests dar. Aus forschungsökonomischen Gründen werden nur die wichtigsten Hypothesen ausführlich beschrieben.

Mediennutzungsverhalten

Forschungsfrage 1 widmet sich dem Ausmaß der Nutzung von Fernsehen, Radio, Tageszeitung und Internet unter ex-jugoslawischen und türkischen Migranten. Aus Befunden bisheriger Untersuchungen im deutschen Sprachraum geht eindeutig das Fernsehen als das dominierende Medium hervor. Es wird dabei eine höhere Nutzung als in der Repräsentativbevölkerung konstatiert, insbesondere unter türkischen Migranten (vgl. Weiß/Trebbe 2001; Goldberg/Sauer 2006; WDR-Medienforschung 2006a; Bucher/Bonfadelli 2007; ARD/ZDF 2007; ORF/GfK 2008). Daraus lassen sich die ersten beiden Hypothesen ableiten:

- H1: Unter Migranten ist die Fernsehnutzung höher als in der österreichischen Repräsentativbevölkerung.
- H2: Unter türkischen Migranten ist die Fernsehnutzung höher als unter ex-jugoslawischen Migranten.

Forschungsfrage 2 betrachtet die Tagesnetto Reichweite des deutsch-, serbokroatisch- und türkischsprachigen Fernsehens generell bzw. der deutsch- und muttersprachigen Sender im Detail. Die bisherigen Befunde über das Verhältnis deutsch- vs. muttersprachiger Mediennutzung divergieren beträchtlich. Übereinstimmung herrscht vielfach darin, dass vor allem in der türkischen Community die herkunftslandsprachige Fernsehnutzung sehr stark ist (vgl. Weiß/Trebbe 2001; WDR-Medienforschung 2006a; ARD/ZDF 2007).

H3: Unter türkischen Migranten ist die Tagesnetto Reichweite des Herkunftslandfernsehens höher als unter ex-jugoslawischen Migranten.

H4: Unter ex-jugoslawischen Migranten ist die Tagesnetto Reichweite des deutschsprachigen Fernsehens höher als unter türkischen Migranten.

Während der zweiten Welle ist zu erwarten, dass die Sender, die die Spiele der EURO 2008 übertragen, an Reichweite zulegen. Die deutschsprachigen Sender erhoffen sich natürlich, diesen Reichweitengewinn für sich verbuchen zu können. Gelingt ihnen das bei Migranten?

H5: In der zweiten Welle nimmt die Tagesreichweite der deutschsprachigen Sender, die die Spiele der EURO 2008 übertragen, gegenüber der ersten Welle zu.

H6: In der zweiten Welle nimmt die Tagesreichweite der muttersprachigen Sender, die die Spiele der EURO 2008 übertragen, gegenüber der ersten Welle zu.

Erklärung des Fernsehverhaltens

Die *Forschungsfragen 3* und *4* nehmen sich der Erklärung des Fernsehverhaltens (deutsch- vs. muttersprachig) durch soziodemographische und Herkunftsmerkmale (*FF 3*) sowie durch Integrations-Indikatoren (*FF 4*) an.

In bisherigen Untersuchungen sind die Merkmale Geschlecht, Alter, Bildung, Einkommen, Muttersprache, Geburtsland, Aufenthaltsdauer und Staatsbürgerschaft bereits für die Bevorzugung deutsch- oder muttersprachiger Sender geprüft worden – mit unterschiedlichen, teilweise widersprüchlichen Ergebnissen (vgl. Weiß/Trebbe 2001; Goldberg/Sauer 2006; WDR-Medienforschung 2006a; Bucher/Bonfadelli 2007; ARD/ZDF 2007). Zur Überprüfung der bisherigen Befunde werden diese acht Merkmale berücksichtigt. Eine explizite Ausformulierung der zugehörigen Hypothesen entfällt aus Gründen der Übersichtlichkeit an dieser Stelle, sie werden aber sehr wohl geprüft und in den Befunden dargelegt.

Integrations-Indikatoren wurden ebenfalls bereits in bisherigen Studien herangezogen um die Medien- respektive die Fernsehnutzung zu erklären (vgl. vor allem Weiß/Trebbe 2001;

Trebbe/Weiß 2006). Für diese Untersuchung dienen fünf Variablen als Anzeiger für die Einbettung in die österreichische Gesellschaft: *Deutschkenntnisse*, *Anteil österreichischer Kollegen*, *Anteil österreichischer Nachbarn*, *Anteil österreichischer Freunde/Bekannte* und *Identifikation mit Österreich*. Die fünf Indikatoren basieren auf dem soziokulturellen Assimilationskonzept von Esser (2001). Gemäß den drei Dimensionen dieses Modells sind die Deutschkenntnisse ein Indikator für die kognitive Assimilation/Integration (1), ist die Einbettung in das soziale Umfeld (Kollegen, Nachbarn, Freunde/Bekannte) ein Anzeiger für die soziale Integration (2) und steht die Identifikation mit dem Aufnahmeland für die emotionale/identifikatorische bzw. psychologische Integration (3) (vgl. Esser 2001: 40; In: Geißler 2005b: 54).

Aus dieser Umsetzung ergeben sich folgende drei Hypothesen:

- H7: Je höher die kognitive Integration (Deutschkenntnisse) ist, desto verhältnismäßig mehr deutschsprachige Sender werden gegenüber Herkunftslandsendern genutzt.
- H8: Je höher die soziale Integration (Kollegen, Nachbarn, Freunde/Bekannte) ist, desto verhältnismäßig mehr deutschsprachige Sender werden gegenüber Herkunftslandsendern genutzt.
- H9: Je höher die psychologische Integration (Identifikation mit Österreich) ist, desto verhältnismäßig mehr deutschsprachige Sender werden gegenüber Herkunftslandsendern genutzt.

Häufigkeit der Sportrezeption

Forschungsfrage 5 zielt auf den Anteil der Migranten, der gelegentlich oder regelmäßig aktiv Mannschaftssport betreibt, Fernsehsport rezipiert oder Spiele am Sportplatz verfolgt. Für diese Forschungsfrage werden hier keine expliziten Hypothesen formuliert, sie soll dem deskriptiven Überblick dienen.

Forschungsfrage 6 betrachtet die Frequenz der Sportrezeption respektive wann das letzte Mal eine Rezeption in jedem der drei Felder stattfand. Während der Fußball-EURO wird eine Erhöhung der Frequenz im Feld Fernsehsport erwartet.

- H10: In der zweiten Welle nimmt die Frequenz der Fernsehsportrezeption gegenüber der ersten Welle zu.

Charakterisierung der Sportrezeption

Für die Charakterisierung der Sportrezeption bilden Situationen, die bei aktiver Sportausübung, bei der Fernsehsportrezeption oder bei der passiven Rezeption am Sportplatz entstehen, die Untersuchungseinheit. Diese Situationen werden ex-post evaluiert. Davon ausgehend kann jede Situation hinsichtlich ihrer Merkmale analysiert und charakterisiert werden.

Forschungsfrage 7 beschäftigt sich mit der *Sprache der Anschlusskommunikation* bei der Rezeption, konkret damit, in welchem Verhältnis *muttersprachige* (separierende), *zweisprachige* (interkulturell integrierende) und *deutschsprachige* (assimilierende) Situationen zu Stande kommen. Die Dreiteilung zur Einordnung der Situationen im Hinblick auf die Integration geht auf das Akkulturationskonzept (vgl. Trebbe 2007) bzw. auf die Modelle der Integration zurück (siehe Kapitel 2.2 *Modelle der Integration von Migranten*).

Im Vergleich der drei Rezeptionsfelder (aktiv, Fernsehsport, passiv) interessiert, welches Feld mehr Situationen schafft, in denen auch eine deutschsprachige Anschlusskommunikation passiert. Weil davon ausgegangen werden kann, dass Fernsehsport überwiegend zu Hause im Familienrahmen rezipiert wird und aktive Sportausübung bzw. passive Sportrezeption eher außer Haus passiert, wird diese Hypothese formuliert:

H11: Bei aktiver Sportausübung und passiver Sportrezeption haben verhältnismäßig mehr Situationen eine deutschsprachige Anschlusskommunikation zur Folge als bei der Fernsehsportrezeption.

Ein weiterer Aspekt im Hinblick auf die *Sprache der Anschlusskommunikation* bzw. des interkulturellen Charakters der Rezeptionssituationen kommt mit der Fußball-EURO 2008 ins Spiel. In der Vorberichterstattung zu derartigen sportlichen Großveranstaltungen wird gerne auf mögliche Impulse für die interkulturelle Kommunikation zwischen den verschiedenen Volksgruppen im Land bzw. mit den Gästen aus dem Ausland hingewiesen (siehe Kapitel 8.2 *Öffentlicher Diskurs zu „Sport und Integration“*). Auch die Nachberichterstattung über die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland ließ darauf hoffen (vgl. AiD-Integration in Deutschland 2006). In Bezugnahme auf den öffentlichen Diskurs wird die folgende Hypothese formuliert:

H12: In der zweiten Welle nimmt der Anteil an Fernsehsport-Rezeptionssituationen mit deutschsprachiger Anschlusskommunikation gegenüber der ersten Welle zu.

Forschungsfrage 8 widmet sich der weiteren Charakterisierung der Rezeptionssituationen. Sie werden nach Eigenschaften des originären Sportereignisses und nach dem Kontext der Rezeptionssituation analysiert, Fernsehsport-Situationen darüber hinaus nach der Sprache des übertragenden Fernsehsenders. Hinsichtlich der Veränderungen von der ersten zur zweiten Welle hin interessieren – auch angeregt durch den öffentlichen Diskurs vor Fußball-Welt- und Europameisterschaften – speziell drei Variablen: der Ort der Rezeption (zu Hause oder außer Haus), die Größe der Zuschauergruppe mit der das Spiel gemeinsam verfolgt wird, und die Sprache des übertragenden Fernsehsenders: Durch „Public-Viewing“ wird eine Zunahme der Außer-Haus-Seher und der Größe der Zuschauergruppe erwartet. Die deutschsprachigen Sendeanstalten erhoffen sich wiederum, dass sie während der EURO bei Migranten punkten können.

H13: In der zweiten Welle nimmt der Anteil der Außer-Haus-Seher bei der Fernsehsport-Rezeption gegenüber der ersten Welle zu.

H14: In der zweiten Welle wächst die Größe der Zuschauergruppe bei der Fernsehsport-Rezeption gegenüber der ersten Welle an.

H15: In der zweiten Welle nimmt der Marktanteil des deutschsprachigen Fernsehens bei der Fernsehsport-Rezeption gegenüber der ersten Welle zu.

Die anderen Variablen zur Charakterisierung der Rezeptionssituationen werden nur deskriptiv betrachtet, das heißt für sie werden keine Hypothesen formuliert.

Erklärung der Sprache der Anschlusskommunikation bei der Fernsehportrezeption

Die *Forschungsfrage 9* nimmt sich der Erklärung der *Sprache der Anschlusskommunikation* bei der Fernsehportrezeption durch alle im theoretischen Modell „*Medien-Sport-Integration*“ als unabhängig modellierten Variablen an: soziodemographische und Herkunfts-Merkmale, Integrations-Indikatoren und situationsbezogene Variablen. Für die acht soziodemographischen und Herkunftsmerkmale sowie die fünf situationsbezogenen Variablen werden keine Hypothesen explizit formuliert, sehr wohl allerdings für die Integrations-Indikatoren:

H16: Je höher die kognitive Integration (Deutschkenntnisse) ist, desto verhältnismäßig mehr Fernsehport-Rezeptionssituationen haben eine deutschsprachige Anschlusskommunikation zur Folge (zweisprachige und rein deutschsprachige).

H17: Je höher die soziale Integration (Kollegen, Nachbarn, Freunde/Bekannte) ist, desto mehr Fernsehsport-Rezeptionssituationen haben eine deutschsprachige Anschlusskommunikation zur Folge (zweisprachige und rein deutschsprachige).

H18: Je höher die psychologische Integration (Identifikation mit Österreich) ist, desto mehr Fernsehsport-Rezeptionssituationen haben eine deutschsprachige Anschlusskommunikation zur Folge (zweisprachige und rein deutschsprachige).

Finale Prüfung des theoretischen Modells

Forschungsfrage 10 widmet sich der finalen Prüfung des theoretischen Modells. Dazu werden alle Rezeptionssituationen aller drei Felder (aktiv, Fernsehsport, passiv) zusammengefasst und der Einfluss aller unabhängigen Erklärungsvariablen auf die *Sprache der Anschlusskommunikation* (abhängige Variable) geprüft. Insgesamt sind das 20 unabhängige Variablen: vier soziodemographische¹⁴¹, vier Herkunfts-Merkmale¹⁴², fünf Integrations-Indikatoren¹⁴³ und sieben situationsbezogene Variablen¹⁴⁴.

Auf eine Ausformulierung der Hypothesen zum Einfluss der unabhängigen auf die abhängige Variable *Sprache der Anschlusskommunikation* wird verzichtet. In den Befunden werden die Ergebnisse der Signifikanztests aber ausführlich in einer Tabelle und ins Modell „*Medien-Sport-Integration*“ übertragen dargelegt.

Fragenkatalog zur Fußball-Europameisterschaft 2008

Die *Forschungsfragen 11 bis 16* beschäftigen sich mit der Nutzung der einzelnen Spiele der Fußball-EURO. Untersuchte Aspekte sind die Nettoreichweiten der Spiele (*FF 11*), die Marktanteile der übertragenden Sender (*FF 12*), die Orte der Rezeption (*F 13*), die Größe der Zuschauergruppe (*FF 14*) sowie die Attraktivität der teilnehmenden Mannschaften (*FF 15* und *FF 16*). Zu den Fragen werden an dieser Stelle keine Hypothesen formuliert, die Auswertung erfolgt überwiegend deskriptiv.

¹⁴¹ Geschlecht, Alter, Bildung und Einkommen.

¹⁴² Muttersprache, Geburtsland, Aufenthaltsdauer und Staatsbürgerschaft.

¹⁴³ Deutschkenntnisse, Österr. Kollegen, Österr. Nachbarn, Österr. Freunde/Bekannte, Identifikation mit Österreich.

¹⁴⁴ Ereignistyp, Herkunft der Sportler, Spielausgang, Rezeptionsfeld, Ort der Rezeption, Anzahl der Mitschauer, Sprache des übertragenden Fernsehsenders.

5.1.8 Datenanalyse

Für die Auswertung kommen neben deskriptiven Auszählungen (Häufigkeiten, Mittelwerte) zahlreiche Signifikanztests zum Einsatz. Als Tests für die Wellen-, Felder- und Sprachgruppenvergleiche:

- der Wilcoxon-Test (für zwei abhängige Stichproben) für Vergleiche zwischen den beiden Erhebungswellen und zwischen den drei Feldern (*aktive Sportausübung*, *Fernsehsportrezeption* und *passive Rezeption am Sportplatz*). Ein t-Test für abhängige Stichproben ist in den allermeisten Fällen nicht möglich, weil die Prämisse der Normalverteilung der Variablen nicht erfüllt ist. In den wenigen Fällen, in denen eine Normalverteilung gegeben wäre, wird der Einfachheit halber auch der Wilcoxon-Test angewendet.
- der U-Test nach Mann und Whitney (für zwei unabhängige Stichproben) für Vergleiche zwischen den beiden Volksgruppen (Serbokroaten vs. Türken). Weil bei den meisten Variablen keine Normalverteilung gegeben ist, kann wiederum der parametrische Test, in diesem Fall der t-Test nach Student, nicht angewendet werden. In den wenigen Fällen, in denen dies möglich wäre, wird aus arbeitsökonomischen Gründen zugunsten des U-Tests darauf verzichtet.

Weiters werden für die Prüfung des Einflusses von soziodemographischen und Herkunftseigenschaften, Integrations-Indikatoren und situationsbezogenen Variablen auf die *Sprache der Anschlusskommunikation* (mit und ohne emotionaler Komponente) bzw. auf das Fernsehverhalten diese drei Signifikanztests verwendet:

- der Chi-Quadrat-Test
- der H-Test nach Kruskal und Wallis (für mehr als zwei unabhängige Stichproben bei fehlender Normalverteilung)
- die einfaktorielle Varianzanalyse (für mehr als zwei unabhängige Stichproben bei gegebener Normalverteilung)

Wie aus der Auflistung der Analysemethoden hervorgeht wird univariaten gegenüber multivariaten Verfahren der Vorzug gegeben. Obwohl natürlich große Interdependenzen zwischen den unabhängigen Variablen gegeben sind, die durch multivariate Verfahren herausgerechnet würden, lässt sich ein Verzicht auf multivariate Verfahren insofern begründen, als jede unabhängige Variable unverzichtbar für die Interpretation der Ergebnisse ist. Mit der Regressionsanalyse würden unabhängige Variablen „verloren“ gehen, die

ebenfalls relevant sind. Die Arbeit ist demzufolge also nicht nur hypothesenprüfend sondern auch explorativ angelegt.

5.1.9 Untersuchungssample

Die Grundgesamtheit der Untersuchung bilden alle Personen zwischen 14 und 74 Jahren mit ex-jugoslawischem oder türkischem Migrationshintergrund in Wilhelmsburg¹⁴⁵.

Die Eigenschaft *Migrationshintergrund* wird hier vom Geburtsland und/oder von der Staatsbürgerschaft der Person bzw. ihrer Eltern abhängig gemacht. Eine Person hat dann ex-jugoslawischen oder türkischen Migrationshintergrund, wenn sie in einem der Herkunftsländer geboren ist und/oder die Staatsbürgerschaft eines der Ursprungsländer besitzt bzw. wenn eine der Eigenschaften auf einen Elternteil zutrifft. Als Herkunftsländer gelten die Türkei sowie Jugoslawien und alle Nachfolgestaaten (Bosnien, Kroatien, Mazedonien, Montenegro, Serbien und Slowenien¹⁴⁶). Die Definition von *Migrationshintergrund* geht von den verfügbaren Personen-Daten aus. Im örtlichen Melderegister sind Geburtsland und Staatsbürgerschaft ausgewiesen und auf Basis der Meldedaten der Gemeinden Wilhelmsburg und St. Pölten werden die entsprechenden Haushalte rekrutiert. Dabei genügt es, wenn eine Person im Haushalt entsprechenden Migrationshintergrund hat, damit ein Haushalt für die Untersuchung in Betracht gezogen wird.

Vorgehensweise bei der Datenerhebung:

Grundsätzlich wird im Untersuchungsfeld eine Vollerhebung nach Haushalten angestrebt, wobei eine zufällig ausgewählte Person pro Haushalt befragt wird. In der Regel ist das die Person, die im Kalenderjahr als erstes Geburtstag hat. Bei einer Absage werden die anderen Personen im Haushalt angesprochen. Nachdem die Geburtsdaten der potentiellen Probanden in St. Pölten nicht wie in Wilhelmsburg zur Verfügung stehen, kann hier dieser Zufallsmechanismus nicht angewendet werden und so wird einfach die „*erstbeste*“ Person im Haushalt befragt. Die Sprache des Fragebogens kann jeder Proband selbst wählen. Der Fragebogen steht auf Deutsch, Serbokroatisch und Türkisch zur Verfügung (siehe Kapitel 9.5 *Fragebogen*).

¹⁴⁵ bei Personen mit türkischem Migrationshintergrund zusätzlich die Bewohner mehrerer Ortsteile der Stadt St. Pölten, nämlich St. Georgen, Harland, Spratzern sowie Heimito-von-Doderer-Straße, Herzogenburgerstraße und Mühlweg.

¹⁴⁶ Zu Beginn der Datenerhebung im Jänner 2008 hat der siebte jugoslawische Nachfolgestaat, die Republik Kosovo, noch nicht existiert.

Ausschöpfung

Bei der Erste-Welle-Befragung wurde hinsichtlich der Haushalte eine Ausschöpfung von 31 % erreicht (143 von 461 Haushalten), hinsichtlich der angepeilten Probanden eine Ausschöpfung von 43 % (200 Probanden von 461). Bei der Zweite-Welle-Befragung kamen nur mehr die Personen in Betracht, die schon bei der ersten Welle teilgenommen hatten. Unter diesen Panel-Teilnehmern lag die Quote bei 80 % (160 von 200 Probanden).

Tabelle 3: Sample: Ausschöpfung (absolut)

<i>absolut</i>	SOLL	IST 1. Welle		IST 2. Welle	
		<i>Probanden</i>	<i>Haushalte</i>	<i>Probanden</i>	<i>Haushalte</i>
Serbokroatisch	166	95	72	80	59
Türkisch	295	105	71	80	55
Gesamt	461	200	143	160	114

Quelle für die Grundgesamtheit: Meldedaten von Wilhelmsburg und St. Pölten

Tabelle 4: Sample: Ausschöpfung (in %)

<i>in %</i>	SOLL	IST 1. Welle		IST 2. Welle	
		<i>Probanden</i>	<i>Haushalte</i>	<i>Probanden</i>	<i>Haushalte</i>
Serbokroatisch	100	57	43	48	36
Türkisch	100	36	24	27	19
Gesamt	100	43	31	35	25

Quelle für die Grundgesamtheit: Meldedaten von Wilhelmsburg und St. Pölten

Das Ziel war grundsätzlich immer, eine Person pro Haushalt zu befragen. Aus forschungsökonomischen Gründen wurden allerdings in etwa 60 Haushalten zwei Personen und in fünf Haushalten drei Personen statt jeweils nur einer befragt. Damit ergibt sich eine höhere Ausschöpfungsquote bei *Personen* gegenüber *Haushalten*.

Hinsichtlich der Fragebogen-Sprache wählten 38 der 95 ex-jugoslawischen Probanden Deutsch (das entspricht 40 %) und 57 Serbokroatisch bzw. 49 der 105 türkischen Probanden Deutsch (47 %) und 56 Türkisch. Insgesamt betrug also der Anteil an Untersuchungsteilnehmern, die sich für Deutsch als Fragebogen-Sprache entschied, 44 %.

Sample: Soziodemographie

Die Qualität der Stichprobe – gemessen an der Wilhelmsburger Repräsentativ-Bevölkerung bzw. ihrer migrantischen Bewohner – kann anhand der folgenden soziodemographischen Kennzahlen geprüft werden. In *Tabelle 5* sind die Absolut-Werte und in *Tabelle 6* die prozentuierten Werte ausgewiesen.

Tabelle 5: Sample: Soziodemographie (absolut)

absolut	Whbg. repräsent.	Wilhelmsburger Migranten			Stichprobe IST 1. Welle			Stichprobe IST 2. Welle		
		serb.	türk.	ges.	serb.	türk.	ges.	serb.	türk.	ges.
männlich (14–74)	2.482	188	73	261	51	50	101	43	39	82
weiblich (14–74)	2.598	164	66	230	44	55	99	37	41	78
14–29	1.246	86	51	137	29	46	75	25	32	57
30–49	2.006	140	57	197	44	56	100	40	45	85
50–74	1.828	126	31	157	22	3	25	15	3	18
Pflichtschule –	2.075				43	49	92	36	39	75
Lehre/Fachschule	2.765				37	38	75	30	27	57
Matura +	705				13	13	26	12	10	22
Gesamt (14–74)	5.080	352	139	491	95	105	200	80	80	160

Quelle für Wilhelmsburg repräsentativ: Statistik Austria – Volkszählung 2001.

Quelle für Wilhelmsburg Migranten: Örtliches Melderegister der Gemeinde Wilhelmsburg.

Ein guter Teil des türkischen Samples wurde nicht in Wilhelmsburg sondern in Ortsteilen der Stadt St. Pölten akquiriert. Die Soziodemographie dieser Grundgesamtheit ist nicht in dieser Ausführlichkeit bekannt. Es spricht allerdings alles dafür, dass die Relationen der Wilhelmsburger Sample-Soziodemographie auch auf die St. Pöltener Teile übertragen werden können.

In der Wilhelmsburger Migranten-Grundgesamtheit fällt auf, dass ein Übergewicht an Männern besteht und die Altersstruktur unter den türkischen Migranten wesentlich jünger ist als in der österreichischen Durchschnittsbevölkerung.

Tabelle 6: Sample: Soziodemographie (in %)

in %	Whbg. repräsent.	Wilhelmsburger Migranten			Stichprobe IST 1. Welle			Stichprobe IST 2. Welle		
		serb.	türk.	ges.	serb.	türk.	ges.	serb.	türk.	ges.
männlich (14–74)	49	53	53	53	54	48	51	54	49	51
weiblich (14–74)	51	47	47	47	46	52	50	46	51	49
14–29	25	24	37	28	31	44	38	31	40	36
30–49	39	40	41	40	46	53	50	50	56	53
50–74	36	36	22	32	23	3	13	19	4	11
Pflichtschule –	37				45	47	46	45	49	47
Lehre/Fachschule	50				39	36	38	38	34	36
Matura +	13				14	12	13	15	13	14

Quelle für Wilhelmsburg repräsentativ: Statistik Austria – Volkszählung 2001.

Quelle für Wilhelmsburg Migranten: Örtliches Melderegister der Gemeinde Wilhelmsburg.

In der Gegenüberstellung von Grundgesamtheit und Stichprobe ist die Problemgruppe der Samples schnell identifiziert: es ist dies die ältere Generation (50–74). Insbesondere unter der türkischen Sprachgruppe wurden nur wenige ältere Probanden erreicht. Hier können nur muttersprachige Interviewer abhelfen, die für diese Erhebung aber nicht zur Verfügung standen. Außer einer weiteren kleineren Abweichung im Geschlechterverhältnis bei den türkischen Probanden ist das Sample im Großen und Ganzen repräsentativ für die Wilhelmsburger/innen mit ex-jugoslawischem und türkischem Migrationshintergrund. Das Bildungsniveau ist für alle Wilhelmsburger Migranten nicht bekannt. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass es niedriger ist als in der Durchschnittsbevölkerung, wie auch das Sample widerspiegelt (vgl. Rohe 2006: 5).

Sample: Weitere soziodemographische und Herkunftseigenschaften

Bei der Betrachtung des Samples anhand weiterer Personen-Eigenschaften fällt auf, dass der überwiegende Teil der Befragten im Ausland geboren ist (knapp 80 %), allerdings weit mehr als die Hälfte die österreichische Staatsbürgerschaft besitzt (rund 50 % der ex-jugoslawischen und drei Viertel der türkischen Probanden). In Sachen *Aufenthaltsdauer* gibt es eine Häufung in den Jahren von 1989 bis 1993. Diese zwischenzeitliche Hochphase der Zuwanderung wurde durch den Jugoslawien-Krieg, die Ostöffnung sowie den verstärkten Familiennachzug aus der Türkei ausgelöst (vgl. Demokratiezentrum Wien 2008).

Tabelle 7: Sample: Weitere Eigenschaften der Person (in %)

in %	Stichprobe IST 1. Welle (n=200)			Stichprobe IST 2. Welle (n=160)		
	serb.	rürk.	ges.	serb.	türk.	ges.
< € 1000	51	58	54	47	56	52
€ 1000 bis € 2000	42	37	40	44	38	41
> € 2000	7	5	6	9	6	7
im Ausland geboren	79	78	79	79	79	79
in Österreich geboren	21	22	21	21	21	21
1994 oder später nach Ö.	13	14	13	14	11	13
1989–1993	48	56	52	50	57	54
1988 oder früher	39	31	35	36	32	34
kein österr. Staatsbürger	53	25	38	47	23	35
österr. Staatsbürger	47	75	62	53	77	65

Sample: Integrations-Indikatoren

Die Integrationsindikatoren sind – ebenso wie die zuvor behandelten soziodemographischen und Herkunftsmerkmale – für die Analyse unabhängige Variablen. Es folgen die Häufigkeitsauszählungen der Variablen zur kognitiven, sozialen und psychologischen Integration:

Tabelle 8: Sample: Integrations-Indikatoren (in %)

in %	Stichprobe IST 1. Welle (n=200)			Stichprobe IST 2. Welle (n=160)		
	serb.	türk.	ges.	serb.	türk.	ges.
dt. gering	5	14	10	6	15	11
dt. mittel	52	38	45	52	39	46
dt. sehr gut	43	48	45	42	46	44
österr. Kollegen in %: keine	18	26	22	19	23	21
zwischen 1 und 50 %	50	57	54	47	57	52
zwischen 51 und 99 %	17	9	13	17	12	14
100 % österr. Kollegen	15	8	12	17	9	13
österr. Nachbarn in %: keine	33	44	39	32	42	37
zwischen 1 und 50 %	41	49	46	42	54	48
zwischen 51 und 99 %	21	3	12	21	1	11
100 % österr. Nachbarn	5	3	4	4	3	4
österr. Freunde/Bekannte: vor mehr als einer Woche/Nie	6	28	17	18	25	21
in der letzten Woche	94	73	83	83	75	79
mag Österreich weniger als sehr gerne	26	23	25	31	38	35
sehr gerne	74	77	75	69	62	65

Die Selbsteinschätzung der Deutschkenntnisse lässt den größten Teil der Migranten in der mittleren Gruppe landen, wobei die Sprachkenntnisse von ex-jugoslawischen Migranten geringfügig besser sind als die von türkischen. Personen mit geringen Deutschkenntnissen wurden schwer erreicht. In der Repräsentativstudie von ARD/ZDF (2007) sind 53 % mit sehr guten, 25 % mit durchschnittlichen und 23 % mit geringen Deutschkenntnissen ausgewiesen (vgl. ARD/ZDF 2007: 429). Bei der Regionalstudie ist die Verteilung: 44 %: sehr gut, 46 %: mittel, 10 %: gering.

Nur ein geringer Teil der Migranten hat überwiegend österreichische als wichtigste Kollegen und Nachbarn, d.h. Arbeits-, Ausbildungs- und Wohnumfeld sind zu einem Gutteil von der eigenen Volksgruppe geprägt. Österreichische Freunde/Bekannte werden von rund 80 % der

Migranten wöchentlich getroffen und die Identifikation mit Österreich ist nach eigenen Angaben bei mehr als zwei Drittel sehr groß. Die Streuung der Identifikationsvariable ist insgesamt sehr gering. Das bedeutet, dass die Befunde für diese Variable nicht sehr aussagekräftig sind.

Der durchschnittliche Migrant sieht unter Einbeziehung aller Eigenschaften also so aus: Er ist männlich, wenig gebildet und Geringverdiener, im Ausland geboren und Anfang der 1990er Jahre zugewandert, besitzt die österreichische Staatsbürgerschaft, verfügt über mittlere Deutschkenntnisse und ist in ein von Migranten geprägtes Wohn- und Arbeitsumfeld eingebettet, hat allerdings regelmäßigen Kontakt zu Österreichern.

Allein, diesen durchschnittlichen Migranten gibt es nicht. In Wahrheit sind die Personen höchst individuell und eine Zuordnung zu wenigen Typen vereinfacht die Wirklichkeit stark. Trotzdem seien an dieser Stelle vier typische Migrantengruppen kurz umrissen:

- Gastarbeiter (vorwiegend männlich und in den 70er und 80er Jahren zugewandert)
- Flüchtlinge (insbesondere Anfang der 90er Jahre aus Ex-Jugoslawien nach Österreich geflüchtet)
- nachziehende Familienangehörige (vorwiegend weiblich und ab 1989 zugezogen)
- zweite Generation (in Österreich geboren und aufgewachsen)

Die Analyse des Samples beweist, dass die durch die Migrationsforschung in Österreich identifizierten Migrantentypen im Mikrokosmos Wilhelmsburg gut abgebildet sind (vgl. Fassmann/Münz 1996a: 18ff; bzw. siehe Kapitel 1.7 *Exkurs: Migration nach Österreich in der Zweiten Republik*).

Sample: Untersuchungseinheit Rezeptionssituation

Für die Auswertung wird mit einer Ausnahme das Sample mit der Untersuchungseinheit *Proband* verwendet (n=160 für das gesamte Panel bzw. n=200 für den Erste-Welle-Datensatz). Die Ausnahme ist nun die finale Prüfung des theoretischen Modells. Dazu wird der Datensatz nämlich in ein Sample mit der Untersuchungseinheit *Rezeptionssituation* umgewandelt. Aus den beiden Wellen lassen sich 518 Rezeptionssituationen¹⁴⁷, 408 davon mit gültiger abhängiger Variable (AV) *Sprache der Anschlusskommunikation*, extrahieren. Diese Situationen werden schließlich in einem Datensatz so aufbereitet, dass für jede

¹⁴⁷ Das Maximum wären 1080 Situationen, wenn jeder der 160 Panel-Teilnehmer alle sechs Situationen ausgefüllt hätte, plus je drei Situationen der 40 zusätzlichen Probanden der ersten Welle.

Rezeptionssituation die situationsbezogenen Variablen sowie die soziodemographischen Eigenschaften und die Integrations-Indikatoren der zugehörigen Person zur Verfügung stehen. Hier ein kurzer Überblick über die Soziodemographie der an den 518 bzw. 408 Situationen beteiligten Probanden.

Tabelle 9: Sample: Untersuchungseinheit Situation: Soziodemographie (absolut und in %)

	<i>absolut</i>		<i>in %</i>	
	<i>alle (n=518)</i>	<i>gültige AV (n=408)</i>	<i>alle (n=518)</i>	<i>gültige AV (n=408)</i>
männlich	342	270	66	66
weiblich	176	138	34	34
14–29	209	173	40	42
30–49	262	203	51	50
50–74	47	32	9	8
Pflichtschule –	236	187	47	46
Lehre/Fachschule	194	156	38	39
Matura +	74	60	15	15
serbokroatisch/albanisch	281	226	54	55
türkisch/kurdisch	237	182	46	45

Erwartungsgemäß rezipieren Männer Sport häufiger als Frauen. Proportional zur Sample-Soziodemographie sind in der mittleren Altersgruppe (30–49) sowie in der Gruppe der weniger Gebildeten (Pflichtschule–) mehr Rezeptionssituationen zur Analyse vorhanden. Nach Volksgruppen zeigt sich ein leichter Überhang an Settings bei den Serbokroaten. Soweit ein detaillierter Überblick über die Grundgesamtheit und das Untersuchungssample der empirischen Erhebung. Im folgenden Kapitel werden die Befunde zu den Forschungsfragen und Hypothesen ausführlich dargelegt.

5.2 Befunde

In diesem Abschnitt werden die Befunde der Regionalstudie präsentiert. Dabei gehen die Forschungsergebnisse in vielen Fällen über die formulierten Hypothesen hinaus und erlauben einen detaillierten Einblick in das Medien- bzw. Fernsehspornutzungsverhalten von ex-jugoslawischen und türkischen Migranten in Wilhelmsburg. Für die meisten Variablen werden standardmäßig Signifikanztests zum Vergleich der beiden Wellen und der beiden Sprachgruppen vorgenommen. Die Befunde der Regionalstudie lassen sich zwar nicht auf die österreichische Repräsentativbevölkerung übertragen, ermöglichen aber in jedem Fall einen zuverlässigen Eindruck.

5.2.1 Befunde zum Mediennutzungsverhalten

Die Befunde zum Mediennutzungsverhalten betreffen die *Forschungsfragen 1* und *2* sowie die *Hypothesen H1* bis *H6*.

Für *FF 1* wurde die durchschnittliche Mediennutzung in Stunden pro Tag, die Mediennutzung gestern (Tagesnetto Reichweite) sowie die Nutzungshäufigkeit des deutsch- und herkunftssprachigen Fernsehens erhoben. Bezüglich *FF 2* liegen Befunde für die Nutzung deutsch- und muttersprachigen Fernsehens gestern (Tagesnetto Reichweite) und für die Reichweiten deutsch- und muttersprachiger Sender vor.

Mediennutzung in Stunden pro Tag

Das Fernsehen ist das mit Abstand am stärksten genutzte Medium unter Migranten. Dieser Befund bestätigt die bisherigen Forschungsergebnisse (vgl. Weiß/Trebbe 2001; Goldberg/Sauer 2006; WDR-Medienforschung 2006; Bucher/Bonfadelli 2007; ARD/ZDF 2007; ORF/GfK 2008). Im Vergleich der beiden Wellen ist in der generellen Mediennutzung („Nutzung normalerweise“) kein signifikanter Unterschied feststellbar.¹⁴⁸

¹⁴⁸ Bei der Darstellung sind hier für die erste Welle sowohl die Werte für das gesamte Erste-Welle-Sample (n=200) als auch für die Teile des vollständigen Panels (n=160) ausgewiesen. Es zeigt sich, dass die Werte des 160er Samples mit denen des 200er Samples vergleichbar sind. In den weiteren Analysen wird meist nur das 160er Panel herangezogen.

Tabelle 10: Mediennutzung in h pro Tag

<i>in h pro Tag</i>	1. Welle (n=200)	1. Welle (n=160)	2. Welle (n=160)
Fernsehen	2,8	2,9	2,7
Radio	1,2	1,1	1,2
Tageszeitung	0,5	0,6	0,6
Internet	1,6	1,5	1,6

Skala: 0: gar nicht, 0,5: weniger als eine Stunde, 1,5: ein bis zwei Std., 3: zwei bis vier Std., 5: mehr als vier Std.
Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

Das Internet nimmt im Medien-Pool von Migranten den zweiten Rang ein. Radio und Tageszeitungen sind für sie verhältnismäßig weniger bedeutend.

Im Vergleich der beiden Volksgruppen fällt bei der Gruppe der türkischen Migranten das Medienbudget insgesamt größer aus. Ausschlaggebend dafür ist nicht zuletzt die (sign.) stärkere Nutzung von Tageszeitungen und Internet während der Fußball-EM.

Tabelle 11: Mediennutzung in h pro Tag nach Sprachgruppen

<i>in h pro Tag</i>	<i>serbokroatisch</i>		<i>türkisch</i>	
	1. Welle (n=80)	2. Welle (n=80)	1. Welle (n=80)	2. Welle (n=80)
Fernsehen	2,7	2,6	3,0	2,9
Radio	1,3	1,2	1,0	1,3
Tageszeitung	0,5	0,5	0,6	** 0,7
Internet	1,2	1,1	1,7	** 2,1

Skala: 0: gar nicht, 0,5: weniger als eine Stunde, 1,5: ein bis zwei Std., 3: zwei bis vier Std., 5: mehr als vier Std.
Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)
Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Mediennutzung gestern (Tagesnetto Reichweite)

Bei der Frage nach der Mediennutzung am Stichtag *gestern* rangiert gleichermaßen das Fernsehen mit über 90 % an erster Stelle. Dieser Wert übersteigt die Tagesreichweite in der österreichischen Repräsentativbevölkerung deutlich (durchschnittlich 64,1 % im Jahr 2007) (vgl. ORF-Medienforschung 2008; Quelle: Teletest 2007). Allerdings sind aufgrund der Methode der Befragung gegenüber der exakten Teletest-Messung überhöhte Reichweitenwerte zu berücksichtigen. Die ebenfalls durch Befragung ermittelten Werte der Studie *Massenkommunikation* (2005) für Deutschland zeigen für die Fernseh-Tagesreichweite einen vergleichbaren Wert von 89 % für die deutsche Bevölkerung. Der in der ARD/ZDF-Studie (2007) für Migranten erhobene Wert liegt bei 83 % (vgl. ARD/ZDF 2007: 431).

Tabelle 12: Mediennutzung gestern

<i>gestern genutzt (in % von allen)</i>	<i>1. Welle (n=200)</i>	<i>1. Welle (n=160)</i>	<i>2. Welle (n=160)</i>	<i>Österr. reprä- sentativ</i>
Fernsehen	91	92	93	64,1
Radio	33	34	41	82,6
Tageszeitung	30	29	38	
Internet	41	41	37	45,0

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Quelle für Österreich repräsentativ: ORF-Medienforschung: Teletest 2007, Radiotest 2007, AIM 1. Quartal/2008

Die tägliche Radionutzung ist unter Migranten (rund 40 %) deutlich niedriger als in der österreichischen Repräsentativbevölkerung (82,6 %). (vgl. ORF-Medienforschung; Quelle: Radiotest 2007); die Internetnutzung mit rund 40 % dagegen vergleichbar (45 % (fast) tägliche Internetnutzung in Österreich) (vgl. ORF-Medienforschung; Quelle: AIM 1. Quartal/2008).

Tabelle 13: Mediennutzung gestern nach Sprachgruppen

<i>gestern genutzt (in % von allen)</i>	<i>serbokroatisch</i>		<i>türkisch</i>	
	<i>1. Welle (n=80)</i>	<i>2. Welle (n=80)</i>	<i>1. Welle (n=80)</i>	<i>Welle (n=80)</i>
Fernsehen	94	91	90	94
Radio	39	51 *	30	31
Tageszeitung	25	33	34	43
Internet	39 ≈	26	43	** 48

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Zwischen den beiden Volksgruppen bestehen zwei signifikante Unterschiede: Die Internetnutzung liegt während der Fußball-EM in der türkischen Community höher, die Radionutzung jedoch in der ex-jugoslawischen. Eine höhere Radionutzung unter Ex-Jugoslawen bestätigt auch die ARD/ZDF-Studie (vgl. ARD/ZDF 2007: 431).

Fernsehnutzungshäufigkeit

An dieser Stelle wird die grundsätzliche Häufigkeit der Nutzung von deutschsprachigem und Herkunftsland-Fernsehen betrachtet. Knapp zwei Drittel der Befragten schauen demnach regelmäßig deutschsprachiges Fernsehen und etwa ein Zehntel schaut nie deutschsprachige Sender.

Tabelle 14: Nutzungshäufigkeit deutschsprachiges Fernsehen

<i>in %</i>	<i>1. Welle (n=160)</i>	<i>2. Welle (n=160)</i>
nie	9	9
gelegentlich	33	31
regelmäßig	58	59
<i>MW</i>	<i>1,49</i>	<i>1,50</i>

Skala: 0: nie, 1: gelegentlich, 2: regelmäßig
 Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

Bei den Herkunftsland-Programmen schaltet etwas weniger als die Hälfte regelmäßig ein. Der Anteil der strikten Nicht-Seher liegt hier etwas höher als bei den deutschsprachigen Sendern.

Tabelle 15: Nutzungshäufigkeit Herkunftsland-Fernsehen

<i>in %</i>	<i>1. Welle (n=160)</i>	<i>2. Welle (n=160)</i>
nie	20	15
gelegentlich	36	39
regelmäßig	44	46
<i>MW</i>	<i>1,24</i>	<i>1,31</i>

Skala: 0: nie, 1: gelegentlich, 2: regelmäßig
 Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

In der Nutzung von deutschsprachigem vs. Herkunftsland-Fernsehen unterscheiden sich allerdings die Angehörigen beider Volksgruppen grundlegend. Während drei Viertel der serbokroatischen Migranten regelmäßig deutschsprachiges Fernsehen schauen, sind es unter türkischen nur etwa 40 %.

Tabelle 16: Nutzungshäufigkeit deutschsprachiges Fernsehen nach Sprachgruppen

<i>in %</i>	<i>serbokroatisch</i>		<i>türkisch</i>	
	<i>1. Welle (n=80)</i>	<i>2. Welle (n=80)</i>	<i>1. Welle (n=80)</i>	<i>2. Welle (n=80)</i>
nie	8	6	11	13
gelegentlich	16	19	49	44
regelmäßig	76	75	40	44
<i>MW</i>	<i>1,80 **</i>	<i>1,78 **</i>	<i>1,39</i>	<i>1,42</i>

Skala: 0: nie, 1: gelegentlich, 2: regelmäßig
 Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)
 Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Bei der Betrachtung der Zuwendung zu den Herkunftslandsendern wird klar, dass türkische Migranten dafür deutlich häufiger Herkunftsland-Fernsehen schauen. Mehr als die Hälfte macht dies regelmäßig. Unter ex-jugoslawischen Migranten ist der Anteil an Personen, die Herkunftsland-Fernsehen *nie* oder nur *gelegentlich* schauen, wesentlich größer.

Tabelle 17: Nutzungshäufigkeit Herkunftsland-Fernsehen nach Sprachgruppen

in %	serbokroatisch		türkisch	
	1. Welle (n=80)	2. Welle (n=80)	1. Welle (n=80)	2. Welle (n=80)
nie	25	18	15	13
gelegentlich	41	54	30	24
regelmäßig	34	29	55	64
MW	1,13	1,14	** 1,49	** 1,57

Skala: 0: nie, 1: gelegentlich, 2: regelmäßig

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Es lässt sich im Vergleich der Fernsehgewohnheiten nach Sprachgruppen eindeutig feststellen, dass ex-jugoslawische Migranten bevorzugt deutschsprachige Sender und türkische Migranten umgekehrt bevorzugt Herkunftsland-Programme schauen.

Fernsehnutzung gestern¹⁴⁹

Bei der Betrachtung der Tagesnetto Reichweite von deutschsprachigem vs. Herkunftsland-Fernsehen zeigt sich, dass während der Fußball-EM die Reichweite von deutschsprachigen Sendern signifikant zugenommen hat (von 85 auf 93 %) und zwar ausschließlich aufgrund einer Steigerung bei den türkischen Migranten. Die Reichweite des Herkunftsland-Fernsehens hat sich während der EURO dagegen nicht verändert und ist konstant bei rund 75 % verblieben, wobei türkische Migranten Herkunftslandsender signifikant stärker als ex-jugoslawische nutzen.

Tabelle 18: Fernsehnutzung gestern

gestern genutzt (in %)	Alle		serbokroatisch		türkisch	
	1. Welle (n=160)	2. Welle (n=160)	1. Welle (n=80)	2. Welle (n=80)	1. Welle (n=80)	2. Welle (n=80)
Dt. Sender	85	≈≈ 93	95 **	96	75	≈≈ 90
Herkunftsland-TV	76	74	68	69	* 85	80

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

¹⁴⁹ Die Abweichungen gegenüber den Angaben zur generellen Tagesnetto Reichweite Fernsehen können damit erklärt werden, dass hier die Tagesreichweite über die einzelnen Sender berechnet wird.

Bestand bei der ersten Erhebungswelle noch eine deutliche Diskrepanz zwischen der türkischen und der ex-jugoslawischen Community bezüglich der Nutzung des deutschsprachigen Fernsehangebots, hat sich diese während der Fußball-EM eingeebnet.

Tagesreichweiten der Fernsehsender

In den folgenden Tabellen sind die deutsch-, serbokroatisch- und türkischsprachigen Sender sortiert nach ihrer Tagesreichweite bei der Zweite-Welle-Messung dargestellt. Unter den deutschsprachigen Sendern nimmt ORF1 – auch dank der Fußball-EM – den ersten Platz ein. Die drei EM-Spiele-übertragenden Sender, ORF, ZDF und ARD, sind grau hinterlegt dargestellt. Alle drei betreffenden Sender haben während der EURO signifikant an Reichweite zugelegt.

Tabelle 19: Tagesnettoreichweite der deutschsprachigen Sender

<i>in %</i>	<i>1. Welle (n=160)</i>	<i>2. Welle (n=160)</i>
ORF1	47	≈ 62
RTL	36	41
Pro7	44	39
ZDF	8	≈ 24
RTL II	26	22
ORF2	22	21
Super RTL	20	21
Sat1	12	18
VOX	16	17
ATV	13	14
kabel eins	9	14
MTV	9	11
andere(r)	16	11
ARD	2	≈ 8
3Sat	2	2

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant ($p < 0,05$), ≈ hoch signifikant ($p < 0,01$)

Werden die Sprachgruppen getrennt betrachtet, ist bei beiden die deutliche Zunahme der Tagesreichweite von ORF1, ZDF und ARD zu beobachten (siehe *Tabelle 20*).

Tabelle 20: Tagesnetto Reichweite der deutschsprachigen Sender nach Sprachgruppen

TNRW in %	serbokroatisch		türkisch	
	1. Welle (n=80)	2. Welle (n=80)	1. Welle (n=80)	2. Welle (n=80)
ORF1	50	≈ 63	44	≈ 61
RTL	50 **	55 **	21	26
Pro7	48	46	40	33
ZDF	13 *	≈ 30	4	≈ 19
RTL II	31	21	20	23
ORF2	28	28	18	15
Super RTL	23	26	18	16
Sat1	19 *	21	6	14
VOX	23 *	≈ 13	10	≈ 21
ATV	11	11	15	18
kabel eins	15 *	15	4	≈ 13
MTV	8	6	10	15
andere(r)	19	14	13	9
ARD	4	8	0	≈ 8
3Sat	5 *	3	0	1

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant ($p < 0,05$), ≈≈ hoch signifikant ($p < 0,01$)

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

Nach den deutschsprachigen Sendern nun zu den Herkunftslandsendern im Detail: Unter den 20 abgefragten ex-jugoslawischen Sendern nehmen bosnische und serbische bei der Reichweitenmessung die oberen Ränge ein (siehe *Tabelle 21*). Die Begründung dafür liegt darin, dass die Mehrheit der ex-jugoslawischen Untersuchungsteilnehmer Bosnier serbischer Nation sind. Stärkster ex-jugoslawischer Sender ist der bosnische Sender BN TV Bijeljina gefolgt vom serbischen öffentlich-rechtlichen Sender RTS1 und dem bosnischen öffentlich-rechtlichen Sender BHTV1. Die Tagesnetto Reichweite der drei EM-Spiele-übertragenden Sender, RTS1, BHTV1 und HRT2 (unter der Kategorie andere(r), weil nicht explizit ausgewiesen), hat sich während der Fußball-EM nicht signifikant verändert.

Tabelle 21: Tagesnetto Reichweite der serbokroatischsprachigen Sender

TNRW in %	serbokroatisch	
	1. Welle (n=80)	2. Welle (n=80)
BN TV Bijeljina	40	50
RTS1	33	29
BHTV1	19	16
RTRS	10	16
HRT-TV1	18	16

andere(r)	6	14
RTCG	4	8
RTV Vikom	11	5
Balkanica Music TV	10	4
RTS 2	4	1
CMC-Croatian Music	0	1
OBN Televizija	0	1
RTS Uzivo	3	1
RTV Pink	1	1
B92 TV	0	0
Nova TV	0	0
MKRTV-MTV1	1	0
Studio B	0	0
RTL-Televizija	3	0
ATV-Alternativna TV	0	0
Z1	0	0

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: \approx signifikant ($p < 0,05$), $\approx\approx$ hoch signifikant ($p < 0,01$)

Unter den türkischen Probanden wurden 24 Herkunftsland-Sender auf ihre Tagesnetto Reichweite hin abgefragt (siehe *Tabelle 22*). Der Privatsender Kanal D rangiert dabei an erster Stelle. Den zweiten und dritten Platz nehmen ebenfalls zwei Privatsender ein: Show TV und ATV. Die beiden Sender, auf denen EM-Spiele übertragen wurden, ATV und TRT1, konnten ihre Reichweite während der Fußball-EM nicht steigern, wobei die Reichweite von ATV allerdings auf hohem Niveau konstant geblieben ist.

Tabelle 22: Tagesnetto Reichweite der türkischsprachigen Sender

TNRW in %	türkisch	
	1. Welle (n=80)	2. Welle (n=80)
Kanal D	63	68
Show TV	54	58
ATV	59	54
Star TV	56	50
TGRT (EU)	21	24
CNN Türk	10	15
Kral TV	11	14
Kanal 7 (Int.)	9	11
Samanyolu TV	11	10
TRT1	15	10
NTV	10	9
TV 8	5	9
andere(r)	6	6

Kanal 5	3	4
TRT 2	6	4
Cine 5	0	3
Mesaj TV	0	3
TRT 4	1	3
TRT Int.	8	3
Dream TV	1	1
Lig TV	6 [≈]	1
Meltem TV	0	1
TRT 3	1	1
Türkmen TV	1	0
Yesilcam TV	0	0

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant ($p < 0,05$), ≈≈ hoch signifikant ($p < 0,01$)

Der Vergleich zwischen den beiden Erhebungswellen lässt einen eindeutigen Schluss zu: ORF1 hat durch die Übertragung der Fußball-EM zahlreiche Seher unter türkischen und serbokroatischen Migranten hinzugewinnen können, ebenso ZDF und ARD. Bei den live-übertragenden ex-jugoslawischen Sendern, RTS und BHTV, ist dieser Trend genauso wenig zu erkennen wie bei den türkischen Sendern ATV und TRT1.

Die deutschsprachigen Sender, ORF1, ZDF und ARD, haben also von der EM-Übertragung profitiert, ORF1 und ZDF am meisten. Der Vorsprung des ZDF gegenüber der ARD kann insofern erklärt werden, als die für die beiden Migranten-Gruppen interessanteren Spiele im ZDF gelaufen sind, beispielsweise vier von fünf Türkei-Spielen und mehrheitlich die Spiele der Vorrunden-Gruppe mit Österreich und Kroatien.

5.2.2 Befunde zur Erklärung des Fernsehverhaltens

Die Befunde zur Erklärung des Fernsehverhaltens beziehen sich auf die *Forschungsfragen 3* und *4* sowie auf die *Hypothesen H7, H8* und *H9*. Es wird geprüft, ob soziodemographische und Herkunfts-Eigenschaften (*FF 3*) sowie Integrations-Indikatoren (*FF 4*) einen Einfluss auf die Bevorzugung von deutschsprachigem vs. Herkunftsland-Fernsehen haben. Die abhängige Variable ist der *Nutzungsanteil des deutschsprachigen Fernsehens in %*. Dieser Anteil korreliert hoch zwischen den beiden Erhebungswellen (Pearson-Korrelation: 0,70 ** ($p < 0,01$)). Damit lässt sich vorweg sagen, dass der Marktanteil des deutschsprachigen Fernsehens über beide Wellen hinweg relativ stabil geblieben ist.

a) Erklärung durch soziodemographische und Herkunfts-Merkmale

Im Hinblick auf das Fernsehverhalten (deutsch- vs. muttersprachig) bestehen im Merkmal *Muttersprache* signifikante Unterschiede.

Tabelle 23: Erklärung des Fernsehverhaltens durch soziodemographische und Herkunfts-Merkmale

<i>UV</i>	<i>1. Welle (n=160)</i>	<i>2. Welle (n=160)</i>
Geschlecht		
Altersgruppen		
Bildung		
Einkommen		
Muttersprache	**	**
Geburtsland		
Aufenthaltsdauer		
Staatsbürgerschaft		

Skalen: Geschlecht (1: männlich, 2: weiblich), Altersgruppen (1: 14-29, 2: 30-49, 3: 50-74), Bildung (1: Pflichtschule -, 2: Lehre/Fachschule, 3: Matura +), Einkommen (1: weniger als € 1.000,-, 2: € 1.000,- bis € 2.000,-, 3: mehr als € 2.000,-), Muttersprache (1: Serbokroatisch, 2: Türkisch), Geburtsland (1: Ausland, 2: Österreich), Aufenthaltsdauer (1: 1994 oder später nach Österr., 2: 1989–1993, 3: 1988 oder früher nach Österr.), Staatsbürgerschaft (0: nein, 1: ja)
 Gruppen-Vergleiche: H-Test nach Kruskal und Wallis: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Ex-jugoslawische Migranten schauen verhältnismäßig mehr deutschsprachiges Fernsehen als türkische. Das zeigen die Signifikanztests sowohl für die erste als auch für die zweite Erhebungswelle. Die anderen soziodemographischen und Herkunfts-Variablen können die Varianz der abhängigen Variable nicht näher erklären.

b) Erklärung durch Integrationsindikatoren

Weitere Erklärungsvariablen für das Fernsehverhalten sind Indikatoren für die kognitive, soziale und psychologische Integration einer Person: konkret sind das die Deutschkenntnisse, die Einbettung in die Aufnahmegesellschaft (Kollegen, Nachbarn, Freunde/Bekannte) sowie die Identifikation mit dem Aufnahmeland Österreich. Alle Integrationsindikatoren erweisen sich für den *Nutzungsanteil des deutschsprachigen Fernsehens* als erklärungskräftig (siehe *Tabelle 24*).

Tabelle 24: Erklärung des Fernsehverhaltens durch Integrations-Indikatoren

UV	1. Welle (n=160)	2. Welle (n=160)
Deutsch-Kenntnisse	**	**
österreichische Kollegen	*	**
österreichische Nachbarn	**	**
österr. Freunde / Bekannte	**	*
mag Österreich		*

Skalen: Deutsch-Kenntnisse (1: gering, 2: mittel, 3: sehr gut), Österreichische Kollegen (0: keine, 1: zwischen 1 und 50 %, 2: zwischen 51 und 99 %, 3: 100 % österr. Kollegen), Österreichische Nachbarn (0: keine, 1: zwischen 1 und 50 %, 2: zwischen 51 und 99 %, 3: 100 % österr. Kollegen), Österreichische Freunde/Bekannte zuletzt getroffen (1: vor mehr als 1 Wo. / Nie, 2: in der letzten Woche), mag Österreich (1: weniger als sehr gerne, 2: sehr gerne)

Gruppen-Vergleiche: H-Test nach Kruskal und Wallis: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Den Befunden zur Erklärung des Fernsehverhaltens zu Folge sind nicht primär die sozio-demographischen Eigenschaften einer Person verantwortlich für das Fernsehverhalten (deutsch- vs. muttersprachig), sondern vielmehr ist es der Grad der Einbettung in die österreichische Gesellschaft. Mit anderen Worten: Nur durch eine bessere Integration in die Gesellschaft nähert sich auch das Fernsehverhalten von Migranten dem österreichischer Bürger an, von alleine ergibt es sich nicht. Alter, Aufenthaltsdauer oder Staatsbürgerschaft sind beispielsweise keine signifikanten Erklärungsvariablen. Dieser Befund steht etwas im Widerspruch zum Ergebnis der ARD/ZDF-Studie (2007), in der kein großer Zusammenhang zwischen dem Integrationsgrad und der Mediennutzung konstatiert wird, sondern – außer auf die Deutsch-Kenntnisse – mehr auf Merkmale wie Geburtsland oder Bildungsgrad verwiesen wird (vgl. ARD/ZDF 2007: 432).

5.2.3 Befunde zur Häufigkeit der Sportrezeption

Die Befunde zur Häufigkeit bzw. zur Frequenz der Sportrezeption in den drei Feldern nehmen auf die *Forschungsfragen 5* und *6* sowie auf die *Hypothese 10* Bezug.

Häufigkeit der Sportrezeption

An dieser Stelle erfolgt eine Betrachtung der grundsätzlichen Verbreitung der Sportrezeption unter der migrantischen Bevölkerung, d.h. der Häufigkeit der *aktiven Sportausübung*, der *Fernsehsportrezeption* und der *passiven Rezeption am Sportplatz*.

Tabelle 25: Häufigkeit der Sportrezeption

in %	1. Welle (n=160)			2. Welle (n=160)		
	aktiv Sport	Fernseh-sport	passiv	aktiv Sport	Fernseh-sport	passiv
nie	65	27	57	63	23	58
gelegentlich	28	49	38	29	51	36
regelmäßig	8	24	6	8	27	6
MW	0,43	0,97	0,49	0,46	1,04	0,48

Skala: 0: nie, 1: gelegentlich, 2: regelmäßig

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

8 % betreiben demnach regelmäßig aktiv Mannschaftssport, rund 25 % schauen regelmäßig Mannschaftssport im Fernsehen und 6 % besuchen regelmäßig als Zuschauer Spiele am Sportplatz. Zwischen den beiden Wellen sind bei dieser generellen Angabe keine signifikanten Verschiebungen feststellbar.

In den folgenden beiden Tabellen sind die Werte für die generelle Sportrezeption in den drei Feldern getrennt nach Sprachgruppen dargestellt.

Tabelle 26: Häufigkeit der Sportrezeption (serbokroatisch)

in %	serbokroatisch					
	1. Welle (n=80)			2. Welle (n=80)		
	aktiv Sport	Fernseh-sport	passiv	aktiv Sport	Fernseh-sport	passiv
nie	55	19	43	56	16	48
gelegentlich	31	50	49	34	51	43
regelmäßig	14	31	9	10	33	10
MW	0,59 **	1,13 **	0,66 **	0,54	1,16 *	0,62 **

Skala: 0: nie, 1: gelegentlich, 2: regelmäßig

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Tabelle 27: Häufigkeit der Sportrezeption (türkisch)

in %	türkisch					
	1. Welle (n=80)			2. Welle (n=80)		
	aktiv Sport	Fernseh-sport	passiv	aktiv Sport	Fernseh-sport	passiv
nie	75	35	71	69	29	69
gelegentlich	24	49	26	25	50	29
regelmäßig	1	16	3	6	21	3
MW	** 0,26	** 0,81	** 0,31	≈ 0,38	* 0,93	** 0,34

Skala: 0: nie, 1: gelegentlich, 2: regelmäßig

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Grundsätzlich ist die Beteiligung in allen drei Feldern unter der ex-jugoslawischen Gruppe signifikant größer als unter der türkischen. Die Sportrezeption spielt also sowohl in passiver als auch in aktiver Form bei den ex-jugoslawischen Probanden eine weitaus größere Rolle. Vermutlich jahreszeitbedingt¹⁵⁰ hat zwischen den beiden Wellen die aktive Sportausübung unter türkischen Migranten zugenommen.

Frequenz der Sportrezeption – Sportrezeption letztes Mal

Bei der Frage nach der letzten Rezeption im jeweiligen Feld bestätigen sich die Erkenntnisse zur generellen Sportrezeption, nämlich, dass etwa ein Viertel der Migranten keinen Fernsehsport schaut sowie zwei Drittel keinen aktiven Sport betreiben und ebenso viele keine Spiele am Sportplatz verfolgen.

Tabelle 28: Sportrezeption letztes Mal

in %	1. Welle (n=160)			2. Welle (n=160)		
	aktiv Sport	Fernseh-sport	passiv	aktiv Sport	Fernseh-sport	passiv
keine Angabe	63	29	59	64	22	59
vor mehr als einem M.	11	13	23	9	1	16
in den letzten vier Wo.	6	11	7	6	6	14
in der letzten Wo.	13	26	9	14	37	10
gestern	8	21	2	8	34	1
<i>MW</i>	0,91	1,98	0,73	0,92	≈ 2,61	0,76

Skala: 0: keine Angabe, 1: vor mehr als einem Monat, 2: in den letzten vier Wochen, 3: in der letzten Woche, 4: gestern

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

Erwartungsgemäß hat während der Fußball-EM die Frequenz der Fernsehsportrezeption deutlich zugenommen. In Summe haben während dieser Zeit über 70 % *in der vergangenen Woche* ein Sportereignis angeschaut (gestern + in der letzten Woche).

Aufgeteilt auf die beiden Volksgruppen wird auf der einen Seite die – auf hohem Niveau – stabile Fernsehsportrezeption unter serbokroatischen Migranten sichtbar und auf der anderen Seite die Dynamik, die die Fußball-EM unter türkischen Migranten ausgelöst hat (siehe *Tabellen 29 und 30*).

¹⁵⁰ Die erste Erhebungswelle war größtenteils im Winter und im Frühjahr, die zweite Welle im Frühsommer.

Tabelle 29: Sportrezeption letztes Mal (serbokroatisch)

in %	serbokroatisch					
	1. Welle (n=80)			2. Welle (n=80)		
	aktiv Sport	Fernseh-sport	passiv	aktiv Sport	Fernseh-sport	passiv
keine Angabe	54	20	45	60	19	51
vor mehr als einem M.	16	11	28	9	1	21
in den letzten vier Wo.	5	9	13	8	8	19
in der letzten Wo.	16	30	13	15	48	9
gestern	9	30	3	9	25	0
MW	1,10 *	2,39 **	1,00 **	1,04	2,59	0,85

Skala: 0: keine Angabe, 1: vor mehr als einem Monat, 2: in den letzten vier Wochen, 3: in der letzten Woche, 4: gestern

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant ($p < 0,05$), ≈≈ hoch signifikant ($p < 0,01$)

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

Die ausgewiesenen Signifikanzen bei den Mittelwerten der ersten Welle zeigen in allen drei Feldern die höhere Frequenz der Sportrezeption bei serbokroatischen gegenüber türkischen Migranten an. Bei der zweiten Welle hat sich die Frequenz in allen drei Bereichen angeglichen, insbesondere bei der Fernsehsportrezeption, sodass keine signifikanten Unterschiede mehr feststellbar sind.

Tabelle 30: Sportrezeption letztes Mal (türkisch)

in %	türkisch					
	1. Welle (n=80)			2. Welle (n=80)		
	aktiv Sport	Fernseh-sport	passiv	aktiv Sport	Fernseh-sport	passiv
keine Angabe	71	38	73	68	25	68
vor mehr als einem M.	6	15	19	10	0	11
in den letzten vier Wo.	8	14	1	4	5	9
in der letzten Wo.	9	21	6	13	26	11
gestern	6	13	1	6	44	1
MW	* 0,73	** 1,56	** 0,45	0,80	≈≈ 2,64	0,68

Skala: 0: keine Angabe, 1: vor mehr als einem Monat, 2: in den letzten vier Wochen, 3: in der letzten Woche, 4: gestern

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant ($p < 0,05$), ≈≈ hoch signifikant ($p < 0,01$)

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

Haben bei der ersten Welle nur 34 % der türkischen Migranten innerhalb der letzten Woche Fernseh-sport konsumiert, waren es während der Fußball-EM 70 %. Jahreszeitbedingt sind auch kleinere Veränderungen bei den Werten der aktiven Sportausübung und der passiven Rezeption am Sportplatz passiert.

5.2.4 Befunde zur Charakterisierung der Sportrezeption

Die *Forschungsfragen 7* und *8* und die *Hypothesen H11* bis *H15* bilden die Grundlage für die Charakterisierung der Sportrezeption. Die Charakteristik der jeweils letzten Rezeptions-situation in allen drei Feldern wurde anhand zahlreicher situationsbezogener Variablen er-fasst. Gemäß dem theoretischen Modell „*Medien-Sport-Integration*“ steht das Verhältnis von deutsch- vs. muttersprachiger Kommunikation, d.h. die *Sprache der Anschlusskommunika-tion*, im Zentrum der Betrachtung. Ausgehend davon wird die potentielle Wirkung der Situation auf den Integrationsgrad festgelegt: potentiell *separierend*, *interkulturell inte-grierend* oder *assimilierend*.

Die anderen situationsbezogenen Eigenschaften dienen ebenso wie die soziodemo-graphischen und Herkunfts-Merkmale und Integrationsindikatoren als Erklärungsvariablen für die *Sprache der Anschlusskommunikation* respektive für *die potentielle Wirkung auf den Integrationsgrad*. Wie sieht nun der Anteil an *muttersprachigen* (separierenden), *zweispra-chigen* (interkulturell integrierenden) und *deutschsprachigen* (assimilierenden) Situationen in den drei Feldern aus?

Tabelle 31: Sportrezeption letztes Mal: Sprache der Anschlusskommunikation

in %	1. Welle			2. Welle			Alle Situa-tionen
	aktiv Sport (n=53)	Fernseh-sport (n=77)	passiv (n=54)	aktiv Sport (n=52)	Fernseh-sport (n=99)	passiv (n=58)	
muttersprachig	25	44	17	25	45	24	33
zweisprachig	60	44	70	58	42	64	54
deutschsprachig	15	12	13	17	12	12	13
MW	1,91	1,68 **	1,96	1,92	1,67 *	1,88	1,81

Skala: 1: muttersprachig, 2: zweisprachig, 3: deutschsprachig

Felder-Vergleich: Wilcoxon-Test: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Der Fernseh-sport ist nach dieser Betrachtungsweise das für die Integration am wenigsten zu-trägliche Feld. Bei aktiver Mannschaftssportausübung und bei passiver Rezeption am Sport-platz kommen bedeutend mehr interkulturell integrierende Situationen zu Stande, d.h. Situationen bei denen die Rezipienten neben der Muttersprache auch Deutsch verwenden. Die Sonderstellung des Fernseh-sports lässt sich insofern begründen, als Fernseh-sport vorwiegend als Fernsehen und nicht als Sport zu sehen ist, wie Mikos das in Bezug auf

Fußball im Fernsehen beschreibt: „*Fernsehfußball [ist] in erster Linie Fernsehen [...] und nicht Fußball*“ (Mikos 2002: 42; In: Friemel 2009).

Zwischen den Wellen ist keine Entwicklung gegeben: während der Fußball-EM hat sich also das Kommunikationsverhalten der Probanden nicht verändert. Im Gegensatz zur Steigerung des Konsums deutschsprachiger Sender sind die Gesprächspartner in ihrer ethnischen Zusammensetzung offenbar gleich geblieben. Grundsätzlich macht die Betrachtung aller Situationen aber deutlich: Im sportlichen Umfeld ist großes Potential für interkulturellen Austausch vorhanden.

Tabelle 32: Sportrezeption letztes Mal: Sprache der Anschlusskommunikation (serbokroatisch)

in %	serbokroatisch						Alle Situationen
	1. Welle			2. Welle			
	aktiv Sport (n=32)	Fernseh-sport (n=40)	passiv (n=36)	aktiv Sport (n=31)	Fernseh-sport (n=54)	passiv (n=34)	
muttersprachig	25	45	17	32	43	15	31
zweisprachig	66	38	75	58	44	74	57
deutschsprachig	9	18	8	10	13	12	12
MW	1,84	1,73	1,92	1,77 *	1,70	1,97	1,81

Skala: 1: muttersprachig, 2: zweisprachig, 3: deutschsprachig

Felder-Vergleich: Wilcoxon-Test: • signifikant (p<0,05), •• hoch signifikant (p<0,01)

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Tabelle 33: Sportrezeption letztes Mal: Sprache der Anschlusskommunikation (türkisch)

in %	türkisch						Alle Situationen
	1. Welle			2. Welle			
	aktiv Sport (n=21)	Fernseh-sport (n=37)	passiv (n=18)	aktiv Sport (n=21)	Fernseh-sport (n=45)	passiv (n=24)	
muttersprachig	24	43	17	14	49	38	35
zweisprachig	52	51	61	57	40	50	50
deutschsprachig	24	5	22	29	11	13	15
MW	2,00	1,62	2,06	* 2,14	1,62	1,75	1,80

Skala: 1: muttersprachig, 2: zweisprachig, 3: deutschsprachig

Felder-Vergleich: Wilcoxon-Test: • signifikant (p<0,05), •• hoch signifikant (p<0,01)

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Ein signifikanter Unterschied zwischen den Volksgruppen im Hinblick auf die *Sprache der Anschlusskommunikation* besteht nur bei der aktiven Sportausübung: Türkische Sportler sind hier öfters in eine rein deutschsprachige Umgebung eingebunden als serbokroatische.

Zwischen erster und zweiter Welle gibt es keine Veränderungen. Die Fußball-EM hat gemäß dieser Operationalisierung des Kommunikationsverhaltens also keine Impulse für eine vermehrte interkulturelle Kommunikation gebracht. Allerdings wird innerhalb der Familie und speziell mit Freunden, Bekannten und anderen Leuten sehr wohl auch bei der Fernseh-sportrezeption Deutsch verwendet, und während der Fußball-EM war die Frequenz dieser Gespräche höher als normalerweise. Insofern kann davon ausgegangen werden, dass die Fußball-EM häufiger als „normalerweise“ deutschsprachige Kommunikation veranlasst hat.

Eigenschaften des originären Sportereignisses

Nach den Befunden zur Variable *Sprache der Anschlusskommunikation* respektive zur *potentiellen Wirkung* werden nun die Ergebnisse zu den situationsbezogenen unabhängigen Variablen präsentiert. Das erste Paket bilden dabei die zum originären Sportereignis erhobenen Eigenschaften: *Sportart, Ereignistyp, Herkunft der Sportler* und *Spielausgang*.

a) Sportart

Die in Betracht gezogenen Sportarten wurden auf Mannschaftssportarten eingeschränkt. Von den Einzelsportarten ist im Hinblick auf das Erkenntnisinteresse, nämlich die Evaluierung der sportbegleitenden Kommunikation, wenig zu erwarten. Die Auszählung der Situationen verdeutlicht, dass Fußball die dominierende Mannschaftssportart ist und das insbesondere auch beim Fernsicht (81 % bei der ersten und 100 % bei der zweiten Welle). Beim aktiven Sport spielt noch Volleyball mit einem Anteil von bis zu einem Viertel eine wichtige Rolle. Alle anderen Mannschaftssportarten haben eine eher marginale Bedeutung.

Tabelle 34: Sportrezeption letztes Mal: Sportart

in %	1. Welle			2. Welle		
	aktiv Sport (n=60)	Fernseh-sport (n=105)	passiv (n=64)	aktiv Sport (n=50)	Fernseh-sport (n=126)	passiv (n=63)
Basketball	3	2	3			
Eishockey						
Football/Rugby	2			2		2
Fußball	63	89	91	68	100	90
Handball	3	4	5	2		5
Volleyball	20	3	2	24		3
andere	8	3		4		

Nach Sprachgruppen getrennt werden die etwas größere Diversität der Sportarten bei Serbokroaten sowie die sehr starke Fokussierung auf Fußball bei den Türken deutlich.

Tabelle 35: Sportrezeption letztes Mal: Sportart (serbokroatisch)

in %	serbokroatisch					
	1. Welle			2. Welle		
	aktiv Sport (n=37)	Fernseh-sport (n=56)	passiv (n=42)	aktiv Sport (n=26)	Fernseh-sport (n=64)	passiv (n=36)
Basketball	3	4	5			
Eishockey						
Football/Rugby				4		3
Fußball	62	80	88	62	100	89
Handball	5	7	7	4		8
Volleyball	24	5		31		
andere	5	4				

Tabelle 36: Sportrezeption letztes Mal: Sportart (türkisch)

in %	türkisch					
	1. Welle			2. Welle		
	aktiv Sport (n=23)	Fernseh-sport (n=49)	passiv (n=22)	aktiv Sport (n=24)	Fernseh-sport (n=62)	passiv (n=27)
Basketball	4					
Eishockey						
Football/Rugby	4					
Fußball	65	98	95	75	100	93
Handball						
Volleyball	13		5	17		7
andere	13	2		8		

Nachdem Fußball generell und speziell im Feld der *Fernsehsporrezeption* eine so dominante Rolle spielt, ist ein Vergleich zwischen den Mannschaftssportarten im Hinblick auf ihren integrierenden Charakter nicht möglich. Diese Variable kommt somit wegen zu geringer Streuung für die Erklärung der *Sprache der Anschlusskommunikation* nicht in Betracht.

b) Ereignistyp

Die Variable *Ereignistyp*, die Art des Spiels, betrifft nur die Rezeptionsfelder *Fernseh-sport* und *passive Rezeption am Sportplatz*. Mit der Analyse dieser Variable werden die unterschiedlichen Funktionen, die *Fernsehsporrezeption* und *passive Rezeption vor Ort* spielen,

klar: im Fernsehen stehen Spiele auf nationaler und internationaler Ebene im Mittelpunkt (zusammen mehr als 90 %), wohingegen bei der Rezeption am Sportplatz Hobby-Spiele und lokale/regionale Spiele dominieren (zusammen mehr als 80 %).

Tabelle 37: Sportrezeption letztes Mal: Ereignistyp

in %	1. Welle		2. Welle	
	Fernseh-sport (n=97)	passiv (n=61)	Fernseh-sport (n=123)	passiv (n=60)
Hobby-Spiel	2	39	1	40
regionales Spiel	7	43	2	40
nationales Spiel	32	10	11	7
internationales Spiel	59	8	86	13

Erwartungsgemäß nimmt während der Fußball-EM der Anteil der internationalen Spiele bei der Fernsehportrezeption (von 59 % auf 86 %) zu. Zwischen den beiden Volksgruppen bestehen, was den Ereignistyp betrifft, keine nennenswerten Unterschiede.

Tabelle 38: Sportrezeption letztes Mal: Ereignistyp (serbokroatisch)

in %	serbokroatisch			
	1. Welle		2. Welle	
	Fernseh-sport (n=55)	passiv (n=42)	Fernseh-sport (n=62)	passiv (n=36)
Hobby-Spiel	2	38		36
regionales Spiel	9	45		44
nationales Spiel	35	10	11	6
internationales Spiel	55	7	89	14

Tabelle 39: Sportrezeption letztes Mal: Ereignistyp (türkisch)

in %	türkisch			
	1. Welle		2. Welle	
	Fernseh-sport (n=42)	passiv (n=19)	Fernseh-sport (n=61)	passiv (n=24)
Hobby-Spiel	2	42	2	46
regionales Spiel	5	37	3	33
nationales Spiel	29	11	11	8
internationales Spiel	64	11	84	13

Aufgrund der zu geringen Streuung bei Fernseh-sport kann die Variable *Ereignistyp* für die Erklärung der *Sprache der Anschlusskommunikation* nicht herangezogen werden.

c) Herkunft der Sportler

Das Herkunftsland der teilnehmenden bzw. beobachteten Sportler betreffend wird deutlich, dass bei der Sportrezeption grundsätzlich die eigene Sprachgruppe eine große Rolle spielt (*aktiv Sport*: rund 60 % Herkunftsland-Spieler, *Fernseh-sport*: 69 % bei der ersten bzw. 46 % bei der zweiten Welle, *passiv*: rund 50 %). Allerdings kommt es insbesondere bei der aktiven Sportausübung auch zu Kontakt mit österreichischen Mitspielern (ca. ein Drittel). Während der Fußball-EM hat im Fernseh-sport der Anteil der beobachteten Nicht-Herkunftsland-Spieler zugenommen (von 31 % auf 54 %), allerdings – wie sich weiter unten in der Aufteilung nach Sprachgruppen zeigt – ausschließlich auf Seiten der serbokroatischen Zuschauer (von 30 % auf 69 %). Bei den türkischen ist der Anteil gleich geblieben (bei rund 35 %).

Tabelle 40: Sportrezeption letztes Mal: Herkunftsland der Sportler

in %	1. Welle			2. Welle		
	aktiv Sport (n=53)	Fernseh-sport (n=50)	passiv (n=50)	aktiv Sport (n=55)	Fernseh-sport (n=87)	passiv (n=62)
Herkunftsland-Spieler	63	69 ≈	51	57	46	46
Nicht-Herkunftsland-Spieler	37	31	49	43	≈ 54	54
österr. Spieler	32	15	41	35	20	40

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

Im Fernsehen werden Spiele mit österreichischen Mannschaften nur in geringem Ausmaß verfolgt. Hier bieten offenbar die österreichischen Club- und Nationalmannschaften zu wenig Identifikationspotential für Migranten.

Tabelle 41: Sportrezeption letztes Mal: Herkunftsland der Sportler (serbokroatisch)

in %	serbokroatisch					
	1. Welle			2. Welle		
	aktiv Sport (n=32)	Fernseh-sport (n=29)	passiv (n=38)	aktiv Sport (n=32)	Fernseh-sport (n=44)	passiv (n=38)
Herkunftsland-Spieler	64	70 ≈	51	59	31 **	43
Nicht-Herkunftsland-Spieler	36	30	49	41	≈≈ 69 **	57
österr. Spieler	31	17	40	37	27 *	40

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Tabelle 42: Sportrezeption letztes Mal: Herkunftsland der Sportler (türkisch)

in %	türkisch					
	1. Welle			2. Welle		
	aktiv Sport (n=21)	Fernseh-sport (n=21)	passiv (n=12)	aktiv Sport (n=23)	Fernseh-sport (n=43)	passiv (n=24)
Herkunftsland-Spieler	62	67	51	55	** 62	51
Nicht-Herkunftsland-Spieler	38	33	49	45	** 38	49
österr. Spieler	32	12	43	34	* 13	41

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)
 Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Die türkischen Zuschauer sind durch den Erfolg der türkischen Mannschaft bei der EM in erster Linie ihrer Heimat-Mannschaft treu geblieben und haben – im Gegensatz zu den serbokroatischen Zusehern – weniger Spiele anderer Mannschaften verfolgt¹⁵¹. Außer dem angesprochenen Unterschied die Fernsehsporrezeption bei der Fußball-EM betreffend gibt es keine weitere Differenz zwischen den beiden Volksgruppen.

d) Spielausgang – Erfolg der favorisierten Sportler

Die Variable *Spielausgang* beschreibt, ob der Proband (bei aktiv ausgeübtem Sport) bzw. die bevorzugten Sportler des Probanden das Spiel gewonnen oder verloren haben, ob es unentschieden endete bzw. ob es nicht um Gewinnen und Verlieren ging. Zunächst fällt bei aktiv ausgeübtem Sport auf, dass es bei der Hälfte der erinnerten Spiele nicht um Gewinnen oder Verlieren ging. Bei Fernseh-sport gibt es in den allermeisten Fällen Sieger und Verlierer, ebenso bei passiv am Sportplatz verfolgtem Sport. Während der EM-Play-Off-Phase (zweite Erhebungswelle) sind naturgemäß die Spiele ohne Sieger und Verlierer auf nahezu Null zurückgegangen.

Tabelle 43: Sportrezeption letztes Mal: Spielausgang

in %	1. Welle			2. Welle		
	aktiv Sport (n=56)	Fernseh-sport (n=82)	passiv (n=59)	aktiv Sport (n=55)	Fernseh-sport (n=110)	passiv (n=58)
verloren	16	21	22	15	39	17
unentschieden	16	16	17	13	1	16
gewonnen	18	50	41	20	56	57
nur so gespielt	50	13	20	53	4	10

¹⁵¹ Eine detaillierte Aufstellung über die Nettreichweiten der EM-Spiele findet sich im Kapitel 5.2.7 *Befunde zum Fragenkatalog zur Fußball-Europameisterschaft*.

Grundsätzlich werden Spiele mit subjektiv positivem Ausgang besser erinnert bzw. bei der Erwartung eines positiven Ausgangs überhaupt eher verfolgt. So kommt zustande, dass bei der ersten Welle 50 % angegeben haben, ihr Favorit habe das Spiel gewonnen, und nur 21 %, der persönliche Favorit habe das Spiel verloren. Im Zuge der Fußball-EM haben die von den türkischstämmigen Zusehern favorisierten Mannschaften, insbesondere die Türkei, häufiger gewonnen als die von den serbokroatischen Zusehern bevorzugten (nicht signifikant).

Tabelle 44: Sportrezeption letztes Mal: Spielausgang (serbokroatisch)

in %	serbokroatisch					
	1. Welle			2. Welle		
	aktiv Sport (n=34)	Fernseh-sport (n=41)	passiv (n=38)	aktiv Sport (n=30)	Fernseh-sport (n=56)	passiv (n=35)
verloren	15	29	21	10	48	20
unentschieden	18	10	13	17		17
gewonnen	18	49	47	20	48	60
nur so gespielt	50	12	18	53	4	3

Sprachgruppen-Vergleich: Kreuztabelle – Chi-Quadrat-Test: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

Tabelle 45: Sportrezeption letztes Mal: Spielausgang (türkisch)

in %	türkisch					
	1. Welle			2. Welle		
	aktiv Sport (n=22)	Fernseh-sport (n=41)	passiv (n=21)	aktiv Sport (n=25)	Fernseh-sport (n=54)	passiv (n=23)
verloren	18	12	24	20	30	13
unentschieden	14	22	24	8	2	13
gewonnen	18	51	29	20	65	52
nur so gespielt	50	15	24	52	4	22

Sprachgruppen-Vergleich: Kreuztabelle – Chi-Quadrat-Test: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

Während der zweiten Welle ist also eine gewisse Euphorisierung unter den türkischen Fernsehsportzusehern gegeben. Siege und Niederlagen der favorisierten Sportler halten sich bei Ex-Jugoslawen die Waage, wohingegen die von den Türken favorisierten Mannschaften zu zwei Drittel gewonnen haben. Hier schlagen sich insbesondere das abschließende Vorrundenspiel *Türkei – Tschechien* und das Viertelfinalspiel *Türkei – Kroatien* nieder.

Kontext der Rezeption

Um den Kontext der Rezeption näher zu beschreiben, wurden die Variablen *Ort der Rezeption*, *Zuschauergruppe* und *Größe der Zuschauergruppe* erhoben.

a) Ort der Rezeption

Naturgemäß finden die Rezeption von Sport eher zu Hause und die Ausübung von aktivem Sport vorwiegend außer Haus statt¹⁵². Durch die Schaffung öffentlicher Fanzonen – Stichwort „Public Viewing“ – wird bei Fußball-Großveranstaltungen insbesondere seit der WM 2002 in Japan und Südkorea ebenfalls vermehrt die Möglichkeit geschaffen, Mediensport außer Haus zu rezipieren.

Tabelle 46: Sportrezeption letztes Mal: Ort der Rezeption

in %	1. Welle		2. Welle	
	aktiv Sport (n=75)	Fernseh-sport (n=127)	aktiv Sport (n=57)	Fernseh-sport (n=122)
zu Hause	13	81	5	73
bei Freunden / Bekannten	20	3	32	7
öffentlich ¹⁵³	67	15	63	11
Fanzone		2		10

Während der EM entfallen 10 % der Zuschauer auf „Public-Viewing“ (Fanzone). Werden die 11 % dazugerechnet, die die Spiele in einem öffentlichen Gasthaus oder Wettlokal verfolgt haben, ergibt das insgesamt mehr als 20 % öffentliche Zuschauer pro Spiel. Weitere 7 % der Probanden haben bei Freunden oder Bekannten geschaut. Somit bleiben knapp drei Viertel klassische Zu-Hause-Seher.

¹⁵² Das Rezeptionsfeld *passiv am Sportplatz* wird nicht betrachtet, weil sich der Ort der Rezeption aus der Definition ergibt.

¹⁵³ Öffentlich bedeutet bei aktiver Sportausübung auf einem öffentlichen Sportplatz bzw. in einer Sporthalle, bei Fernsehportrezeption in einem öffentlichen Gasthaus oder Wettlokal.

Tabelle 47: Sportrezeption letztes Mal: Ort der Rezeption (serbokroatisch)

in %	serbokroatisch			
	1. Welle		2. Welle	
	aktiv Sport (n=37)	Fernseh-sport (n=59)	aktiv Sport (n=32)	Fernseh-sport (n=63)
zu Hause	16	80	9	76
bei Freunden / Bekannten	14	3	13 **	2
öffentlich	70	15	78	11
Fanzone		2		11

Sprachgruppen-Vergleich: Kreuztabelle – Chi-Quadrat-Test: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

Die Angehörigen der beiden Volksgruppen unterscheiden sich insofern, als sowohl die aktive Sportausübung *bei Freunden/Bekannt* als auch das Schauen von Fernsehsport *bei Freunden/Bekannt* nur bei türkischen Migranten eine größere Rolle spielt. Serbokroaten üben Sport dafür häufiger im öffentlichen Raum aus. Ursächlich dafür dürfte ihre bessere Integration in die örtlichen Sportvereine sein.

Tabelle 48: Sportrezeption letztes Mal: Ort der Rezeption (türkisch)

in %	türkisch			
	1. Welle		2. Welle	
	aktiv Sport (n=23)	Fernseh-sport (n=49)	aktiv Sport (n=25)	Fernseh-sport (n=59)
zu Hause	9	82		69
bei Freunden / Bekannten	30	2	** 56	12
öffentlich	61	14	44	10
Fanzone		2		8

Sprachgruppen-Vergleich: Kreuztabelle – Chi-Quadrat-Test: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

Bezüglich der Fernsehsportrezeption während der EM waren in öffentlichen Lokalen (11 % bzw. 10 %) bzw. in den Fanzonen (11 % bzw. 8 %) Angehörige beider Volksgruppen ähnlich vertreten. Insgesamt ist bei türkischen Migranten – verursacht durch das häufigere Schauen bei Freunden/Bekannt – der Anteil der Zu-Hause-Seher noch deutlicher, nämlich auf unter 70 %, gesunken. Die Befunde sind vergleichbar mit einer Untersuchung von Integral im Auftrag des ORF¹⁵⁴, in der ebenfalls von einer 25-prozentigen Außer-Haus-

¹⁵⁴ Integral-Umfrage: Untersuchungszeitraum: 9. bis 16. Juni 2008; 500 telefonische Interviews repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren (vgl. ORF/OTS 2008).

Quote in der zweiten EM-Woche die Rede ist (15 % beim Public-Viewing plus 10 % bei Freunden/Bekanntem oder in öffentlichen Lokalen) (vgl. ORF-On 2008; ORF/OTS 2008).

b) Zuschauergruppe

Diese Variable beschreibt, mit welchen anderen Personen(gruppen)¹⁵⁵ die Rezipienten das erinnerte Spiel gemeinsam ausgeübt bzw. verfolgt haben. Bei aktiver Mannschaftssportausübung kommt dabei *alleine* nicht in Betracht. Bei Fernsichtsport wurde auf die Antwortmöglichkeit *mit Vereinskollegen* verzichtet und bei der passiven Rezeption vor Ort ging es nur um die Frage, mit wem zum Spiel *hingegangen* wurde und nicht darum, wer auch sonst noch dort war.

Tabelle 49: Sportrezeption letztes Mal: Zuschauergruppe

in % (mit Mehrfachnennung)	1. Welle			2. Welle		
	aktiv Sport (n=60)	Fernseh-sport (n=105)	passiv (n=64)	aktiv Sport (n=50)	Fernseh-sport (n=126)	passiv (n=63)
alleine		21	11		13	14
mit Familienmitgliedern	12	57	38	28	64	62
mit Freunden / Bekannten	78	30	61	82	33	57
mit Vereinskollegen	22			24		
mit anderen Leuten	17	10		22	13	

Grundsätzlich finden aktive Sportausübung und passive Rezeption vor Ort in erster Linie mit Freunden/Bekanntem statt, während Fernsichtsport vorwiegend mit Familienmitgliedern verfolgt wird. Bezüglich der Fernsichtsportrezeption ändert sich von der ersten zur zweiten Welle wenig, außer dass etwas weniger Befragte *alleine* schauen (13 % statt 21 %).

Tabelle 50: Sportrezeption letztes Mal: Zuschauergruppe (serbokroatisch)

in % (mit Mehrfachnennung)	serbokroatisch					
	1. Welle			2. Welle		
	aktiv Sport (n=37)	Fernseh-sport (n=56)	passiv (n=42)	aktiv Sport (n=26)	Fernseh-sport (n=64)	passiv (n=36)
alleine		16	7		13	11
mit Familienmitgliedern	5	64	36	23	72	61
mit Freunden / Bekannten	76	30	69	85	25	64
mit Vereinskollegen	27			31		
mit anderen Leuten	16	11		19	13	

¹⁵⁵ Zu beachten ist, dass bei der Variable *Zuschauergruppe* Mehrfachantworten möglich waren.

Auffällig beim Volksgruppenvergleich ist die deutliche Zunahme der Fernsehsporetreption mit *Freunden/Bekannt* innerhalb der türkischen Gruppe (von 29 % auf 42 %). Das bestätigt auch den Befund, dass *bei Freunden/Bekannt* als Ort der Rezeption von der ersten zur zweiten Welle hin an Relevanz gewonnen hat (von 2 % auf 12 %).

Tabelle 51: Sporetreption letztes Mal: Zuschauergruppe (türkisch)

in % (mit Mehrfachnennung)	türkisch					
	1. Welle			2. Welle		
	aktiv Sport (n=23)	Fernseh-sport (n=49)	passiv (n=22)	aktiv Sport (n=24)	Fernseh-sport (n=62)	passiv (n=27)
alleine		27	18		15	19
mit Familienmitgliedern	22	49	41	33	56	63
mit Freunden / Bekannt	83	29	45	79	42	48
mit Vereinskollegen	13			17		
mit anderen Leuten	17	8		25	13	

c) Größe der Zuschauergruppe

Die folgenden Befunde zur Anzahl der Mit-Zuschauer bei der Fernsehsporetreption bzw. bei der Rezeption passiv am Sportplatz bestätigen die Zahl der etwa 10 % „Public-Viewers“ bei der Fußball-EM bzw. der zusätzlich etwa 10 % Zuschauer in öffentlichen Lokalen. Ein ähnlicher Befund findet sich nämlich bei der Variable *Ort der Rezeption*.

Tabelle 52: Sporetreption letztes Mal: Größe der Zuschauergruppe

in %	1. Welle		2. Welle	
	Fernseh-sport (n=109)	passiv (n=63)	Fernseh-sport (n=127)	passiv (n=66)
keiner	20		16	
weniger als 10	69	24	61	15
zwischen 10 und 100	11	56	13	52
mehr als 100		21	10	33
MW	0,91	1,97	≈ 1,17	≈ 2,18

Skala: 0: keiner, 1: weniger als 10, 2: zwischen 10 und 100, 3: mehr als 100
Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

Bei der passiven Sporetreption bewegt sich die Zuseherzahl meist unter 100 Personen, wie es bei den am häufigsten besuchten lokalen/regionalen sowie Hobby-Spielen üblich ist.

Bei der Fernsehsporthrezeption ist unter normalen Umständen eine etwa 10- bis 15-prozentige Zuseherschaft in öffentlichen Lokalen gegeben. Bei der EM sind dazu noch 10 % „Public-Viewers“ dazugekommen.

Tabelle 53: Sportrezeption letztes Mal: Größe der Zuschauergruppe (serbokroatisch)

in %	serbokroatisch			
	1. Welle		2. Welle	
	Fernseh-sport (n=60)	passiv (n=41)	Fernseh-sport (n=65)	passiv (n=39)
keiner	15		12	
weniger als 10	75	17	71	13
zwischen 10 und 100	10	68	9	56
mehr als 100		15	8	31
<i>MW</i>	0,95	1,98	1,12	≈ 2,18

Skala: 0: keiner, 1: weniger als 10, 2: zwischen 10 und 100, 3: mehr als 100
 Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)
 Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Die Anzahl der gemeinsamen Fernsehzuschauer kann während der EM für die türkische Volksgruppe als etwas größer angenommen werden. 29 % geben an, mit mehr als zehn Anderen gemeinsam das letzte erinnerte Spiel verfolgt zu haben. Unter Serbokroaten sind es nur 17 %.

Tabelle 54: Sportrezeption letztes Mal: Größe der Zuschauergruppe (türkisch)

in %	türkisch			
	1. Welle		2. Welle	
	Fernseh-sport (n=49)	passiv (n=22)	Fernseh-sport (n=62)	passiv (n=27)
keiner	27		19	
weniger als 10	61	36	52	19
zwischen 10 und 100	12	32	16	44
mehr als 100		32	13	37
<i>MW</i>	0,86	1,95	≈ 1,23	2,19

Skala: 0: keiner, 1: weniger als 10, 2: zwischen 10 und 100, 3: mehr als 100
 Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)
 Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Medium – Sprache des Fernsehsenders

Das Kriterium *Medium* betrifft nur die Fernsehsporthreption. Es geht hier darum, in welcher Sprache das erinnerte Spiel verfolgt wurde. Von Interesse ist insbesondere die Dynamik von der ersten zur zweiten Welle hin, d.h. ob das deutschsprachige oder das Herkunftslandfernsehen mit der Europameisterschaft an Marktanteil gewinnen konnte.

Tabelle 55: Sporthreption letztes Mal: Marktanteil deutschsprachiges vs. Herkunftslandfernsehen

in %	Alle		serbokroatisch		türkisch	
	1. Welle (n=97)	2. Welle (n=127)	1. Welle (n=57)	2. Welle (n=65)	1. Welle (n=40)	2. Welle (n=62)
serbokroatisch	10	4	16	8	3	
türkisch	24	10			58	21
deutsch	64	86	81	92	40	79
anderssprachig	2		4			

Tabelle 56: Sporthreption letztes Mal: Marktanteil deutschsprachiges Fernsehen

in %	Alle		serbokroatisch		türkisch	
	1. Welle (n=97)	2. Welle (n=127)	1. Welle (n=57)	2. Welle (n=65)	1. Welle (n=40)	2. Welle (n=62)
Anteil dt. Fernsehen	64	≈ 86	81 **	≈ 92 *	40	≈ 79

Wellen-Vergleich: Wilcoxon-Test: ≈ signifikant (p<0,05), ≈≈ hoch signifikant (p<0,01)

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Auch mit diesem Indikator lässt sich eindeutig konstatieren, dass das deutschsprachige Programm (ORF1, ARD und ZDF) stark von der Fußball-EM profitiert hat. Sieht beispielsweise unter normalen Umständen mehr als die Hälfte der türkischstämmigen Migranten Sport auf einem türkischen Sender, war es während der EM nur ein Fünftel. Ebenso hat unter den Serbokroaten das deutschsprachige Programm auf Kosten der Herkunftsland-Sender während der EM zugelegt – allerdings bereits ausgehend von einem hohen Anfangs-Niveau (von 81 % auf 92 %).

5.2.5 Befunde zur Erklärung der Sprache der Anschlusskommunikation bei der Fernsehsporthreption

Die Befunde in diesem Abschnitt beziehen sich auf die *Forschungsfrage 9* sowie die *Hypothesen 16, 17 und 18*. Die *Sprache der Anschlusskommunikation* wird für beide Wellen getrennt durch soziodemographische und Herkunftsmerkmale (a), Integrations-Indikatoren (b) und situationsbezogene Variablen (c) erklärt.

In den folgenden sechs Tabellen sind neben den Signifikanz-Angaben auch die prozentuelle Aufteilung der *mutter-*, *zwei-* und *deutschsprachigen* Situationen für jede Merkmalsausprägung aufgeführt, sowie in der letzten Spalte zur Einstufung der Bedeutung der Merkmalsausprägung die jeweils relative Anzahl der betroffenen Fälle.

a) Erklärung durch soziodemographische und Herkunfts-Merkmale

Generell entstanden bei der ersten Welle je 44 % *mutter-* und *zweisprachige* sowie 12 % *deutschsprachige* Situationen. Entlang der soziodemographischen und Herkunfts-Merkmale zeigen sich signifikante Unterschiede bei Bildung, Geburtsland und Staatsbürgerschaft.

Tabelle 57: Erklärung der Sprache der Anschlusskommunikation bei Fernsehsport durch soziodemographische und Herkunfts-Merkmale (erste Welle)

1. Welle (n≈77)								
<i>in %</i>	<i>Chi²-Test</i>	<i>H-Test o. E.</i>	<i>anova mit E.</i>	<i>serb. / türk.</i>	<i>zwei</i>	<i>dt.</i>	Σ	<i>% der Fälle</i>
alle				44	44	12	100	100
männlich				42	50	8	100	62
weiblich				48	34	17	100	38
14–29				33	53	13	100	39
30–49				48	40	13	100	52
50 +				71	29		100	9
Pflichtschule –				64	33	3	100	52
Lehre/Fachschule	**	**	*	21	63	17	100	32
Matura +				25	42	33	100	16
< € 1000				43	40	17	100	43
€ 1000 bis € 2000				39	48	13	100	45
> € 2000				38	63		100	12
serbokroatisch/albanisch				45	38	18	100	52
türkisch/kurdisch				43	51	5	100	48
im Ausland geboren				48	44	8	100	82
in Österreich geboren	*	*		21	50	29	100	18
1994 oder später nach Österr.				62	38		100	17
1989–1993				41	46	12	100	54
1988 oder früher				41	41	18	100	29
kein österr. Staatsbürger				55	34	10	100	38
österr. Staatsbürger			**	38	50	13	100	62

Skalen: Geschlecht (1: männlich, 2: weiblich), Altersgruppen (1: 14–29, 2: 30–49, 3: 50–74), Bildung (1: Pflichtschule –, 2: Lehre/Fachschule, 3: Matura +), Einkommen (1: weniger als € 1.000,-, 2: € 1.000,- bis € 2.000,-, 3: mehr als € 2.000,-), Muttersprache (1: serbokroatisch, 2: türkisch), Geburtsland (1: Ausland, 2: Österreich), Aufenthaltsdauer (1: 1994 oder später nach Österr., 2: 1989–1993, 3: 1988 oder früher nach Österr.), Staatsbürgerschaft (0: nein, 1: ja)

AV: Sprache der Anschlusskommunikation ohne Emotionen: Kreuztabelle mit Chi-Quadrat-Test: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$) und H-Test nach Kruskal und Wallis: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

AV: Sprache der Anschlusskommunikation unter Berücksichtigung der emotionalen Komponente: Einfaktorielle ANOVA: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

Höhere Bildung, Österreich als Geburtsland sowie die österreichische Staatsbürgerschaft sind der deutschsprachigen Kommunikation bei der Fernsehsporrezeption zuträglich.

Während der Fußball-EM-Play-Off-Phase (zweite Welle) haben sich dort und da Änderungen gegenüber „normalerweise“ ergeben. Das Geschlecht ist beispielsweise als Erklärungsvariable hinzugekommen. Die Bildungskluft bleibt gegenüber der ersten Welle unverändert.

Tabelle 58: Erklärung der Sprache der Anschlusskommunikation bei Fernsehsporrezeption durch soziodemographische und Herkunfts-Merkmale (zweite Welle)

2. Welle (n≈99)								
in %	Chi ² -Test	H-Test o. E.	anova mit E.	serb. / türk.	zwei	dt.	Σ	% der Fälle
alle				45	42	12	100	100
männlich	**	**		32	56	12	100	58
weiblich				64	24	12	100	42
14–29				41	41	18	100	39
30–49				50	41	9	100	55
50 +				33	67		100	6
Pflichtschule –				56	38	7	100	46
Lehre/Fachschule	*		*	43	38	19	100	38
Matura +				20	73	7	100	15
< € 1000				58	28	15	100	47
€ 1000 bis € 2000	*			26	58	16	100	44
> € 2000				50	50		100	9
serbokroatisch/albanisch				43	44	13	100	55
türkisch/kurdisch				49	40	11	100	45
im Ausland geboren				46	43	11	100	76
in Österreich geboren				43	39	17	100	24
1994 od. später nach Österr.				79	21		100	14
1989–1993		*	*	41	45	14	100	52
1988 oder früher				39	48	12	100	34

kein Staatsbürger				38	52	10	100	30
Staatsbürgerschaft				49	38	13	100	70

Skalen: Geschlecht (1: männlich, 2: weiblich), Altersgruppen (1: 14–29, 2: 30–49, 3: 50–74), Bildung (1: Pflichtschule –, 2: Lehre/Fachschule, 3: Matura +), Einkommen (1: weniger als € 1.000,-, 2: € 1.000,- bis € 2.000,-, 3: mehr als € 2.000,-), Muttersprache (1: serbokroatisch, 2: türkisch), Geburtsland (1: Ausland, 2: Österreich), Aufenthaltsdauer (1: 1994 oder später nach Österr., 2: 1989–1993, 3: 1988 oder früher nach Österr.), Staatsbürgerschaft (0: nein, 1: ja)

AV: Sprache der Anschlusskommunikation ohne Emotionen: Kreuztabelle mit Chi-Quadrat-Test: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$) und H-Test nach Kruskal und Wallis: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

AV: Sprache der Anschlusskommunikation unter Berücksichtigung der emotionalen Komponente: Einfaktorielle ANOVA: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

Männer geraten deutlich häufiger in interkulturelle Situationen als Frauen. Auch ist die Aufenthaltsdauer ein signifikantes Merkmal bei der zweiten Welle. Zuwanderer, die 1994 oder später nach Österreich gekommen sind – in dieser Gruppe sind auch keine in Österreich geborenen Migranten der zweiten Generation enthalten –, sind überwiegend in rein muttersprachige Settings eingebettet (79 %).

b) Erklärung durch Assimilations- bzw. Integrationsindikatoren

Von den Integrations-Indikatoren erweisen sich die Deutsch-Kenntnisse und eingeschränkt auch der Kontakt zu österreichischen Kollegen und Freunden sowie die Identifikation mit Österreich als für den integrativen Gehalt der Rezeptionssituationen erklärungskräftig.

Tabelle 59: Erklärung der Sprache der Anschlusskommunikation bei Fernsehsport durch Integrations-Indikatoren (erste Welle)

1. Welle (n≈77)								
in %	Chi ² - Test	H- Test o. E.	anova mit E.	serb. / türk.	zwei	dt.	Σ	% der Fälle
alle				44	44	12	100	100
dt. gering				78	22		100	12
dt. mittel				55	35	10	100	42
dt. sehr gut	*	**		24	59	18	100	46
österr. Kollegen in %: keine				45	50	5	100	28
zwischen 1 und 50 %				47	47	6	100	47
zwischen 51 und 100 %			*	33	44	22	100	13
100% österr. Kollegen				44	22	33	100	13
österr. Nachbarn in %: keine				52	35	13	100	32
zwischen 1 und 50 %				43	54	3	100	49
zwischen 51 und 100 %				30	50	20	100	14
100% österr. Nachbarn				33	33	33	100	4

österr. Freunde/Bekannte: vor mehr als einer Woche / nie				78	22		100	12
in der letzten Woche		*		40	47	13	100	88
mag Österreich weniger als sehr gerne				52	39	9	100	31
sehr gerne			*	41	49	10	100	69

Skalen: Deutsch-Kenntnisse (1: gering, 2: mittel, 3: sehr gut), österreichische Kollegen (0: keine, 1: zwischen 1 und 50 %, 2: zwischen 51 und 99 %, 3: 100 % österr. Kollegen), österreichische Nachbarn (0: keine, 1: zwischen 1 und 50 %, 2: zwischen 51 und 99 %, 3: 100 % österr. Kollegen), österreichische Freunde/Bekannte zuletzt getroffen (1: vor mehr als 1 Wo. / nie, 2: in der letzten Woche), mag Österreich (1: weniger als sehr gerne, 2: sehr gerne)

AV: Sprache der Anschlusskommunikation ohne Emotionen: Kreuztabelle mit Chi-Quadrat-Test: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$) und H-Test nach Kruskal und Wallis: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

AV: Sprache der Anschlusskommunikation unter Berücksichtigung der emotionalen Komponente: Einfaktorielle ANOVA: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

Hat Jemand im beruflichen oder im Ausbildungs-Umfeld Kontakt zu österreichischen Kollegen, ist das einer deutschsprachigen Anschlusskommunikation zuträglich. Erwartungsgemäß sind auch die deutschen Sprachkenntnisse eine signifikante Erklärungsvariable.

Bei der zweiten Welle sind die Deutschkenntnisse ebenfalls ein signifikantes Merkmal – allerdings nicht mehr in diesem deutlichen Ausmaß wie bei der Nullmessung. Auch die Erklärungskraft der weiteren signifikanten Merkmale aus der ersten Welle nimmt bei der zweiten Welle ab.

Tabelle 60: Erklärung der Sprache der Anschlusskommunikation bei Fernsehsport durch Integrations-Indikatoren (zweite Welle)

2. Welle (n≈99)								
in %	Chi ² -Test	H-Test o. E.	anova mit E.	serb. / türk.	zwei	dt.	Σ	% der Fälle
alle				45	42	12	100	100
dt. gering				67	33		100	10
dt. mittel				50	42	8	100	41
dt. sehr gut		*		30	50	20	100	49
österr. Kollegen in %: keine				53	47		100	17
zwischen 1 und 50 %				37	55	8	100	55
zwischen 51 und 100 %				57	29	14	100	16
100% österr. Kollegen		**		36	9	55	100	12
österr. Nachbarn in %: keine				45	38	17	100	30
zwischen 1 und 50 %				50	42	8	100	52
zwischen 51 und 100 %				31	69		100	14
100% österr. Nachbarn				50	25	25	100	4

österreich. Freunde/Bekannte: vor mehr als einer Woche / nie				67	17	17	100	12
in der letzten Woche				43	46	11	100	88
mag Österreich weniger als sehr gerne				33	57	10	100	32
sehr gerne				51	35	14	100	68

Skalen: Deutsch-Kenntnisse (1: gering, 2: mittel, 3: sehr gut), österreichische Kollegen (0: keine, 1: zwischen 1 und 50 %, 2: zwischen 51 und 99 %, 3: 100 % österr. Kollegen), österreichische Nachbarn (0: keine, 1: zwischen 1 und 50 %, 2: zwischen 51 und 99 %, 3: 100 % österr. Kollegen), österreichische Freunde/Bekannte zuletzt getroffen (1: vor mehr als einer Wo. / nie, 2: in der letzten Woche), mag Österreich (1: weniger als sehr gerne, 2: sehr gerne)

AV: Sprache der Anschlusskommunikation ohne Emotionen: Kreuztabelle mit Chi-Quadrat-Test: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$) und H-Test nach Kruskal und Wallis: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

AV: Sprache der Anschlusskommunikation unter Berücksichtigung der emotionalen Komponente: Einfaktorielle ANOVA: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

c) Erklärung durch situationsbezogene Faktoren

Von den situationsbezogenen Variablen wurden fünf Merkmale für die Signifikanztests ausgewählt. Dabei zeigt sich, dass unter „normalen“ Umständen (1. Welle) der Anteil der *Herkunftsland-Spieler* und die *Sprache des übertragenden Senders* dafür ausschlaggebend sind, ob bei einer Rezeptionssituation *mutter-*, *zwei-* oder *deutschsprachig* kommuniziert wird.

Tabelle 61: Erklärung der Sprache der Anschlusskommunikation bei Fernsehsport durch situationsbezogene Variablen (erste Welle)

1. Welle (n≈77)								
in %	Chi ² -Test	H-Test o. E.	anova mit E.	serb. / türk.	zwei	dt.	Σ	% der Fälle
alle				44	44	12	100	100
Herkunftsland-Spieler < 50 %	*	*		13	50	38	100	21
die Hälfte				33	50	17	100	16
mehr als 50 %				58	42		100	63
Spielausgang: verloren				45	45	9	100	19
unentschieden				44	44	11	100	15
gewonnen				37	50	13	100	51
nur so gespielt				44	44	11	100	15
Ort: zu Hause				48	41	11	100	72
außer Haus				38	48	14	100	28
Mit-Zuschauer < 10				45	44	11	100	84
zwischen 10 und 100				33	50	17	100	16
mehr als 100								

Herkunftsland-Sender				70	26	4	100	41
dt. Sender	**	**		31	49	21	100	59

Skalen: Anteil der Herkunftsland-Spieler (1: weniger als 50 %, 2: 50 %, 3: mehr als 50 %), Spielausgang (0: verloren, 1: unentschieden, 2: gewonnen, 3: nur so gespielt), Ort der Rezeption (1: zu Hause, 2: außer Haus), Größe der Zuschauergruppe (1: weniger als 10, 2: zwischen 10 und 100, 3: mehr als 100), Sprache des Fernsehsenders (1: Herkunftsland-Sender, 2: dt. Sender)

AV: Sprache der Anschlusskommunikation ohne Emotionen: Kreuztabelle mit Chi-Quadrat-Test: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$) und H-Test nach Kruskal und Wallis: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

AV: Sprache der Anschlusskommunikation unter Berücksichtigung der emotionalen Komponente: Einfaktorielle ANOVA: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

Während der Fußball-EM lässt sich eindeutig ein Einfluss von „Public Viewing“ attestieren. Spiele, die außer Haus, d.h. bei Freunden/Bekannten, in Lokalen oder in Fanzonen rezipiert wurden, haben die deutschsprachige Kommunikation signifikant angeregt.

Tabelle 62: Erklärung der Sprache der Anschlusskommunikation bei Fernsehsport durch situationsbezogene Variablen (zweite Welle)

2. Welle (n≈99)								
in %	Chi ² -Test	H-Test o. E.	anova mit E.	serb. / türk.	zwei	dt.	Σ	% der Fälle
alle				45	42	12	100	100
Herkunftsland-Spieler < 50 %	*	*		50	42	8	100	55
die Hälfte				17	83		100	17
mehr als 50 %				68	32		100	28
Spielausgang: verloren				52	34	14	100	33
unentschieden				100			100	1
gewonnen				45	45	11	100	63
nur so gespielt					67	33	100	3
Ort: zu Hause				62	30	8	100	68
außer Haus	**	**	**	20	57	23	100	32
Mitzuschauer < 10				57	34	9	100	71
zwischen 10 und 100				25	56	19	100	16
mehr als 100	**	**	**	8	67	25	100	12
Herkunftsland-Sender				54	46		100	13
dt. Sender				45	41	14	100	87

Skalen: Anteil der Herkunftsland-Spieler (1: weniger als 50 %, 2: 50 %, 3: mehr als 50 %), Spielausgang (0: verloren, 1: unentschieden, 2: gewonnen, 3: nur so gespielt), Ort der Rezeption (1: zu Hause, 2: außer Haus), Größe der Zuschauergruppe (1: weniger als 10, 2: zwischen 10 und 100, 3: mehr als 100), Sprache des Fernsehsenders (1: Herkunftsland-Sender, 2: dt. Sender),

AV: Sprache der Anschlusskommunikation ohne Emotionen: Kreuztabelle mit Chi-Quadrat-Test: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$) und H-Test nach Kruskal und Wallis: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

AV: Sprache der Anschlusskommunikation unter Berücksichtigung der emotionalen Komponente: Einfaktorielle ANOVA: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

Weil die Relevanz der Herkunftsland-Sender während der Fußball-EM deutlich abgenommen hat, ist auch die signifikante Erklärungskraft der *Sprache des Fernsehsenders* bei der zweiten Welle verschwunden. Geblieben ist allerdings die Signifikanz beim *Anteil der Herkunftsland-Spieler*.

5.2.6 Befunde zur finalen Prüfung des theoretischen Modells

Die finale Prüfung des theoretischen Modells „*Medien-Sport-Integration*“ wird durch die *Forschungsfrage 10* repräsentiert: Welche soziodemographischen und Herkunfts-Merkmale, Integrations-Indikatoren sowie situationsbezogenen Variablen erweisen sich generell, das heißt über alle drei Rezeptionsfelder hinweg, für die *Sprache der Anschlusskommunikation* als erklärungskräftig?

Bei dieser Prüfung dient der Datensatz mit der Untersuchungseinheit *Situation* als Grundlage. Insgesamt stehen 408 Fälle (Situationen) mit gültiger abhängiger Variable *Sprache der Anschlusskommunikation* zur Verfügung: 138 mit *muttersprachiger*, 214 mit *zweisprachiger* und 56 mit *deutschsprachiger* Anschlusskommunikation.

Tabelle 63: Erklärung der Sprache der Anschlusskommunikation durch alle UVs (n=408 Situationen)

<i>in %</i>	<i>Chi²-Test</i>	<i>H-Test o. E.</i>	<i>H-Test m. E.</i>	<i>serb. / türk.</i>	<i>zwei</i>	<i>dt.</i>	Σ	<i>% der Fälle</i>
alle				34	52	14	100	100
männlich	*			30	57	13	100	66
weiblich				41	43	16	100	34
14–29				29	55	16	100	42
30–49				36	52	12	100	50
50 +				44	44	13	100	8
Pflichtschule –				42	49	9	100	46
Lehre/Fachschule				31	54	15	100	39
Matura +	**	**		13	63	23	100	15
< € 1000				39	45	16	100	42
€ 1000 bis € 2000	*			27	57	17	100	49
> € 2000				27	70	3	100	9
serbokroatisch/albanisch				30	57	14	100	55
türkisch/kurdisch				39	47	14	100	45
im Ausland geboren				36	53	11	100	79
in Österreich geboren	**	**		24	50	26	100	21

1994 od. später nach Österr.				49	46	6	100	18
1989–1993				33	54	13	100	52
1988 oder früher		*		32	54	15	100	30
kein Staatsbürger				34	55	11	100	38
Staatsbürgerschaft				34	51	15	100	62
dt. gering				62	38		100	9
dt. mittel				37	54	10	100	40
dt. sehr gut	**	**	**	20	59	21	100	51
österr. Kollegen in %: keine				41	47	12	100	21
zwischen 1 und 50 %				29	62	10	100	54
zwischen 51 und 100 %				33	51	16	100	13
100% österr. Kollegen	**			28	41	30	100	12
österr. Nachbarn in %: keine				39	47	13	100	30
zwischen 1 und 50 %				32	59	9	100	45
zwischen 51 und 100 %				30	55	15	100	19
100% öst. Nachbarn				35	43	22	100	6
österr. Freunde/Bekannte: vor mehr als einer Woche / nie				66	28	6	100	12
in der letzten Woche	**	**	*	30	56	15	100	88
mag Österreich weniger als sehr gerne				31	58	11	100	32
sehr gerne				33	52	15	100	68
Hobby-Spiel				27	65	8	100	17
lokales / regionales Spiel	**	**		14	68	18	100	18
nationales Spiel				51	37	12	100	18
internationales Spiel				43	42	14	100	47
Herkunftsland-Spieler < 50 %	**	**	**	21	57	22	100	47
die Hälfte				16	80	4	100	15
mehr als 50 %				54	43	3	100	39
Spielausgang: verloren				40	40	21	100	22
unentschieden				37	50	13	100	11
gewonnen				33	54	13	100	44
nur so gespielt				25	64	12	100	
Feld: aktiv Sport	**	**	**	27	57	17	100	27
Fernsehsport				47	41	12	100	44
passiv am Sportplatz				20	66	13	100	29
Ort: zu Hause				60	31	9	100	46
außer Haus	**	**	**	24	58	19	100	54

Mit-Zuschauer < 10				51	40	10	100	55
zwischen 10 und 100	**	**	**	17	65	17	100	29
mehr als 100				22	65	13	100	16
Herkunftsland-Sender				72	26	2	100	25
dt. Sender	**	**		39	44	17	100	75

Untersuchungseinheit: Rezeptionssituation (n=408)

Skalen der UVs: Geschlecht (1: männlich, 2: weiblich), Altersgruppen (1: 14–29, 2: 30–49, 3: 50–74), Bildung (1: Pflichtschule –, 2: Lehre/Fachschule, 3: Matura +), Einkommen (1: weniger als € 1.000,-, 2: € 1.000,- bis € 2.000,-, 3: mehr als € 2.000,-), Muttersprache (1: serbokroatisch, 2: türkisch), Geburtsland (1: Ausland, 2: Österreich), Aufenthaltsdauer (1: 1994 oder später nach Österr., 2: 1989–1993, 3: 1988 oder früher nach Österr.), Staatsbürgerschaft (0: nein, 1: ja), Deutsch-Kenntnisse (1: gering, 2: mittel, 3: sehr gut), österreichische Kollegen (0: keine, 1: zwischen 1 und 50 %, 2: zwischen 51 und 99 %, 3: 100 % österr. Kollegen), österreichische Nachbarn (0: keine, 1: zwischen 1 und 50 %, 2: zwischen 51 und 99 %, 3: 100 % österr. Kollegen), österreichische Freunde/Bekanntete zuletzt getroffen (1: vor mehr als einer Wo. / nie, 2: in der letzten Woche), mag Österreich (1: weniger als sehr gerne, 2: sehr gerne), Ereignistyp (1: Hobby-Spiel, 2: lokales/regionales Spiel, 3: nationales Spiel, 4: internationales Spiel), Anteil der Herkunftsland-Spieler (1: weniger als 50 %, 2: 50 %, 3: mehr als 50 %), Spielausgang (0: verloren, 1: unentschieden, 2: gewonnen, 3: nur so gespielt), Rezeptionsfeld (1: aktive Sportausübung, 2: Fernsehsport, 3: passiv am Sportplatz), Ort der Rezeption (1: zu Hause, 2: außer Haus), Größe der Zuschauergruppe (1: weniger als 10, 2: zwischen 10 und 100, 3: mehr als 100), Sprache des Fernsehsenders (1: Herkunftsland-Sender, 2: dt. Sender)

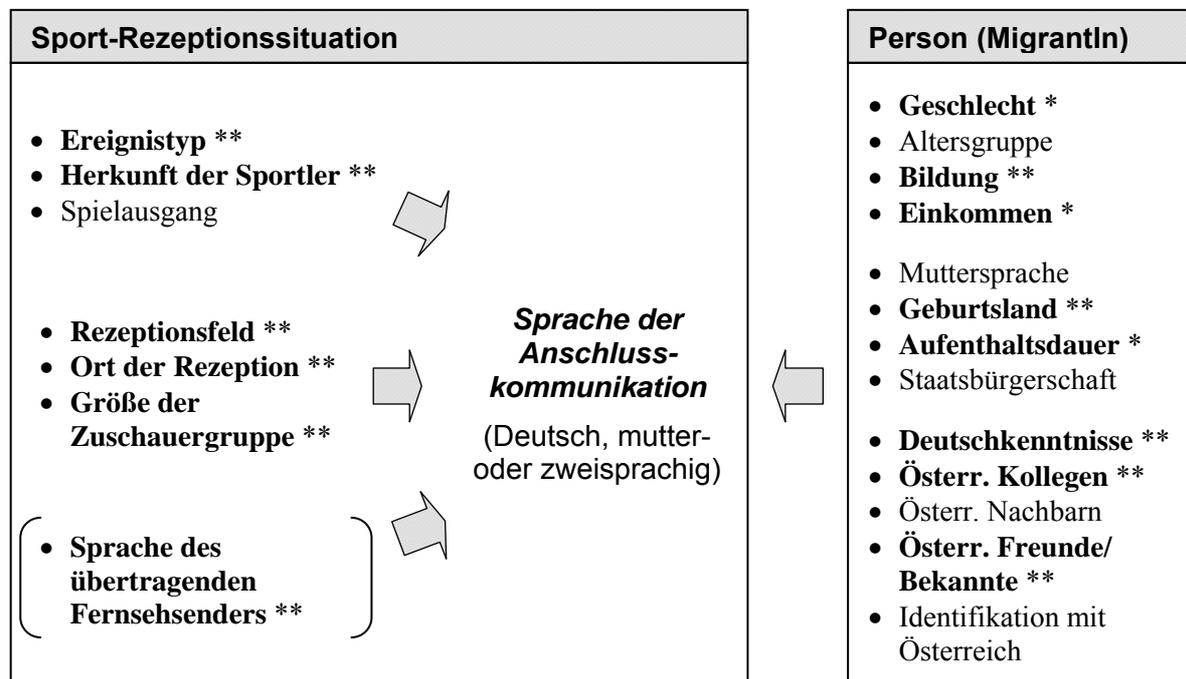
AV: Sprache der Anschlusskommunikation ohne Emotionen: Kreuztabelle mit Chi-Quadrat-Test: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01) und H-Test nach Kruskal und Wallis: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

AV: Sprache der Anschlusskommunikation mit Berücksichtigung der emotionalen Komponente: H-Test nach Kruskal und Wallis: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Werden die Signifikanzen in das theoretische Modell eingetragen, zeigt sich, dass nahezu alle situationsbezogenen Variablen einen Einfluss auf die *Sprache der Anschlusskommunikation* haben. Auch ein Teil der soziodemographischen Merkmale und der Integrations-Indikatoren erweist sich als erklärungskräftig (siehe *Abbildung 10*)¹⁵⁶.

¹⁵⁶ Nicht berücksichtigt bei der finalen Prüfung des theoretischen Modells sind die Variablen *Mannschaftssportart* und *Zuschauergruppe*: die Variable *Sportart* aufgrund zu geringer Streuung respektive der Dominanz von Fußball und die Variable *Zuschauergruppe* aufgrund zu aufwendiger Operationalisierung.

Abbildung 10: Theoretisches Modell: Signifikante Einflüsse auf die Sprache der Anschlusskommunikation



Untersuchungseinheit: Rezeptionssituation (n=401)

Skalen der UVs: Geschlecht (1: männlich, 2: weiblich), Altersgruppen (1: 14–29, 2: 30–49, 3: 50–74), Bildung (1: Pflichtschule –, 2: Lehre/Fachschule, 3: Matura +), Einkommen (1: weniger als € 1.000,-, 2: € 1.000,- bis € 2.000,-, 3: mehr als € 2.000,-), Muttersprache (1: serbokroatisch, 2: türkisch), Geburtsland (1: Ausland, 2: Österreich), Aufenthaltsdauer (1: 1994 oder später nach Österr., 2: 1989–1993, 3: 1988 oder früher nach Österr.), Staatsbürgerschaft (0: nein, 1: ja), Deutsch-Kenntnisse (1: gering, 2: mittel, 3: sehr gut), österreichische Kollegen (0: keine, 1: zwischen 1 und 50 %, 2: zwischen 51 und 99 %, 3: 100 % österr. Kollegen), österreichische Nachbarn (0: keine, 1: zwischen 1 und 50 %, 2: zwischen 51 und 99 %, 3: 100 % österr. Kollegen), österreichische Freunde/Bekannte zuletzt getroffen (1: vor mehr als einer Wo. / nie, 2: in der letzten Woche), Identifikation mit Österreich (1: weniger als sehr gerne, 2: sehr gerne), Ereignistyp (1: Hobby-Spiel, 2: lokales/regionales Spiel, 3: nationales Spiel, 4: internationales Spiel), Anteil der Herkunftsland-Spieler (1: weniger als 50 %, 2: 50 %, 3: mehr als 50 %), Spielausgang (0: verloren, 1: unentschieden, 2: gewonnen, 3: nur so gespielt), Rezeptionsfeld (1: aktive Sportausübung, 2: Fernsehsport, 3: passiv am Sportplatz), Ort der Rezeption (1: zu Hause, 2: außer Haus), Größe der Zuschauergruppe (1: weniger als 10, 2: zwischen 10 und 100, 3: mehr als 100), Sprache des Fernsehsenders (1: Herkunftsland-Sender, 2: dt. Sender)

Skala der AV: Sprache der Anschlusskommunikation (1: muttersprachig, 2: zweisprachig, 3: deutschsprachig)

Signifikanztest: Kreuztabelle mit Chi-Quadrat-Test: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Auf Basis der finalen Prüfung des theoretischen Modells können ein idealtypisches interkulturelles Setting, das nicht nur muttersprachige Kommunikation enthält, und ein idealtypischer Kandidat für ein solches Setting, konstruiert werden:

Das idealtypische Setting ist ein lokales/regionales Spiel mit weniger als 50 % Herkunftsland-Spielern, an dem der Proband *aktiv* teilnimmt, das öffentlich stattfindet und dem zwischen zehn und hundert Zuschauer beiwohnen. Sollte es sich um eine Fernsehsportrezeption handeln, überträgt ein deutschsprachiger Sender.

Der idealtypische Proband, der sich am ehesten in einem solchen Setting befindet, sieht so aus: er ist männlich, höher gebildet, kein Besserverdiener, in Österreich geboren bzw. bereits länger in Österreich, spricht sehr gut Deutsch, mehr als die Hälfte seiner Kollegen sind Österreicher und er trifft sich regelmäßig mit Österreichern.

Soweit die teilweise Prüfung des theoretischen Modells: wie bereits angesprochen, kann aus arbeitsökonomischen Gründen keine Messung der Rückwirkung der *Sprache der Anschlusskommunikation* auf den *Integrationsgrad* erfolgen, sondern nur eine theoretische Vermutung über die potentielle Wirkung angestellt werden. Eine effektive Prüfung verlangt nach einer aufwändigen Längsschnittuntersuchung, die im Rahmen dieser Dissertation nicht möglich war. Mit diesem Hinweis soll aber noch einmal verdeutlicht werden, dass im Sinne eines Wirkungsansatzes der *Integrationsgrad* die abhängige Variable ist und die Sportrezeption eine von vielen unabhängigen Variablen. Ob mit dem Analogieschluss von der *Sprache der Anschlusskommunikation* auf die *potentielle Wirkung der Situation auf den Integrationsgrad* ein tragfähiges theoretisches Konstrukt geschaffen werden konnte, bleibt der Beurteilung der *Scientific Community* überlassen.

5.2.7 Befunde zum Fragenkatalog zur Fußball-Europameisterschaft

Mit einem Fragenkatalog speziell zu den Vorrunden-Spielen der Fußball-EURO 2008 wird die Regionalstudie abgerundet (*Forschungsfragen 11 bis 16*). An die Fußball-EM sind im Vorfeld hinsichtlich des interkulturellen Zusammenseins viele Erwartungen gestellt worden. Die Veranstalter haben sich für die interkulturelle Kommunikation Impulse erhofft (siehe Kapitel 8.2 *Öffentlicher Diskurs zu „Sport und Integration“*). Die deutschsprachigen Fernsehstationen, ORF, ARD und ZDF, sind mit großem Aufwand an das Ereignis herangegangen, nicht zuletzt auch, um Zuwanderer und ausländische Gäste mit ins Boot zu holen und Migranten eventuell langfristig für ihr Programm zu gewinnen.

Mit den folgenden Untersuchungsergebnissen können einige dieser im Vorfeld der EM aufgeworfenen Fragen beantwortet werden.

Nettoreichweiten der EM-Vorrunden-Spiele

Das Spiel *Türkei – Tschechien* war unter Migranten das meistgesehene der 24 Vorrunden-Spiele. Verantwortlich dafür ist die sehr gute Quote unter türkischen Sehern, aber auch eine generell über alle Spiele hinweg hohe Quote unter serbokroatischen Rezipienten. Die österreichische Mannschaft konnte auch begeistern; nicht zuletzt begünstigt durch eine

attraktive Gruppe mit Kroatien und Deutschland. Unter ex-jugoslawischen Migranten war *Österreich – Kroatien* das meistgesehene Spiel, gefolgt von *Österreich – Deutschland*. Die Werte der Nettoreichweiten dürfen als solche nicht überbewertet werden. Hier sind aufgrund der Erhebungsmethode überhöhte Werte sehr wahrscheinlich. Allerdings ist ebenfalls zu bedenken, dass in den mit der Befragung ermittelten Reichweitenwerten die Seher auf allen Kanälen und auch die Außer-Haus-Seher inbegriffen sind. Unter Österreichern machen bei der EM die ORF-Seher¹⁵⁷ etwa 65 % des Gesamtpublikums aus. Weiters entfallen 10 % auf ARD/ZDF und 25 % auf Außer-Haus. Für die Gegenüberstellung der Quote der EM-Vorrunden-Spiele unter Migranten und der unter der österreichischen Repräsentativ-Bevölkerung sind in der folgenden Tabelle neben den in der Migranten-Befragung erhobenen *Nettoreichweiten* die *Teletest-Durchschnittsreichweiten* (12+) von ORF und ARD/ZDF und daraus geschätzte¹⁵⁸ totale *Nettoreichweiten* (ORF + ARD/ZDF + Außer-Haus) für die österreichische Repräsentativbevölkerung angeführt.

Tabelle 64: EURO: Netto- und Durchschnittsreichweiten der Vorrundenspiele

	<i>alle</i>	<i>serbo-kroatisch</i>	<i>türkisch</i>	ORF 12+	ARD/ ZDF 12+	<i>total</i> 12+
Türkei – Tschechien	66	55	** 76	14	2	39
Türkei – Portugal	64	55	* 74	13	2	36
Österreich – Kroatien	64	77 **	50	21	2	56
Österreich – Deutschland	61	71 **	50	30	3	81
Schweiz – Türkei	58	50	* 66	13	2	37
Österreich – Polen	56	64	49	23	3	64
Schweiz – Tschechien	50	56	44	12	1	31
Deutschland – Polen	49	59 *	39	16	3	47
Kroatien – Deutschland	47	66 **	28	13	2	37
Niederlande – Italien	44	57 **	31	15	2	41
Russland – Schweden	41	60 **	21	13	2	37
Spanien – Russland	40	56 **	24	9	2	27
Tschechien – Portugal	40	50 *	30	10	2	28
Griechenland – Schweden	39	53 **	25	12	1	34
Frankreich – Italien	39	54 **	25	13	3	38
Niederlande – Frankreich	37	50 **	24	14	2	40
Griechenland – Russland	37	54 **	20	12	1	33
Italien – Rumänien	36	51 **	20	10	2	32

¹⁵⁷ In die Teletest-Quote fließen nur Zuseher ein, die in Privat-Haushalten schauen.

¹⁵⁸ Die Schätzung erfolgt durch eine Aufsummierung der Durchschnittsreichweiten von ORF und ARD/ZDF und eine Multiplikation mit dem Faktor 2,5.

Rumänien – Frankreich	33	46 **	20	9	1	25
Schweden – Spanien	33	50 **	15	11	2	31
Schweiz – Portugal	33	46 **	19			
Polen – Kroatien	32	49 **	15			
Niederlande – Rumänien	29	41 **	16			
Griechenland – Spanien	28	41 **	15			

ORF 12+ und ARD/ZDF 12+: Durchschnittsreichweiten (vgl. AGTT 2008)

Total 12+: geschätzte Nettoreichweiten: (ORF + ARD/ZDF) * 2,5

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$)

grau: Spiele nicht im ORF und ARD/ZDF übertragen

Bei beiden Sprachgruppen sind bei vielen Spielen höhere Reichweitenwerte als in der Durchschnittsbevölkerung zu beobachten. Das hängt möglicherweise mit der Erhebungsmethodik der Befragung zusammen, die höhere Werte als die Teletest-Messung hervorbringt.

Ein Unterschied zwischen den Migrantengruppen besteht darin, dass überhöhte Werte bei ex-jugoslawischen Probanden generell der Fall sind, bei türkischen Probanden aber fast nur bei den Spielen der türkischen Mannschaft. Ex-jugoslawische Probanden haben offenbar bei der Befragung im Zweifelsfall Spiele als gesehen angekreuzt, auch wenn sie nicht sicher waren, ob sie diese tatsächlich angeschaut haben oder nicht. Türkische Probanden dagegen haben sich beim Ankreuzen auf die Spiele der türkischen Mannschaft konzentriert. Daraus kann gefolgert werden, dass türkische Migranten zu einem guten Teil gezielt die Spiele der Türkei und ex-jugoslawische eher unsystematisch die EM-Spiele verfolgt haben.

Marktanteile der Fernsehsender bei den EM-Vorrunden-Spielen

ORF1 und ARD/ZDF kommen unter Migranten gemeinsam auf mehr als 95 % Marktanteil bei den EM-Vorrunden-Spielen. In der Vorrunde haben die Angehörigen beider Volksgruppen also offenbar kaum auf das Herkunftsland-Angebot zurückgegriffen. Dieser Befund ist aber umstritten, weil von einem höheren Marktanteil der Herkunftslandsender ausgegangen werden muss, wie auch Befunde an anderer Stelle zeigen. Die Fehldiagnose kann eventuell auf das Erhebungsinstrument und auf als sozial erwünscht erachtetes Antworten zurückgeführt werden.

Tabelle 65: EURO: Marktanteile der Sender bei den Vorrunden-Spielen

<i>in %</i>	<i>alle (n=128)</i>	<i>serbo-kroatisch (n=66)</i>	<i>türkisch (n=62)</i>
ORF1	73,5	69,8	77,5
ARD/ZDF	23,2	24,8	21,6
Herkunftsland-Sender	3,3	5,5	0,9

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Im Hinblick auf den Marktanteil der Herkunftsland-Sender weicht dieses Ergebnis von den Befunden zu dem jeweils letzten verfolgten Spiel ab. Dort ist von 8 % und 21 % Herkunftsland-Sender-Marktanteil bei ex-jugoslawischen und türkischen Sehern die Rede (siehe Kapitel 5.2.4 *Befunde zur Charakterisierung der Sportrezeption – Nutzungsanteil deutschsprachiges vs. Herkunftslandfernsehen*). Diese Abweichung lässt sich möglicherweise derart auf das Erhebungsinstrument zurückführen, als der Fragenkatalog zur Fußball-EM so gestaltet war, dass unbedachtes Ankreuzen herausgefordert wurde (siehe Kapitel 9.5 *Fragebogen*).

Ort der Rezeption der Fußball-EM-Vorrunden-Spiele

Genauso wie für die Evaluierung der Sportrezeption wurde auch für alle EM-Vorrundenspiele nach dem Ort der Rezeption gefragt. Für diese Variable liefern beide Erhebungsweisen vergleichbare Ergebnisse (siehe Kapitel 5.2.4 *Befunde zur Charakterisierung der Sportrezeption*).

Tabelle 66: EURO: Ort der Rezeption bei den Vorrunden-Spielen

<i>in %</i>	<i>alle (n=134)</i>	<i>serbo-kroatisch (n=67)</i>	<i>türkisch (n=67)</i>
zu Hause	68,7	68,0	69,4
bei Freunden / Bekannten	10,7	11,4	10,1
in einem Gasthaus / Wettlokal	13,3	17,3 **	9,2
öffentlich – Public Viewing	6,7	3,1	10,3
direkt im Stadion	0,6	0,2	1,0

Sprachgruppen-Vergleich: U-Test nach Mann und Whitney: * signifikant (p<0,05), ** hoch signifikant (p<0,01)

Etwa 30 % haben die EM-Vorrunden-Spiele *außer Haus* verfolgt. Serbokroatischsprachige Migranten waren dabei öfter in Gasthäusern / Wettlokalen anzutreffen als türkischsprachige, weitere dafür häufiger auf der Fanmeile¹⁵⁹ beim „*Public-Viewing*“.

Dieser Befund ist vergleichbar mit der Erhebung von Integral im Auftrag des ORF, in der ein Anteil von 25 % Außer-Haus-Sehern unter Österreichern festgestellt wurde (vgl. ORF-On 2008; ORF/OTS 2008).

Zuschauergruppe bei den EM-Vorrunden-Spielen

Vorweg wird ein Überblick darüber geboten, wie die Fernsehübertragungen von den Probanden grundsätzlich angenommen wurden. Im Durchschnitt hat jeder Proband rund zehn der 24 Vorrunden-Spiele live im Fernsehen verfolgt¹⁶⁰. Zu beachten ist, dass es sich hierbei um eine Nettoreichweite handelt. Ein Proband muss das Spiel also nicht zur Gänze gesehen haben, um als Zuschauer in die Wertung einzugehen. 26 von 160 Probanden (16,2 %) haben kein Spiel verfolgt, 30 Probanden (18,8 %) haben angegeben, alle 24 Vorrundenspiele angeschaut zu haben. Hier ist ebenfalls Vorsicht geboten: es ist davon auszugehen, dass einige Probanden aufgrund ungenauer Erinnerung im Zweifelsfall mehr Spiele als gesehen angekreuzt haben, als es in Wirklichkeit der Fall war.

Hinsichtlich der Zusammensetzung der Zuschauergruppe¹⁶¹ lässt sich sagen, dass in den überwiegenden Fällen zusammen mit *Familienmitgliedern* (in 57 % aller Situationen) und *Freunden/Bekanntem* (28 %) geschaut wurde. Mehrfachnennungen waren hierbei möglich. In 11 % der Fälle wurde *alleine* geschaut und in 8 % der Fälle umfasste die Zuschauergruppe auch „*andere Leute*“. Zwischen den beiden Volksgruppen zeigen sich dabei keine nennenswerten Unterschiede. Diese Befunde sind vergleichbar mit den Ergebnissen der Evaluierung der letzten Fernsehsport-Rezeptionssituation (siehe Kapitel 5.2.4 *Befunde zur Charakterisierung der Sportrezeption*).

Attraktivität der EM-Teilnehmer

Wird die Durchschnittsquote jeder Mannschaft aus den drei Vorrunden-Spielen berechnet, zeigt sich die *Türkei* als attraktivster EM-Teilnehmer. Natürlich ist bei türkischen Migranten

¹⁵⁹ Als Fanmeilen wurden die öffentlichen Plätze bezeichnet, auf denen die Spiele der Fußball-EURO 2008 auf Großbildleinwänden übertragen wurden. Die größte Fanmeile erstreckte sich auf der Wiener Ringstraße inklusive Rathaus- und Heldenplatz und fasste 70.000 Zuschauer (vgl. <http://www.vienna.at/magazin/sport/specials/euro2008/artikel/euro-2008-wiener-fanmeile-feiert-taeglich-fussball-fest/cn/news-20080115-02172348>).

¹⁶⁰ Der verschwindend geringe Anteil an Rezeptionssituationen „*direkt im Stadion*“ wird miteinbezogen.

¹⁶¹ Für die Analyse der Zusammensetzung der Zuschauergruppe wurden nur die Probanden herangezogen, die EM-Spiele verfolgt haben (n=134 von 160).

die Zuseher-Quote bei Türkei-Spielen noch höher als unter Ex-Jugoslawen. In dieser Migrantengruppe waren wiederum Österreich, Deutschland, Kroatien und Russland die Mannschaften mit den besten Einschaltquoten.

Tabelle 67: EURO: Attraktivität der Nationalmannschaften bei allen drei Vorrunden-Spielen

<i>in %</i>	<i>alle (n=160)</i>	<i>serbo- kroatisch (n=80)</i>	<i>türkisch (n=80)</i>
Türkei	63	53	72
Österreich	60	71	50
Deutschland	52	65	39
Tschechien	52	54	50
Kroatien	48	64	31
Schweiz	47	51	43
Polen	46	57	34
Portugal	46	50	41
Italien	40	54	25
Russland	39	57	22
Schweden	37	54	20
Niederlande	37	50	24
Frankreich	36	50	23
Griechenland	35	49	20
Spanien	34	49	18
Rumänien	33	46	19

Beliebtheit der Nationalmannschaften – „die Daumen gedrückt“

Alle, die angekreuzt haben, ein Spiel verfolgt zu haben, haben zusätzlich angegeben, welcher Mannschaft sie die Daumen gedrückt haben. Beispielsweise sind Migranten, die in der Vorrunde ein Spiel der österreichischen Mannschaft gesehen haben, zu 84 % auf der Seite Österreichs gestanden. Die restlichen 16 % haben entweder zur anderen Mannschaft geholfen oder keine Angabe zu ihrem persönlichen Favoriten gemacht.

Die österreichische Mannschaft steigt in der Beliebtheit unter beiden Migrantengruppen gut aus. Auffällig sind weiters die Türkei, die unter türkischstämmigen Zusehern eine annähernd 100-prozentige Unterstützung erfahren hat, und Russland, das unter Wilhelmsburgs Serben zur Lieblingsmannschaft avanciert ist.

Tabelle 68: EURO: Beliebtheit der Nationalmannschaften

<i>in %</i>	<i>alle</i> (n=160)	<i>serbo-</i> <i>kroatisch</i> (n=80)	<i>türkisch</i> (n=80)
Österreich	84	80	91
Russland	79	93	42
Niederlande	76	74	79
Türkei	60	15	94
Italien	55	58	51
Griechenland	55	53	58
Kroatien	54	68	24
Portugal	53	82	18
Spanien	53	44	77
Rumänien	47	46	49
Schweiz	41	54	26
Tschechien	36	50	20
Frankreich	34	32	40
Deutschland	30	27	33
Schweden	26	21	39
Polen	20	20	21

Nach der detaillierten Darlegung der Befunde wird im folgenden Zwischenresümee noch einmal über Methode und Befunde der Regionalstudie Bilanz gezogen.

5.3 Zwischenresümee über die empirischen Befunde

Die Qualität des Samples der Regionalstudie im Hinblick auf soziodemographische Merkmale kann als *zufrieden stellend* bezeichnet werden. Unterrepräsentiert ist die ältere Bevölkerungsgruppe (50–74). Insbesondere ältere Personen mit geringen Deutschkenntnissen werden schwer erreicht, wie die Analyse des Samples zeigt. Dieser Eindruck wird durch die Erinnerungen des Interviewers bekräftigt. Trotz der Verwendung muttersprachiger Fragebögen schreckt die Kontaktaufnahme in deutscher Sprache einen guten Teil der migrantischen Bevölkerung ab. Muttersprachige Interviewer würden die Ausschöpfung in den angesprochenen Bevölkerungssegmenten höchstwahrscheinlich verbessern.

Die Mediennutzung von ex-jugoslawischen und türkischen Migranten ist die Mediengattung betreffend vom *Fernsehen* und hinsichtlich der Sprache von der *Dualität* der Nutzung deutsch- und muttersprachiger Angebote geprägt. Zwischen den Angehörigen der beiden Sprachgruppen besteht hierbei ein signifikanter Unterschied: ex-jugoslawische Migranten schauen sehr viel häufiger deutschsprachige Sender als türkische. Bei beiden Migranten-

gruppen sind die Herkunftsland-Sender gleichermaßen eine wichtige Verbindung zur alten Heimat und Herkunftskultur. Qualitative Untersuchungen weisen auf die unterschiedliche Rolle hin, die deutschsprachige und Herkunftsland-Medienangebote für Migranten spielen. Beide erfüllen jedoch eine wichtige Funktion zur „Meinungs- und Identitätsbildung“ (vgl. ARD/ZDF 2007: 434 bzw. Hafez 2002).

Erfreulich aus Sicht der deutschsprachigen Sender ORF, ZDF und ARD fällt die Nutzung während der Fußball-EM aus: Alle drei Sender können signifikant an Reichweite zulegen. Der Trend zu deutschsprachigen Sendern gegenüber Herkunftsland-Sendern bei der Rezeption der EM-Spiele wird durch mehrere Indikatoren bestätigt: Bei den EM-Spieleübertragenden Herkunftsland-Sendern kann im Gegensatz zu den deutschsprachigen Sendern kein Anstieg an Reichweite während der EM festgestellt werden. Hinsichtlich der Angabe der Sprache des Fernsehsenders bei der *letzten Fernsehsporrezeption* hat der Marktanteil der deutschsprachigen Sender signifikant zugenommen. Diese Entwicklung während der EURO ist bei beiden untersuchten Volksgruppen gleichermaßen festzustellen.

Für die Erklärung des Fernsehverhaltens – deutsch- vs. muttersprachig – erweisen sich neben der bereits angesprochenen Muttersprache insbesondere die Integrations-Indikatoren als erklärungskräftig. Soziodemographische Merkmale wie *Alter*, *Geschlecht* oder *Bildung* sind *nicht* entscheidend dafür, zu welchem Anteil deutschsprachiges Fernsehen genutzt wird, vielmehr ist es neben den Deutschkenntnissen die Eingliederung in das örtliche Gesellschaftsleben, d.h. das Ausmaß des Kontakts zu österreichischen Kollegen, Nachbarn und Freunden/Bekanntem.

Für Mannschaftssport im Fernsehen interessieren sich rund drei Viertel der Befragten. Die Frequenz der Rezeption von Fernsehsport hat dabei während der Fußball-EM deutlich zugenommen. Rund 70 % geben an, während der EM-Play-Off-Phase ein Spiel verfolgt zu haben, also nahezu alle an Fernsehsport grundsätzlich Interessierten. Unter Serbokroaten ist dabei generell eine hohe Frequenz der Fernsehsporrezeption vorhanden, unter Türken hat die Nutzung während der EM stark zugenommen.

Bezüglich der Charakterisierung der evaluierten Rezeptionssituationen lässt sich feststellen, dass der Anteil an (potentiell) *interkulturell integrierenden* und *assimilierenden* Situationen, d.h. Situationen mit deutschsprachiger Anschlusskommunikation, während der EM verhältnismäßig *nicht* zugenommen hat. Das gilt für beide Sprachgruppen. Die diesbezüglichen Erwartungen können mit den Ergebnissen dieser Untersuchung also nicht ganz befriedigt wer-

den. Obwohl keine „Revolution“ stattgefunden hat, lässt die vermehrte öffentliche Rezeption (etwa 27 % haben die EM-Spiele *außer Haus* verfolgt, 10 % davon beim „Public-Viewing“) auf eine vermehrte Verwendung der deutschen Sprache und auf eine häufigere Auseinandersetzung (im positiven und im negativen Sinne) zwischen den Volksgruppen schließen.

Eindeutig ist der Marktanteil des deutschsprachigen Fernsehens bei der Fernsehsporthrezeption während der EM gestiegen (von 64 % auf 86 %). Insbesondere die türkischen Rezipienten haben das deutschsprachige Fernsehen im Zuge der EM stärker genutzt als „normalerweise“ (79 % statt 40 %).

Für die Erklärung der *Sprache der Anschlusskommunikation* bei der Fernsehsporthrezeption durch soziodemographische und Herkunfts-Merkmale, Integrations-Indikatoren sowie situationsbezogene Variablen erweisen sich über beide Wellen hinweg die *Bildung*, die *Deutsch-Kenntnisse* und der *Anteil der Herkunftsland-Spieler* als erklärungskräftig. Höhere Bildung und bessere Deutsch-Kenntnisse des Rezipienten sowie ein geringerer Anteil an Herkunftsland-Spielern erhöhen die Wahrscheinlichkeit für das Zustandekommen integrierender Settings. Während der EM hat insbesondere auch der Ort der Rezeption an Einfluss auf die *Sprache der Anschlusskommunikation* gewonnen. Die öffentliche Rezeption belebt nämlich eindeutig die interkulturelle Kommunikation.

Die finale Prüfung des theoretischen Modells, d.h. die Messung des Einflusses aller unabhängigen Variablen auf die Sprache der Anschlusskommunikation unter Berücksichtigung aller Situationen, die bei der aktiven Sportausübung, bei der Fernsehsporthrezeption und bei der passiven Rezeption am Sportplatz zu Stande kommen, ergibt als wichtigste unabhängige Variablen: *Bildung*, *Geburtsland*, *Deutsch-Kenntnisse*, *österreichische Freunde/Bekannte*, *Ereignistyp*, *Anteil der Herkunftslandspieler*, *Rezeptionsfeld*, *Ort der Rezeption*, *Größe der Zuschauergruppe* und *Sprache des Fernsehsenders*. Als *nicht* erklärungskräftig von den getesteten Variablen erweisen sich: *Alter*, *Muttersprache*, *Staatsbürgerschaft*, *österreichische Nachbarn*, *Identifikation mit Österreich* und *Spielausgang*.

Der Fragenkatalog zur Fußball-EM gibt einen ergänzenden Einblick in das Rezeptionsverhalten von Migranten während des sportlichen Großereignisses. Die Ergebnisse müssen allerdings im Hinblick auf die äußerst umfangreiche Fragenbatterie (detaillierte Fragen zu allen 24 EM-Vorrunden-Spielen) mit Vorsicht interpretiert werden. Es ist nämlich bei einer erheblichen Zahl an Untersuchungsteilnehmern zu einem unbedachten, immer gleichen Ankreuzen gekommen. Im Vergleich der Zuseherzahl bei den EM-Vorrundenspielen liegt

der Reichweitenwert beim Spiel *Türkei – Tschechien* am höchsten. Verantwortlich dafür sind natürlich vor allem die türkischen Probanden. Grundsätzlich ist die Einschaltquote unter ex-jugoslawischen Migranten über alle Vorrunden-Spiele hinweg hoch, türkische Migranten schauen im Gegensatz dazu viel gezielter die Spiele ihres Favoriten *Türkei*. Die Spiele der österreichischen Mannschaft werden von den Angehörigen beider Migrantengruppen ebenfalls zu einem großen Teil verfolgt. Die Frage nach dem Ort der Rezeption der Vorrunden-Spiele bestätigt etwa 10 % Zuschauer in den Fanzonen und rund 70 % klassische zu-Hause-Seher. Bei den Marktanteilen der Fernsehsender liegt offensichtlich ein abweichendes (fehlerhaftes) Antwortverhalten vor. Hier ist der Marktanteil der deutschsprachigen Sender mit rund 95 % auf jeden Fall zu hoch bemessen. Bei der Frage nach der letzten Rezeptionssituation sind es rund 86 %. Als beliebteste Mannschaften entpuppten sich unter den türkischen Migranten die Türkei und unter den serbokroatischen Russland. Österreich steigt bei beiden Sprachgruppen ebenfalls gut aus.

Soweit ein Zwischenresümee über die Befunde der eigenen empirischen Untersuchung. Im Kapitel 6 *Schluss* werden diese schließlich mit den theoretischen Grundlagen und den bisherigen Forschungsergebnissen im Feld „*Migranten-Medien-Integration*“ konfrontiert. Zuvor erfolgt noch ein Überblick über die Bestätigung oder Ablehnung der aufgestellten Hypthesen (für die Ableitung der Hypothesen siehe Kapitel 5.1.7 *Hypothesen*).

5.4 Hypothesenprüfung¹⁶²

- (++) H1: Unter Migranten ist die Fernsehnutzung höher als in der österreichischen Repräsentativbevölkerung.
- (--) H2: Unter türkischen Migranten ist die Fernsehnutzung höher als unter ex-jugoslawischen Migranten.
- (+-) H3: Unter türkischen Migranten ist die Tagesnetto Reichweite des Herkunftslandfernsehens höher als unter ex-jugoslawischen Migranten.
- (+-) H4: Unter ex-jugoslawischen Migranten ist wiederum die Tagesnetto Reichweite des deutschsprachigen Fernsehens höher als unter türkischen Migranten.
- (++) H5: In der zweiten Welle nimmt die Tagesreichweite der deutschsprachigen Sender, die die Spiele der EURO 2008 übertragen, gegenüber der ersten Welle zu.
- (--) H6: In der zweiten Welle nimmt die Tagesreichweite der muttersprachigen Sender, die die Spiele der EURO 2008 übertragen, gegenüber der ersten Welle zu.
- (++) H7: Je höher die kognitive Integration (Deutschkenntnisse) ist, desto verhältnismäßig mehr deutschsprachige Sender gegenüber Herkunftslandsendern werden genutzt.
- (++) H8: Je höher die soziale Integration (Kollegen, Nachbarn, Freunde/Bekannte) ist, desto mehr deutschsprachige Sender im Vergleich zu Herkunftslandsendern werden genutzt.
- (+-) H9: Je höher die psychologische Integration (Identifikation mit Österreich) ist, desto verhältnismäßig mehr deutschsprachige Sender gegenüber Herkunftslandsendern werden genutzt.
- (++) H10: In der zweiten Welle nimmt die Frequenz der Fernsehsporrezeption gegenüber der ersten Welle zu.
- (+-) H11: Bei aktiver Sportausübung und passiver Sportrezeption haben verhältnismäßig mehr Situationen eine deutschsprachige Anschlusskommunikation zur Folge als bei der Fernsehsporrezeption.

¹⁶² (++) Hypothese bestätigt; (+-) Hypothese teilweise bestätigt; (--) Hypothese nicht bestätigt.

- (--) H12: In der zweiten Welle nimmt der Anteil an Fernsehsport-Rezeptionssituationen mit deutschsprachiger Anschlusskommunikation gegenüber der ersten Welle zu.
- (++) H13: In der zweiten Welle nimmt der Anteil der Außer-Haus-Seher bei der Fernsehsport-Rezeption gegenüber der ersten Welle zu.
- (++) H14: In der zweiten Welle wächst die Größe der Zuschauergruppe bei der Fernsehsport-Rezeption im Vergleich zur ersten Welle.
- (++) H15: In der zweiten Welle nimmt der Marktanteil des deutschsprachigen Fernsehens bei der Fernsehsport-Rezeption gegenüber der ersten Welle zu.
- (++) H16: Je höher die kognitive Integration (Deutschkenntnisse) ist, desto verhältnismäßig mehr Fernsehsport-Rezeptionssituationen haben eine deutschsprachige Anschlusskommunikation (zweisprachige und rein deutschsprachige).
- (+-) H17: Je höher die soziale Integration (Kollegen, Nachbarn, Freunde/Bekannte) ist, desto verhältnismäßig mehr Fernsehsport-Rezeptionssituationen haben eine deutschsprachige Anschlusskommunikation zur Folge (zweisprachige und rein deutschsprachige).
- (--) H18: Je höher die psychologische Integration (Identifikation mit Österreich) ist, desto verhältnismäßig mehr Fernsehsport-Rezeptionssituationen haben eine deutschsprachige Anschlusskommunikation zur Folge (zweisprachige und rein deutschsprachige).

6 Schluss

Der deutsche Sprach- und Kulturraum befindet sich aktuell in einem ethnisch-kulturellen Wandlungsprozess. Standen in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts Homogenisierungsbestrebungen im Vordergrund, nimmt seit den 1950er Jahren die kulturelle Vielfalt beständig zu. Verantwortlich dafür sind eine andauernde Zuwanderung und die Reproduktion ethnisch-kultureller Diversität. Hinsichtlich der Integration der Gesellschaft scheinen Modelle der Assimilierung von ethnischen Minderheiten, wie sie im 19. Jahrhundert beispielsweise die Tschechen in Wien an die „Leitkultur“ angeglichen hat, nicht mehr zu greifen. Ethnisch-kulturelle Diversität ist demgemäß kein vorübergehendes sondern ein dauerhaftes Phänomen. Dieser Umstand führt die Überlegungen der Alltagspolitik und auch der Sozialwissenschaft weg vom Assimilationskonzept hin zu multikulturellen Modellen. Geißler/Pöttker (2005, 2006) stellen ein solches pragmatisches Modell der Integration ethnisch-kulturell-pluralistischer Gesellschaften vor, das *Modell der interkulturellen Integration*. Es verweist insbesondere auf das Beispiel Kanada und stellt einen Mittelweg zwischen den beiden Polen „Beibehaltung der Herkunftskultur“ und „Anpassung an die Ankunfts-kultur“ dar. Die Quintessenz ist, dass kulturelle Merkmale in der pluralistischen Gesellschaft kein Hindernis für Chancengleichheit sein sollen. Dazu sind gewisse Akkulturationsleistungen der Zuwanderer notwendig, vor allem eine sprachlich-mentale Anpassung, eine kulturelle Assimilation wird damit aber nicht vorausgesetzt.

Parallel zum kulturellen Wandel hat sich auch das Mediensystem in den vergangenen Jahrzehnten stark verändert. Es ist keine 20 Jahre her, dass in Österreich nur FS1 und FS2¹⁶³ empfangen werden konnten. Mittlerweile steht neben einem breiten Angebot von deutschsprachigen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern praktisch das gesamte europäische Fernsehangebot über Satellit zur Verfügung. Das hat nicht nur die Mediennutzung der deutschsprachigen Mehrheitsbevölkerung auf ganz neue Beine gestellt, sondern auch die der Minderheitenangehörigen. Die deutschsprachigen öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten konnten auf die mediale Revolution durch ethno-kulturelle Angebote nicht mehr reagieren und die Minderheitenprogramme in den deutschsprachigen Sendern fristen seither ein Nischendasein.

¹⁶³ FS1 und FS2: seit 1992 ORF1 und ORF2.

In der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft vergrößert sich mit dem gesellschaftlichen und medialen Wandel das Forschungsfeld „*Migranten-Medien-Integration*“ kontinuierlich. Seit vielen Jahren bildet die Analyse der Darstellung von Migranten in den Medien einen Forschungsschwerpunkt. Durch zahlreiche Untersuchungen wird belegt, dass eine negativverzerrte, stereotype „*Ausländerberichterstattung*“ vorherrscht und damit das vorurteilsbehaftete Bild von Migranten in den Köpfen der Mehrheitsbevölkerung entscheidend mitgeprägt wird (vgl. Bonfadelli 2007b; Böhm 1999.; Butterwegge 1999a.; Geißler/Pöttker 2006a; Weber-Menges 2005a). Hinsichtlich der Mediennutzung von Migranten war die Forschung bis in die 1980er Jahre durch die Evaluierung der Nutzung der öffentlich-rechtlichen Minderheitenprogramme geprägt. Seit der Empfangbarkeit von Auslandsfernsehen mittels Satellit und Kabel stehen die Erhebung der zweisprachigen Mediennutzung von Migranten und die Wirkung der Nutzung von Ethnomedien im Blickpunkt des Interesses.

Die Befunde der bisherigen punktuellen Untersuchungen im deutschen Sprachraum zeigen, dass eine dualistische Nutzung deutsch- und muttersprachiger Medienangebote unter Migranten alltäglich gelebte Praxis ist (vgl. Weiß/Trebbe 2001; Goldberg/Sauer 2006; Trebbe/Weiß 2006; WDR-Medienforschung 2006a; Bucher/Bonfadelli 2007; ARD/ZDF 2007; ORF/GfK 2008). Der Integrationsgrad einer Person wird als wichtige Erklärungsvariable genannt, ob deutsch- oder muttersprachige Programme bevorzugt werden. Das wird auch in dieser empirischen Studie bestätigt (siehe Kapitel 5.2.2 *Befunde zur Erklärung des Fernsehverhaltens*).

Ethnomedien und Mehrheitsmedien erfüllen für Migranten unterschiedliche Funktionen. Den deutschsprachigen Medien wird auf Basis der kommunikationswissenschaftlichen Ansätze *Agenda-Setting* und *Kultivierung* ein Beitrag zur *gesellschaftlichen Integration* attestiert (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007; Esser 2000, In: Schneider/Arnold 2006: 95f.; Piga 2007; Putnam 2000; In: d’Haenens: 148). Den Ethnomedien wird eine Wirkung hinsichtlich der Bildung und Festigung der *kulturellen Identität* zugeschrieben (vgl. Bucher/Bonfadelli 2007; Putnam 2000; In: d’Haenens 2007: 147f.; Schneider/Arnold 2006). In einer anderen Interpretation wird in einer überwiegenden Nutzung von Ethnomedien, die in den meisten Fällen keinen oder nur einen geringen Aufnahmelandbezug aufweisen, eine Abkehr von der Mehrheitsgesellschaft und negative Auswirkungen auf die gesellschaftliche Integration gesehen. Diese Effekte sind als *Medienghetto*-These formuliert worden (vgl. Scherf 2004, Becker 1996, Esser 2000, In: Schneider/Arnold 2006: 99; Bucher/Bonfadelli 2007; Güntürk 1999; Meier-Braun 2002; Weber-Menges 2005b). Am ehesten wird schließlich *trans-*

kulturellen Ethnomedien, die von Minderheitenangehörigen für Minderheitenangehörige produziert werden, eine integrative Wirkung zugetraut. In Österreich ist diese Gattung aber noch kaum am Markt vertreten.

Ähnlich wie die Rolle der Medien im Integrationsprozess wird auch die Funktion des Sports für die Integration in der Sozialwissenschaft und in öffentlichen Zusammenhängen kontrovers diskutiert (siehe Kapitel 8 *Öffentlicher Diskurs zu „Medien und Integration“* sowie *„Sport und Integration“*). Die Autoren sind sich einig, dass Sport ebenso wie mediale Berichterstattung in zwei gegensätzliche Richtungen wirken kann: *verbindend* und *trennend* (vgl. Braun 2006; Cachay/Thiel 2000; Crawford 2004; Jütting 1995; Karlik 2005; Lichtenauer 1995; Rummelt 1995; SORA 2008; Weber 2008; Weiß 1990; Weiß 1999).

Neben dem aktiv ausgeübten und dem passiv vor Ort rezipierten Sport kommt dem Mediensport eine immer größere Bedeutung zu. Im Mediensport greifen die gesellschaftlichen Teilbereiche *Medien* und *Sport* ineinander. Aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive stellt sich die Frage, inwieweit die Integrationspotentiale der beiden gesellschaftlichen Subsysteme darin zur Geltung gebracht werden. Ziel der eigenen empirischen Untersuchung war es unter anderem, dieser Fragestellung nachzugehen. Zunächst wurde dazu das theoretische Modell *„Medien-Sport-Integration“* entwickelt, in dem der Fernseh-sport mit der Integration von Migranten in Zusammenhang gebracht wird. Die Untersuchungsergebnisse lassen darauf schließen, dass das Modell durchaus geeignet ist, die Bedingungen für das Zustandekommen *interkultureller Kommunikation* – und damit von Integration im weitesten Sinne – bei der (Fernseh-)Sportrezeption zu evaluieren (siehe Kapitel 5.2.5 *Befunde zur Erklärung der Sprache der Anschlusskommunikation bei der Fernseh-sportrezeption* und Kapitel 5.2.6 *Befunde zur finalen Prüfung des theoretischen Modells*). Das Modell ist als Wirkungsmodell in zweifacher Hinsicht konzipiert. Es erlaubt einerseits die Prüfung des Einflusses personaler und kontextualer Variablen auf das Zustandekommen interkultureller Kommunikation bei der Fernseh-sportrezeption und andererseits einen Vergleich zwischen den drei Rezeptionsfeldern Fernseh-sport, aktiv ausgeübtem Sport und passiv vor Ort rezipiertem Sport im Hinblick auf das Integrationspotential.

Wurde mit der Untersuchung des Zusammenhangs von Fernseh-sportnutzung und Migrantenintegration in der Wilhelmsburger Regionalstudie ein eher unerforschtes Terrain betreten, lassen sich Methode und Befunde zur *Fernsehnutzung* mit bisherigen Erhebungen im Forschungsfeld *„Migranten-Medien-Integration“* sehr gut vergleichen. In diesem Bereich ist die

Regionalstudie anschlussfähig gegenüber dem kommunikationswissenschaftlichen Forschungsstand. Die im Kapitel zur Synthese aus den bisherigen Studien zur Mediennutzung von Migranten dargelegten methodologischen und inhaltlichen Auffälligkeiten finden sich auch in der Regionalstudie wieder (siehe Kapitel 3.3.2 bzw. vgl. Müller 2005d: 377f.; Piga 2007: 224ff.):

- In methodologischer Hinsicht sind zwei Aspekte hervorzuheben: Zum einen ist die Ausschöpfungsquote bei jeder Migranten-Befragung gering: Insbesondere eine Kontaktaufnahme in deutscher Sprache wirkt auf Migranten, die sich in der Sprache ihres Ziellandes nur begrenzt verständigen können, abschreckend. Zum anderen ist ein sozial erwünschtes Antwortverhalten in Richtung deutschsprachiger Mediennutzung wahrscheinlich. Beide Aspekte können mit den Erfahrungen aus der Regionalstudie bestätigt werden. Ergebnis der Datenerhebung ist also ein Sample, das in *integrationsfreudiger* Richtung verzerrt ist. Das soll allerdings nicht zur Gänze die Gültigkeit der erhobenen Daten in Frage stellen. Das methodologische Problem, dass gewisse Bevölkerungssegmente in Umfragen schwerer zu erreichen sind als andere, besteht solange es Sozialwissenschaft gibt.
- In inhaltlicher Hinsicht werden durch die Regionalstudie die bisherigen empirischen Befunde bestätigt, wonach das Fernsehen das dominierende Medium unter Migranten ist und von einer überwiegenden Mehrheit *sowohl* Herkunftsland- *als auch* Aufnahmelandsender genutzt werden. Eine Rangfolge der reichweitenstärksten Sender ist mit den Messungen deutscher Untersuchungen ebenfalls vergleichbar (ARD/ZDF 2007; WDR-Medienforschung 2006; Goldberg/Sauer/Zentrum für Türkeistudien 2006; Weiß/Trebbe 2001): Bei türkischen Migranten stehen muttersprachige und deutschsprachige *private* Unterhaltungssender an der Spitze (*Kanal D, Show TV, ATV* bzw. *RTL, Pro7*). In Österreich ist zusätzlich der öffentlich-rechtliche Sender *ORF1* beliebt, der aber ebenfalls „unterhaltungslastig“ konzipiert ist. Ex-jugoslawische Migranten werden in den deutschen Umfragen nicht in diesem Ausmaß berücksichtigt. Aus der Regionalstudie geht hervor, dass in dieser Sprachgruppe die deutschsprachigen Sender deutlich mehr Anklang finden als unter türkischen Migranten. Ihre Mediennutzung ist also vergleichsweise „deutscher“, womit gemeinhin auch eine bessere Integration in die Aufnahmegesellschaft verbunden wird (siehe Kapitel 3.3.2 *Synthese aus den bisherigen Studien zur Mediennutzung von Migranten* bzw. Kapitel 5.2.1 *Befunde zum Mediennutzungsverhalten*).

Der Zusammenhang von Mediennutzung und Integration ist in den bisherigen Studien mit verschiedenen Ansätzen theoretisch modelliert und empirisch geprüft worden (vgl. ARD/ZDF 2007; Goldberg/Sauer 2006; Trebbe/Weiß 2006; Weiß/Trebbe 2001). Aus der Regionalstudie geht eindeutig eine positive Korrelation zwischen den beiden Phänomenen hervor. Eine wesentliche Rolle, wie stark der Zusammenhang bei einer empirischen Prüfung ausfällt, spielen in jedem Fall das zu Grunde gelegte Integrationskonzept (Assimilation oder interkulturelle Integration; siehe Kapitel 2.2 *Modelle der Integration von Migranten*) und die Art und Weise der Operationalisierung von Integration. Für die Regionalstudie wurden die Deutschkenntnisse, der Kontakt zu Österreichern und die Identifikation mit dem Aufnahme-land Österreich als Indikatoren für die Integration in die Aufnahmegesellschaft herangezogen. Diese Umsetzung entspricht eher dem Assimilationskonzept und eine hohe Korrelation *dieser* Form von Integration mit der bevorzugten Sprache der Mediennutzung liegt nahe.

Während sich also die gewählten Integrationsindikatoren für die Bevorzugung deutsch- oder muttersprachiger Fernsehangebote als klar determinierend erweisen, sind soziodemographische Merkmale nicht erklärungskräftig (siehe Kapitel 5.2.2 *Befunde zur Erklärung des Fernsehverhaltens*). Ein Schluss daraus, dass soziodemographische Merkmale auch *keinen* Einfluss auf die Informations- vs. Unterhaltungsorientierung haben, ist aber nicht zulässig. Einige Autoren weisen darauf hin, dass die Unterhaltungslastigkeit der Fernsehnutzung von Migranten möglicherweise durch ihre unterprivilegierte Stellung in der Gesellschaft und weniger aufgrund kultureller Merkmale erklärt werden kann (vgl. Bonfadelli 2007; Müller 2005d; Piga 2007). Hierzu sind Vergleiche mit der Mehrheitsbevölkerung notwendig, die mit dem Regionalsample aber nicht geleistet werden können.

Abschließend lässt sich die Frage, ob die Medien effektiv einen *Beitrag* zur Integration leisten, über die Feststellung eines positiven Zusammenhangs von Mediennutzung und Integration ebenfalls nicht beantworten. Mit dem theoretischen Modell „*Medien-Sport-Integration*“ wurde versucht einen diesbezüglichen Ansatz für das Feld des Fernsehsports zu entwerfen. Mit dem Modell wird gemessen, inwiefern bei der Fernsehsporthreption *interkulturelle Situationen* entstehen und damit im weitesten Sinne *Integration* passiert. Möglicherweise lässt sich dieser Ansatz auch auf andere Medieninhalte übertragen. Die Bemühungen hinsichtlich der Erforschung der Mediennutzung von Migranten und der Wirkung der Medieninhalte auf die gesellschaftliche Integration müssen in jedem Fall noch verstärkt werden. In diesem Sinne sollen durch die Wilhelmsburger Regionalstudie weitere Untersuchungen angeregt werden.

7 Literatur

Alber, Elisabeth / Nicole Hanns (2006): *Kommunikation am Fußballplatz – eine Analyse des Kommunikationsverhaltens von Fußballfans und dessen Beeinflussung durch die Medien am Beispiel der Wiener Derbys vom 26.05.2005 bzw. vom 22.10.2005*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Akbaba, Eser (2006): *Integration durch Medien? Der Mediengebrauch von Minderheiten; Jugendliche der zweiten Generation*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Anker, Heinrich / Matthias Steinmann / Manolya Ermutlu (1995): *Die Mediennutzung der AusländerInnen in der Schweiz*. Bern.

ARD/ZDF / Erk Simon (2007): *Migranten und Medien 2007. Zielsetzung, Konzeption und Basisdaten einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF-Medienkommission*. In: *Media Perspektiven* 9/2007, 426–435.

Aumüller, Jutta (2007): *Türkische Fernsehmedien in Deutschland*. In: Bonfadelli, Heinz / Heinz Moser (Hrsg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden, 21–42.

Baurmann, Michael (1999): *Durkheims individualistische Theorie der sozialen Arbeitsteilung*; In: Friedrichs, Jürgen / Wolfgang Jagodzinski (Hrsg.): *Soziale Integration*. Opladen, 85–114.

Becker, Jörg (2007): *Für Vielfalt bei den Migrantenmedien: Zukunftsorientierte Thesen*. In: Bonfadelli, Heinz / Heinz Moser (Hrsg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden, 43–52.

Berghold, Evelyn (2006): *Integration durch Medien; eine qualitative Untersuchung zum TV-Magazin "Heimat, fremde Heimat"*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Bette, K. H. (1990): *Sport als Thema geselliger Konversation. Zur Choreographie mikrosozialer Situationen*. In: Kleine, W. / W. Fritsch (Hrsg.): *Sport und Geselligkeit. Beiträge zu einer Theorie von Geselligkeit im Sport*. Aachen, 61–80.

Beyer, Bernhard (2000): *Sportvereine im Blickpunkt der Öffentlichkeit. Die Public Relations ausgewählter österreichischer Sportvereine*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Bonfadelli, Heinz (2001): *Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven*. Konstanz.

- Bonfadelli, Heinz (2004): *Medienwirkungsforschung II. Anwendungen*. Konstanz.
- Bonfadelli, Heinz (2007a): *Einleitung*. In: Bonfadelli, Heinz / Heinz Moser (Hrsg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden, 7–18.
- Bonfadelli, Heinz (2007b): *Die Darstellung ethnischer Minderheiten in den Massenmedien*. In: Bonfadelli, Heinz / Heinz Moser (Hrsg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden, 95–116.
- Bonfadelli, Heinz / Heinz Moser (Hrsg.) (2007): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden.
- Böhm, Andrea (1999): *Die mediale Täter-Opfer-Falle: Ausländer als Objekte journalistischer Begierde*. In: Butterwegge, Christoph / Gudrun Hentges / Fatma Sarigöz (Hrsg.): *Medien und multikulturelle Gesellschaft*. Opladen, 90–94.
- Braun, Sebastian (2006): *Soziale und politische Integration durch Vereine. Theoretische Ansätze und empirische Ergebnisse*. In: Rehberg, Karl-Siegbert (Hrsg.): *Soziale Ungleichheit, kulturelle Unterschiede*. Frankfurt/Main.
- Braunreiter, Michaela (2001): *MigrantInnen und Medien. Versuch einer Positionierung von MigrantInnen in der österreichischen Medienlandschaft mit besonderem Augenmerk auf muttersprachige Produktionen im Radio*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.
- Bucher, Priska / Heinz Bonfadelli (2007): *Mediennutzung von Jugendlichen mit Migrationshintergrund in der Schweiz*. In: Bonfadelli, Heinz / Heinz Moser (Hrsg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden, 119–145.
- Bundesministerium für Inneres (2008): *Nationalratswahl 2008, Wahltag, Stichtag, endgültiges Gesamtergebnis*. Wien, verfügbar unter: http://www.bmi.gv.at/wahlen/NRW_08_gesamtergE.asp, 30.12.2008.
- Burmeister, Joachim (1999): *Das Dilemma des freiheitlich verfassten Staates*; In: Friedrichs, Jürgen / Wolfgang Jagodzinski (Hrsg.): *Soziale Integration*. Opladen, 353–379.
- Busch, Brigitte (1999): *Der virtuelle Dorfplatz. Minderheitsmedien, Globalisierung und kulturelle Identität*. Klagenfurt.
- Butterwegge, Christoph / Gudrun Hentges / Fatma Sarigöz (Hrsg.) (1999): *Medien und multikulturelle Gesellschaft*. Opladen.

Butterwegge, Christoph (1999a): *Massenmedien, Migrant(inn)en und Rassismus*.
Butterwegge, Christoph / Gudrun Hentges / Fatma Sarigöz (Hrsg.): Medien und
multikulturelle Gesellschaft. Opladen, 64–89.

Butterwegge, Christoph / Gudrun Hentges (Hrsg.) (2006): *Massenmedien, Migration und
Integration*. Wiesbaden.

Cachay, Klaus / Ansgar Thiel (2000): *Soziologie des Sports. Zur Ausdifferenzierung und
Entwicklungsdynamik des Sports der modernen Gesellschaft*. Weinheim.

Campbell, Donald T. / Stanley, Julian C. (1966): *Experimental and Quasi-Experimental
Designs for Research*. Boston.

Crawford, Garry (2004): *Consuming sport. Fans, sport and culture*. London, New York.

d’Haenens, Leen (2007): *Medien und Diversität in den Niederlanden: Politik und
Forschung im Überblick*. In: Bonfadelli, Heinz / Heinz Moser (Hrsg.): Medien und
Migration. Europa als multikultureller Raum? Wiesbaden, 147–181.

Daxenbichler, Roland (2006): *Analyse der Sportberichterstattung über die
Fußballweltmeisterschaft 2006 in ausgewählten österreichischen Printmedien*.
Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Demokratiezentrum Wien (2008): *Arbeitsmigration nach Österreich in der Zweiten
Republik*. verfügbar unter: http://www.demokratiezentrum.org/de/startseite/wissen/timelines/arbeitsmigration_nach_oesterreich_in_der_zweiten_republik.html, 1.8.2008.

Dohle, M. / C. Klimmt / H. Schramm (2006): *König Fußball: Rezeptionsmotive und
Medienmenüs an einem Bundesliga-Spieltag*. In: Medien und Erziehung (merz). Zeitschrift
für Medienpädagogik 50 (6), 51–62.

Döveling, Katrin (2005): *Emotionen – Medien – Gemeinschaft. Eine kommunikations-
soziologische Analyse*. Wiesbaden.

Dubiel, Helmut (1997): *Unversöhnlichkeit und Demokratie*. In: Heitmeyer, Wilhelm
(Hrsg.): Was hält die Gesellschaft zusammen? Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg
von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft. Bd. II. Frankfurt a. M., 425–444.

Dubiel, Helmut (1999): *Integration durch Konflikte?* In: Friedrichs, Jürgen / Wolfgang
Jagodzinski (Hrsg.): Soziale Integration. Opladen, 132–143.

Durkheim, Emile (1992): *Über soziale Arbeitsteilung*. Frankfurt a. M.

Durkheim, Emile (1995): *Erziehung, Moral und Gesellschaft*. Frankfurt a. M.

Eichberg, Henning (2001): *Sport, Nation und Identität*. In: Heinemann, Klaus / Manfred Schubert (Hrsg.): *Sport und Gesellschaften*. Schorndorf, 37–62.

Eilders, C. / W. Wirth (1999): *Die Nachrichtenwertforschung auf dem Weg zum Publikum: Eine experimentelle Überprüfung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren bei der Rezeption*. In: *Publizistik* 44 (1), 35–57.

Erbring, Lutz / Edie N. Goldenberg / Arthur H. Miller (1980): *Front-Page News and Real-World Cues: A New Look at Agenda-Setting by the Media*. In: *American Journal of Political Science* 24 (1), 16–49.

Esser, Hartmut (2000): *Assimilation, Integration und ethnische Konflikte: Können sie durch „Kommunikation“ beeinflusst werden?* In: Schatz, Heribert, Christina Holtz-Bacha und Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.): *Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk*. Wiesbaden, 11–37.

Faber, M. (2001). *Medienrezeption als Aneignung*. In: Holly, W. / U. Püschel / J. Bergmann (Hrsg.): *Der sprechende Zuschauer: Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen*. Wiesbaden, 25–40.

Farfer, Ali Montaser (1994): *(Des-)Integrationseffekte der Massenkommunikation. Eine theoretisch-methodische Analyse*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Fassmann, Heinz / Rainer Münz (1996): *Migration in Europa: historische Entwicklung, aktuelle Trends und politische Reaktionen*. Frankfurt a. M.

FFG (2008) – Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft mbH, verfügbar unter: <http://www.ffg.at/content.php>, 24.11.2008.

FWF (2008) – Fonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung, verfügbar unter: <http://www.fwf.ac.at>, 24.11.2008

Friedrichs, Jürgen / Wolfgang Jagodzinski (Hrsg.) (1999): *Soziale Integration*. Opladen.

Friedrichs, Jürgen / Wolfgang Jagodzinski (1999a): *Theorien sozialer Integration*; In: Friedrichs, Jürgen / Wolfgang Jagodzinski (Hrsg.): *Soziale Integration*. Opladen, 9–43.

Friedrichs, Jürgen (1999): *Die Deligitimierung sozialer Normen*; In: Friedrichs, Jürgen / Wolfgang Jagodzinski (Hrsg.): *Soziale Integration*. Opladen, 269–292.

Friemel, Thomas N. (2009): *Mediensport als Gesprächsthema. Sozialpsychologische Betrachtung der interpersonalen Kommunikation über Sportberichterstattung in*

Massenmedien. In: Schramm, Holger / Mirko Marr: Die Sozialpsychologie des Sports in den Medien. Köln.

Fröstl, Elisabeth (1997): *Der Situative Ansatz – Überblick, Kritik und Weiterentwicklung*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Früh, Werner (1991): *Medienwirkungen: Das dynamisch-transaktionale Modell. Theorie und empirische Forschung*. Opladen.

Früh, Werner / Hans-Jörg Stiehler (Hrsg.) (2003): *Theorie der Unterhaltung. Ein interdisziplinärer Diskurs*. Köln.

Fuchs, Dieter (1999): *Soziale Integration und politische Institutionen in modernen Gesellschaften*; In: Friedrichs, Jürgen / Wolfgang Jagodzinski (Hrsg.): *Soziale Integration*. Opladen, 147–178.

Gabriel, Oscar W. (1999): *Integration durch Institutionenvertrauen? Struktur und Entwicklung des Verhältnisses der Bevölkerung zum Parteienstaat und zum Rechtsstaat im vereinigten Deutschland*; In: Friedrichs, Jürgen / Wolfgang Jagodzinski (Hrsg.): *Soziale Integration*. Opladen, 199–235.

Gaitanides, Stefan (1999): *Das Projekt der multikulturellen Gesellschaft*. In: Butterwegge, Christoph / Gudrun Hentges / Fatma Sarigöz (Hrsg.): *Medien und multikulturelle Gesellschaft*. Opladen, 164–186.

Geese, S. / C. Zeughardt / H. Gerhard (2006): *Die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 im Fernsehen*. In: *Media Perspektiven* 9, 454–464.

Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.) (2005): *Massenmedien und Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie*. Bielefeld.

Geißler, Rainer (2005a): *Vom Gastarbeiterland zum Einwanderungsland. Herausforderungen an das Mediensystem*. In: Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.): *Massenmedien und Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie*. Bielefeld, 15–24.

Geißler, Rainer (2005b): *Interkulturelle Integration von Migranten – ein humaner Mittelweg zwischen Assimilation und Segregation*. In: Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.): *Massenmedien und Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie*. Bielefeld, 45–70.

Geißler, Rainer (2005c): *Mediale Integration von ethnischen Minderheiten*. In: Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.): *Massenmedien und Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie*. Bielefeld, 71–79.

Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.) (2006): *Integration durch Massenmedien. Mass Media-Integration*. Bielefeld.

Geißler, Rainer / Horst Pöttker (2006a): *Mediale Integration von Migranten. Ein Problemaufriss*. Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.): *Integration durch Massenmedien. Mass Media-Integration*. Bielefeld, 13–44.

Gerhard, H. (2006): *Die Fußball-WM als Fernsehevent*. In: *Media Perspektiven* 9, 465–474.

Gerhards, M. / W. Klingler / U. Neuwöhner (2001): *Sportangebot und Nutzung in den elektronischen Medien*. In: Roters, G. / W. Klingler / M. Gerhards (Hrsg.): *Sport und Sportrezeption*. Baden-Baden, 149–166.

Global-Internet-TV-Portal (2008). verfügbar unter: www.global-itv.com/de.php, 1.8.2008.

Goldberg, Andreas / Martina Sauer (2003): *Perspektiven der Integration der türkischstämmigen Migranten in Nordrhein-Westfalen. Ergebnisse der vierten Mehrthemenbefragung 2002*. Münster etc. Lit.

Goldberg, Andreas / Martina Sauer (2006): *Türkeistämmige Migranten in Nordrhein-Westfalen. Ergebnisse der siebten Mehrthemenbefragung*. Essen.

Gouma, Assimina (2004): *Migration und Medien; Mediennutzung, Identität und politische Partizipation der GriechInnen in Wien*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Greenberg, S. R. (1975): *Conversations as Units of Analysis in the Study of Personal Influence*. In: *Journalism Quarterly* 52 (1), 128–131.

Granato, Mona (2001): *Freizeitgestaltung und Mediennutzung bei Kindern türkischer Herkunft. Eine Untersuchung des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung (BPA) zur Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland und zur Mediennutzung und Integration türkischer Kinder*. Bonn.

Güntürk, Reyhan (1999): *Mediennutzung der Migranten – mediale Isolation?* Butterwegge, Christoph / Gudrun Hentges / Fatma Sarigöz (Hrsg.): *Medien und multikulturelle Gesellschaft*. Opladen, 136–143.

Hafez, Kai (2002): *Türkische Mediennutzung in Deutschland. Hemmnis oder Chance der gesellschaftlichen Integration? Eine qualitative Studie im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung*. Hamburg / Berlin.

Hagenah, J. (2004): *Sportrezeption und Medienwirkung. Eine dynamisch-transaktionale Analyse der Beziehung zwischen Sportkommunikatoren und -rezipienten im Feld des Mediensports*. Dissertation. München.

Halm, Dirk (2006): *Die Medien der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Berichterstattung, Nutzung und Funktion*. Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.): *Integration durch Massenmedien. Mass Media-Integration*. Bielefeld, 77–92.

Hausjell, Fritz / Wolfgang Duchkowitsch (1994): *Entgrenzen und erweitern. Eine Skizze künftiger Forschungsthemen zu Problemen der interkulturellen Kommunikation in der österreichischen Kommunikationsgeschichte*. In: Luger, Kurt / Renger, Rudi (Hg.): *Dialog der Kulturen. Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien*. Wien.

Heitmeyer, Wilhelm (1997a) (Hrsg.): *Was treibt die Gesellschaft auseinander? Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft*. Bd. I. Frankfurt a. M.

Heitmeyer, Wilhelm (1997n) (Hrsg.): *Was hält die Gesellschaft zusammen? Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft*. Bd. II. Frankfurt a. M.

Heitmeyer, Wilhelm (1997o): *Einleitung: Sind individualisierte und ethnisch-kulturell vielfältige Gesellschaften noch integrierbar?* In: Heitmeyer, Wilhelm (Hrsg.): *Was hält die Gesellschaft zusammen? Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft*. Bd. II. Frankfurt a. M., 9–19.

Heitmeyer, Wilhelm (1997p): *Gibt es eine Radikalisierung des Integrationsproblems?* In: Heitmeyer, Wilhelm (Hrsg.): *Was hält die Gesellschaft zusammen? Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft*. Bd. II. Frankfurt a. M., 23–65.

Hengsbach, Friedhelm (1997): *Der Gesellschaftsvertrag der Nachkriegszeit ist aufgekündigt. Sozio-ökonomische Verteilungskonflikte als Ursache ethnischer Konflikte*. In: Heitmeyer, Wilhelm (Hrsg.): *Was hält die Gesellschaft zusammen? Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft*. Bd. II. Frankfurt a. M., 207–232.

Hermann, Thomas / Christa Hanetseder (2007): *Jugendliche mit Migrationshintergrund: heimatliche, lokale und globale Verortungen*. In: Bonfadelli, Heinz / Heinz Moser (Hrsg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden, 237–271.

Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.) (2006): *Fußball – Fernsehen – Politik*. Wiesbaden.

Höflich, J. R. (2004): *Auf den Prüfstand*. In: *aviso – Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft* 35, 3–4.

Hübsch, Stefanie (2004): *Mediennutzung türkischer und türkischstämmiger Migrantinnen in Deutschland. Eine qualitative Studie*. Magisterarbeit. München.

Imhof, Kurt / Ottfried Jarren / Roger Blum (Hrsg.) (2002): *Integration und Medien*. Wiesbaden.

I.S.T. Austria (2008): *About the Institute*, verfügbar unter: <http://www.ist-austria.ac.at>, 24.11.2008.

Jarosch, Veronika (2005): *Die Bedeutung von Minderheitenmedien für die gesellschaftliche Integration*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Jäckel, Michael (2005): *Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung*. Wiesbaden.

Jütting, Dieter H. (1995): „*Sport verbindet*“. *Anspruch und Wirklichkeit von Aktivitäten und Maßnahmen im Sport zur Integration von AusländerInnen*. In: Jütting, Dieter H. / Peter Lichtenauer (Hrsg.): *Ausländer im Sport. Bericht über die 2. Sommeruniversität Münster*, 160–179.

Kappe P. / C. Schönebeck (1988): *Inhalte und Thematisierung von Presse und Fernsehen zu den Olympischen Spielen 1984 in Sarajevo*. In: Hackforth, J. (Hrsg.): *Sportmedien und Mediensport. Wirkungen – Nutzung – Inhalte*. Berlin, 81–125.

Karlik, Philippe (2005): *Analyse der Funktionen des Fußballsports in Österreich*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Graz.

Katz, E. / M. Gurevitch (1976). *The Secularization of Leisure: Culture and Communication in Israel*. London.

Kepplinger, H. M. / V. Martin (1986): *Die Funktionen der Massenmedien in der Alltagskommunikation*. In: *Publizistik* 31 (1–2), 118–128.

Keupp, Heiner (1997): *Die Suche nach Gemeinschaft zwischen Stammesdenken und kommunitärer Individualität*. In: Heitmeyer, Wilhelm (Hrsg.): *Was hält die Gesellschaft*

zusammen? Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft. Bd. II. Frankfurt a. M., 279–312.

Klemm, M. (2000). *Zuschauerkommunikation. Formen und Funktionen der alltäglichen kommunikativen Fernsehaneignung*. Frankfurt a. M.

Klemm, M. (2004). *Das Fremde, das Eigene und das Fernsehen. Wie sich Zuschauer die „große Welt“ aneignen*. In: Bayer, J. / A. Engl / M. Liebheit (Hrsg.): *Strategien der Annäherung. Darstellungen des Fremden im deutschen Fernsehen*. Bad Honnef.

Kirchgässner, Gebhard (1999): *Soziale Integration rationaler Egoisten? Zur Erklärung sozialer Integration auf der Basis des ökonomischen Handlungsmodells*; In: Friedrichs, Jürgen / Wolfgang Jagodzinski (Hrsg.): *Soziale Integration*. Opladen, 115–131.

Kosar, Nina (2005): *Migrant(inn)en und Medien. Eine qualitative Untersuchung von Mediennutzung und medienbezogenen Bedürfnissen türkischer bzw. kurdischer Migrant(inn)en der 2. Generation*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Kreisky, Eva (2006): *Fußball als männliche Weltsicht. Thesen aus Sicht der Geschlechterforschung*. In: Kreisky, Eva (Hrsg.): *Arena der Männlichkeit*. Frankfurt a. M., 21–39.

Krotz, F. (2004): *Randständige Existenz*. In: *aviso – Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft* 35, 4–5.

Lackner, Helga (2000): *Fremde als Mediennutzer, eine qualitative Analyse von Mediennutzung und medienbezogenen Bedürfnissen am Beispiel von Migranten aus dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawien und deren Nachkommen in Österreich*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Leggewie, Claus (1997): *Ethnische Spaltungen in demokratischen Gesellschaften*. In: Heitmeyer, Wilhelm (Hrsg.): *Was hält die Gesellschaft zusammen? Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft*. Bd. II. Frankfurt a. M., 233–254.

Lenninger, Peter Franz (2003): *Lebenslagen von Migranten und soziale Arbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz unter besonderer Berücksichtigung der Städte Mannheim, Wien und Zürich*. Freiburg / Breisgau.

Lichtenauer, Peter (1995): *Ausländer im Sport – Denkanstöße für Vereine und Verbände*. In: Jütting, Dieter H. / Peter Lichtenauer (Hrsg.): *Ausländer im Sport*. Bericht über die 2. Sommeruniversität Münster, 4–17.

Lizardo, O. (2006): *How Cultural Tastes Shape Personal Networks*. In: *American Sociological Review* 71 (5), 778–807.

Luginbühl, Martin (2007): „Fremde“ in den Nachrichten des Schweizer Fernsehens: 1957–1999. In: Bonfadelli, Heinz / Heinz Moser (Hrsg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden, 53–69.

Luhmann, N. (1996): *Die Realität der Massenmedien* (2., erw. Auflage). Opladen.

Maletzke, G. (1980): *Integration – Eine gesellschaftliche Funktion der Massenmedien*. In: *Publizistik* 25 (2–3), 199–206.

Marschik, Matthias (1999): *Vom Idealismus zur Identität. Der Beitrag des Sports zum Nationsbewusstsein in Österreich (1945 – 1950)*. Wien.

Meier-Braun, Karl-Heinz (2002): *Deutschland, Einwanderungsland*. Frankfurt / Main.

Meyer, Thomas (1997): *Solidarität und kulturelle Differenz*. In: Heitmeyer, Wilhelm (Hrsg.): *Was hält die Gesellschaft zusammen?* Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft. Bd. II. Frankfurt a. M., 313–333.

Mikos, Lothar (2002): *Freunde fürs Leben. Kulturelle Aspekte von Fußball, Fernsehen und Fernsehfußball*. In: Schwier, J. (Hrsg.): *Mediensport. Ein einführendes Handbuch*. Hohengehren, 27–50.

Moser, Heinz (2007): *Medien und Migration: Konsequenzen und Schlussfolgerungen*. In: Bonfadelli, Heinz / Heinz Moser (Hrsg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden, 347–366.

Müller, Daniel (2005a): *Die Darstellung ethnischer Minderheiten in deutschen Massenmedien*. In: Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.): *Massenmedien und Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie*. Bielefeld, 83–126.

Müller, Daniel (2005b): *Ethnische Minderheiten in der Medienproduktion*. In: Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.): *Massenmedien und Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie*. Bielefeld, 223–237.

Müller, Daniel (2005c): *Die Inhalte der Ethnomedien unter dem Gesichtspunkt der Integration*. In: Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.): Massenmedien und Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Bielefeld, 323–355.

Müller, Daniel (2005d): *Die Mediennutzung der ethnischen Minderheiten*. In: Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.): Massenmedien und Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Bielefeld, 359–387.

Münch, Richard (1997): *Elemente einer Theorie der Integration moderner Gesellschaften, Eine Bestandsaufnahme*. In: Heitmeyer, Wilhelm (Hrsg.): Was hält die Gesellschaft zusammen? Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft. Bd. II. Frankfurt a. M., 66–109.

Nassehi, Armin (1997): *Inklusion, Exklusion-Integration, Desintegration. Die Theorie funktionaler Differenzierung und die Desintegrationsthese*. In: Heitmeyer, Wilhelm (Hrsg.): Was hält die Gesellschaft zusammen? Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft. Bd. II. Frankfurt a. M., 113–148.

Neckel, Sigward (1997): *Die ethnische Konkurrenz um das Gleiche. Erfahrungen aus den USA*. In: Heitmeyer, Wilhelm (Hrsg.): Was hält die Gesellschaft zusammen? Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft. Bd. II. Frankfurt a. M., 255–275.

Niesyto, Horst / Peter Holzwarth (2007): *Kultureller Selbstaussdruck und Identitätsbildung im Kontext videopädagogischer Praxisforschung mit Kindern und Jugendlichen aus Migrationskontexten*. In: Bonfadelli, Heinz / Heinz Moser (Hrsg.): Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? Wiesbaden, 327–346.

Nunner-Winkler, Gertrud (1997): *Zurück zu Durkheim? Geteilte Werte als Basis gesellschaftlichen Zusammenhalts*. In: Heitmeyer, Wilhelm (Hrsg.): Was hält die Gesellschaft zusammen? Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft. Bd. II. Frankfurt a. M., 360–402.

Nunner-Winkler, Gertrud (1999): *Moralische Integration*; In: Friedrichs, Jürgen / Wolfgang Jagodzinski (Hrsg.): Soziale Integration. Opladen, 293–319.

ORF-Medienforschung (2008), verfügbar unter: mediaresearch.orf.at, 1.8.2008.

ORF-On (2007): *Deutschland bekommt sechs weitere Elite-Unis*. Wien. verfügbar unter: <http://science.orf.at/science/news/149840>, 24.11.2008.

ORF-On (2008): *Fast 1,3 Mio sahen EM-Scheitern des Weltmeisters*. Wien. verfügbar unter: <http://sport.orf.at/ticker/293741.html>, 1.1.2009.

ORF/GfK (2008): *Migranten und Fernsehen in Österreich 2007*. Wien, verfügbar unter: http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien_migranten.htm, 30.10.2008.

ORF/OTS (2008): *EURO 08-Umfrage: 1,168 Millionen sahen ORF-Übertragung von Österreich – Deutschland außer Haus. Bereits 25 Prozent aller Befragten haben EURO nicht vor eigenem TV-Gerät verfolgt*. OTS-Presseaussendung am 23.6.2008. Wien.

Özgül, Atilla (2006): *Die Mediennutzung türkischer Migranten in Österreich, ein Vergleich zwischen der 1. und 2. Generation*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Petrovic, Vesna (2005): *Die ethnische Identität und psychosoziale Situation von Migranten und Migrantinnen der zweiten Generation aus den jugoslawischen Nachfolgestaaten*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Salzburg.

Piga, Andrea (2006): *Media Use and the Integration of Italian Immigrants in Switzerland*. Paper for NordForsk doctoral course: “Publics, audiences and users: Theoretical and methodological challenges in a multidisciplinary field of research”. Zürich.

Piga, Andrea (2007): *Mediennutzung von Migranten: Ein Forschungsüberblick*. In: Bonfadelli, Heinz / Heinz Moser (Hrsg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden, 209–234.

Piga, Andrea / Heinz Bonfadelli (2006): *Media Use of Ethnic Minorities. A Critical Analysis of European Research*. Paper for First European Communication Conference in Amsterdam, 24.–26. November 2006. Zürich.

Plavec, Florian (2000): *Die österr. Fußball-Fanzines und die neue kritische Fan-Bewegung*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Pöttker, Horst (2005): *Soziale Integration. Ein Schlüsselbegriff für die Forschung über Medien und ethnische Minderheiten*. In: Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.) (2005): *Massenmedien und Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie*. Bielefeld, 25–43.

Price, V. / S. Allen (1990): *Opinion Spirals, Silent and Otherwise: Applying Small-Group Research to Public-Opinion Phenomena*. In: *Communication Research* 17 (3), 369–392.

Price, V. / D. F. Roberts (1987): *Public Opinion Processes*. In: Berger, C. / R. & S. H. Chaffee (Hrsg.): *Handbook of Communication Science*. Newbury Park (CA).

Raney, A. A. (2006): *Why We Watch and Enjoy Mediated Sports*. In: Raney, A. A. / B. Jennings (Hrsg.): *Handbook of Sports and Media*. Mahwah, 313–329.

Raub, Werner (1999): *Vertrauen in dauerhaften Zweierbeziehungen: Soziale Integration durch aufgeklärtes Eigeninteresse*; In: Friedrichs, Jürgen / Wolfgang Jagodzinski (Hrsg.): *Soziale Integration*. Opladen, 239–268.

Reardon, K. K. / E. M. Rogers (1988). *Interpersonal versus mass communication: A False Dichotomy*. In: *Human Communication Research*, 15 (2), 284–303.

Reichenauer, Martin (2000): *Vom Leistungssportler zum Sportidol. Die Rolle der Medien*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. New York.

Rohe, Mathias (2006): *Perspektiven und Herausforderungen in der Integration muslimischer MitbürgerInnen in Österreich. Executive Summary*. Im Auftrag des österreichischen Bundesministerium für Inneres. Erlangen.

Roloff, M. E. / D.H. Solomon (1989): *Sex Typing, Sports Interests and Relational Harmony*. In: Wenner, L. A. (Hrsg.): *Media, Sports & Society*. Newbury Park, London, New Delhi, 290–311.

Rössler, P. (1997): *Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese*. (Bd. 27). Opladen.

Rössler, Patrick / Hasebrink, Uwe / Jäckel, Michael (Hrsg.) (2001): *Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung*. Schriftenreihe des Medien Instituts Ludwigshafen: Angewandte Medienforschung. Band 17. München.

Rottleuthner, Hubert (1999): *Recht und soziale Integration*; In: Friedrichs, Jürgen / Wolfgang Jagodzinski (Hrsg.): *Soziale Integration*. Opladen, 398–415.

Rubin, A. M. / R. B. Rubin (1985). *Interface of Personal and Mediated Communication: A Research Agenda*. In: *Critical Studies in Mass Communication* 2, 36–53.

Rudmin, Floyd W. (2006): *Debate in science: The case of acculturation*. In: *AnthroGlobe Journal*. verfügbar unter: http://www.anthroglobe.ca/docs/rudminf_acculturation_061204.pdf [10.5.2007]. Tromsø (NOR).

Ruhrmann, Georg (1999): *Medienberichterstattung über Ausländer: Befunde – Perspektiven – Empfehlungen*. Butterwegge, Christoph / Gudrun Hentges / Fatma Sarigöz (Hrsg.): *Medien und multikulturelle Gesellschaft*. Opladen, 95–108.

Ruhrmann, Georg (2005): *Aktualität und Publizität revisited: Nachrichtenfaktoren und Beachtungsgrad von TV-Meldungen am Beispiel des Themas „Migranten“*. In: Wienand, E. / J. Westerbarkey / A. Scholl (Hrsg.): *Kommunikation über Kommunikation. Theorien, Methoden und Praxis*. Wiesbaden, 67–82.

Ruhrmann, Georg / Denise Sommer (2005a). *Arbeitsbericht zum DFG-Projekt „Nachrichtenauswahl und -wirkung der Berichterstattung über Migranten“*. Friedrich-Schiller-Universität Jena.

Ruhrmann, Georg / Denise Sommer / Heike Uhlemann (2006): *TV-Nachrichtenberichterstattung über Migranten – Von der Politik zum Terror*. Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.): *Integration durch Massenmedien. Mass Media-Integration*. Bielefeld, 45–75.

Rummelt, Peter (1995): *Sport als Mittel der sozialen Integration. Eine exemplarische Untersuchung des Landesprogramms „Sport mit Aussiedlern“ (1989–1993)*. In: Jütting, Dieter H. / Peter Lichtenauer (Hrsg.): *Ausländer im Sport. Bericht über die 2. Sommeruniversität Münster*, 141–159.

Sander, Uwe / Wilhelm Heitmeyer (1997): *Was leisten Integrationsmodi? Eine vergleichende Analyse unter konflikttheoretischen Gesichtspunkten*. In: Heitmeyer, Wilhelm (Hrsg.): *Was hält die Gesellschaft zusammen? Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft*. Bd. II. Frankfurt a. M., 447–482.

Sarcinelli, Ulrich (1997): *Politische Kommunikation und multikulturelle Gesellschaft. Kann die öffentliche Kommunikation die Konfliktlatenz begrenzen?* In: Heitmeyer, Wilhelm (Hrsg.): *Was hält die Gesellschaft zusammen? Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft*. Bd. II. Frankfurt a. M., 403–424.

Schatz, Heribert / Christina Holtz-Bacha / Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.) (2000): *Migranten und Medien*. Wiesbaden.

Schauerte, T.. (2002): *Wirkungen des Mediensports*. In: Schwier, J. (Hrsg.): *Mediensport. Ein einführendes Handbuch*. Hohengehren, 193–210.

Schenk, Michael (1995): *Soziale Netzwerke und Massenmedien*. Tübingen.

Schenk, Michael (2007): *Medienwirkungsforschung*. Tübingen.

Scheufele, D. A. / J. Shanahan / E. Lee (2001): *Real Talk: Manipulating the Dependent Variable in Spiral of Silence Research*. In: *Communication Research* 28 (3), 304–324.

Schneider, Beate / Anne-Katrin Arnold (2006): *Die Kontroverse um die Mediennutzung von Migranten: Massenmediale Ghettoisierung oder Einheit durch Mainstream?* Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.): *Integration durch Massenmedien. Mass Media-Integration.* Bielefeld, 93–119.

Schramm, H. / C. Klimmt (2003): *Nach dem Spiel ist vor dem Spiel. Die Rezeption der Fußball-Weltmeisterschaft 2002 im Fernsehen: Eine Panel-Studie zur Entwicklung von Rezeptionsmotiven im Turnierverlauf.* In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 51 (1), 55–81.

Schramm, Holger / Werner Wirth / Helena Bilandzic (Hrsg.) (2006): *Empirische Unterhaltungsforschung: Studien zu Rezeption und Wirkung medialer Unterhaltung.* München.

Sommer, Denise (2007): *Nachrichten im Gespräch. Eine empirische Studie zur Bedeutung von Anschlusskommunikation für die Rezeption von Fernsehnachrichten.* Dissertation. Jena.

SORA / Cornelia Prochaska / Harald Pannagl (2008): *EURO 2008 – Come together. Die verbindende Wirkung der Fußball-Europameisterschaft 2008 und des Fußballsports in Österreich. Sonderauswertung einer qualitativen SORA-Studie.* Wien.

Southwell, B. G. / M. C. Yzer (2006). *The role of conversation in mass media campaigns.* In: Chapter to appear in *Communication Yearbook* 31.

SRG Forschungsdienst (1995): *Die Mediennutzung der AusländerInnen in der Schweiz. Ergebnisse einer schriftlichen Umfrage in der ganzen Schweiz vom März / April 1995.*

Statistik Austria: verfügbar unter: <http://www.statistik.at>.

Statistik Austria (2001a): *Bevölkerung 2001 nach Staatsangehörigkeit, Geburtsland und Geschlecht*, verfügbar unter: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/volkszaehlungen/bevoelkerung_nach_demographischen_merkmalen/index.html, 1.1.2009.

Statistik Austria (2001b): *Bevölkerung 2001 nach Geburtsland, Staatsangehörigkeit und Geschlecht*, verfügbar unter: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/volkszaehlungen/bevoelkerung_nach_demographischen_merkmalen/index.html, 1.1.2009.

Statistik Austria (2001c): *Bevölkerung nach Staatsangehörigkeit und Geschlecht 1951 bis 2001*, verfügbar unter: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/volkszaehlungen/bevoelkerung_nach_demographischen_merkmalen/index.html, 1.1.2009.

Statistik Schweiz (2008): *Nationalratswahlen*, verfügbar unter: http://www.politik-stat.ch/nrw2007CH_de.html, 30.12.2008.

Stengers, Isabelle (1998): *Wem dient die Wissenschaft?* München.

Strecha, Alexander (1996): *Die Entwicklung der Beziehung zwischen Sport und Medien in Österreich von 1984 bis zur Gegenwart*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Strohmeier, Gerd (2002): *Politik und Massenmedien. Eine Einführung*. Baden-Baden.

Stuke, F. R. / P. Kruck (2002): *WM-Monitor 2002*. Bochum.

Sutter, T. (2002). *Anschlusskommunikation und die kommunikative Verarbeitung von Medienangeboten – Ein Aufriss im Rahmen einer konstruktivistischen Theorie*. In: Groeben, N. / B. Hurrelmann (Hrsg.): *Lesekompetenz – Bedingungen, Dimensionen, Funktionen*. Weinheim und München.

Theis-Berglmair, A. M. (2004): *Kreative Erweiterung*. In: *aviso – Informationsdienst der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft* 35, 6–7.

Traxler-Böck, Elisabeth (1987): *Die Rolle von Mediennutzung im Integrationsprozess jugoslawischer Arbeitsmigranten in Wien. Migrationsspezifische Interessen und deren massenmediale Einlösung*. Dissertation. Wien.

Trebbe, Joachim / Hans-Jürgen Weiß (2006): *Integration und Mediennutzung – Eine Typologie junger Erwachsener mit türkischer Herkunft in Nordrhein-Westfalen*. In: *WDR-Medienforschung: Zwischen den Kulturen. Fernsehen, Einstellungen und Integration junger Erwachsener mit türkischer Herkunft in Nordrhein-Westfalen*. Köln, 32–41.

Trebbe, Joachim (2007): *Akkulturation und Mediennutzung von türkischen Jugendlichen in Deutschland*. In: Bonfadelli, Heinz / Heinz Moser (Hrsg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden, 183–208.

Troldahl, V. C. / R. van Dam (1966). *Face-To-Face Communication About Major Topics in the News*. In: *Public Opinion Quarterly* 29 (4), 626–634.

Venema, Mathias / Grimm, Claus (2002): *Situation der ausländischen Arbeitnehmer und ihrer Familienangehörigen in der Bundesrepublik Deutschland. Repräsentativuntersuchung 2001. Teil A. Berichtsband*. Offenbach.

Vester, Michael (1997): *Kapitalistische Modernisierung und gesellschaftliche (Des-)Integration. Kulturelle und soziale Ungleichheit als Problem von „Milieus“ und „Eliten“*. In: Heitmeyer, Wilhelm (Hrsg.): *Was hält die Gesellschaft zusammen?*

Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft. Bd. II. Frankfurt a. M., 149–203.

Vlasic, Andreas (2004): *Die Integrationsfunktion der Massenmedien. Begriffsgeschichte, Modelle, Operationalisierung*. Wiesbaden.

Vogel, Beatrice (2006): *Die Bedeutung der Mediennutzung bei der Konstruktion kultureller Identität ethnischer Minderheiten*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Walter, Mignon / Ute Schlinker / Christiane Fischer (2007): *Fernsehnutzung von Migranten. Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“*. In: *Media Perspektiven* 9/2007, 436–451.

Wanta, W. / Y.-C. Wu (1992). *Interpersonal communication and the agenda-setting process*. In: *Journalism Quarterly* 69, 856–867.

WDR-Medienforschung (2006): *Zwischen den Kulturen. Fernsehen, Einstellungen und Integration junger Erwachsener mit türkischer Herkunft in Nordrhein-Westfalen*. Köln.

WDR-Medienforschung / Erk Simon / Gerhard Kloppenburg (2006a): *Das Fernsehpublikum türkischer Herkunft – Fernsehnutzung, Einstellungen und Programmerwartungen. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung bei 14 bis 49-jährigen ZuschauerInnen türkischer Herkunft in Nordrhein-Westfalen*. In: *WDR-Medienforschung: Zwischen den Kulturen. Fernsehen, Einstellungen und Integration junger Erwachsener mit türkischer Herkunft in Nordrhein-Westfalen*. Köln, 16–31.

Weber, David (2008): *Sport und Integration. Welche Rolle kann Sport im Integrationsverlauf spielen?* Hamburg.

Weber-Menges, Sonja (2005a): *Die Wirkungen der Präsentation ethnischer Minderheiten in deutschen Medien*. In: Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.): *Massenmedien und Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie*. Bielefeld, 127–184.

Weber-Menges, Sonja (2005b): *Die Entwicklung ethnischer Medienkulturen. Ein Vorschlag zur Periodisierung*. In: Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.): *Massenmedien und Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie*. Bielefeld, 241–322.

Weber-Menges, Sonja (2006): *Die Entwicklung der Ethnomedien in Deutschland*. Geißler, Rainer / Horst Pöttker (Hrsg.): *Integration durch Massenmedien. Mass Media-Integration*. Bielefeld, 121–145.

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

Weiß, Otmar (1990): *Sport und Gesellschaft. Eine sozialpsychologische Perspektive*. Wien.

Weiß, Otmar (1999): *Einführung in die Sportsoziologie*. Wien.

Wenner, L. A. (1985). *The Nature of News Gratifications*. In: Rosengren, K. E. / L. A. Wenner / P. Palmgreen (Hrsg.): *Media Gratifications Research. Current Perspectives*. Beverly Hills (CA), 171–193.

Wernecken, Jens / Joachim Bacher (2006): *Willkommen in Deutschland... Zur Integrationsfunktion der Fußball-Weltmeisterschaft 2006*. In: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): *Fußball – Fernsehen – Politik*. Wiesbaden, 214–238.

Wieler, Petra (2007): *Medienrezeption, Sprachförderung und kulturelle Identität bei Migrantenkindern*. In: Bonfadelli, Heinz / Heinz Moser (Hrsg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden, 303–325.

Wikipedia (2008): *Liste der Fernsehsender für die Nachfolgestaaten des ehemaligen Jugoslawiens (Bosnien, Kroatien, Mazedonien, Montenegro, Serbien und Slowenien) und für die Türkei*. verfügbar unter: http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_der_Fernsehsender, 1.12.2008.

Wille, Simone (2003): *Integration ethnischer Minderheiten im Lokaljournalismus? : eine Analyse am Beispiel der Lokalberichterstattung im urbanen Raum von Wels (Oberösterreich) durch eine Medieninhaltsanalyse, Befragung der Lokaljournalisten sowie eine Erhebung unter Welsner Vereinen, über deren Vereins- und Öffentlichkeitsarbeit*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Wirth, Werner / Holger Schramm / Volker Gehrau (Hrsg.) (2006): *Unterhaltung durch Medien. Theorie und Messung*. Köln.

Wolf, Christof (1999): *Religiöse Pluralisierung in der Bundesrepublik Deutschland*; In: Friedrichs, Jürgen / Wolfgang Jagodzinski (Hrsg.): *Soziale Integration*. Opladen, 320–349.

Wögerer, Johanna (2004): *Transkulturelle Zeitschriften in Österreich. Printmedien im Diskurs um Migration, Integration und die „multikulturelle“ Gesellschaft*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Würtenberger, Thomas (1999): *Die Akzeptanz von Gesetzen*; In: Friedrichs, Jürgen / Wolfgang Jagodzinski (Hrsg.): *Soziale Integration*. Opladen, 380–397.

Würtinger, Katharina (1998): *Sport als Medium der Politik*. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien.

Zentrum für Türkeistudien (Hrsg.) (1997): *Kurzfassung der Studie zum Medienkonsum der türkischen Bevölkerung in Deutschland und Deutschlandbild im türkischen Fernsehen*. Essen/Bonn.

Zintl, Reinhard (1999): *Institutionen und gesellschaftliche Integration*; In: Friedrichs, Jürgen / Wolfgang Jagodzinski (Hrsg.): *Soziale Integration*. Opladen, 179–198.

8 Öffentlicher Diskurs

8.1 Medien und Integration

Der Standard (2007a): *Vereint im "Sturm der Liebe"*. In ihrem Medienkonsum bilden MigrantInnen in Deutschland keine Parallelgesellschaft – Herkunftsmedien werden unterschiedlich stark genutzt. Veröffentlicht am 18.6.2007, verfügbar unter: <http://derstandard.at/?url=?id=2923764>, 1.2.2009.

Der Standard (2007b) / Irene Brickner: *„Jedes Medium hat die Macht der Integration zu nutzen“*. Kommunikationswissenschaftler Fritz Hausjell plädiert für mehr Journalisten mit Einwanderungshintergrund in heimischen Medien. Veröffentlicht am 15.10.2007, verfügbar unter: <http://derstandard.at/?url=?id=3074998>, 1.2.2009.

Der Standard (2008a) / Katrin Burgstaller: *„Hinweise auf Migrationshintergrund sind völlig entbehrlich“*. Österreichs Medien seien an einer „Kultur des Rassismus“ beteiligt, kritisiert Publizist Hausjell im derStandard.at-Interview. Veröffentlicht am 4.5.2008, verfügbar unter: <http://derstandard.at/?url=?id=3323930>, 1.2.2009.

Der Standard (2008b) / Maria Sterkl: *Mir Tschuschen san mir*. Zwanzig junge WienerInnen mit Migrationshintergrund schlagen medialen Wirbel: Ab 2008 soll „biber“ regelmäßig erscheinen – „mit scharf“. Veröffentlicht am 3.6.2008, verfügbar unter: <http://derstandard.at/?url=?id=3163894>, 1.2.2009.

Der Standard (2008c): *„Bei Arigona ging es nicht um Integration“*. WissenschaftlerInnen kritisieren im derStandard.at-Interview die Berichterstattung zum „Fall Arigona“, Dominanz von Eliten und die fehlende Integrationsdebatte. Veröffentlicht am 18.6.2008, verfügbar unter: <http://derstandard.at/?url=?id=3379905>, 1.2.2009.

Der Standard (2008d): *Migranten verschaffen sich Gehör im Internet*. Einwanderer in klassischen Medien unterrepräsentiert. Veröffentlicht am 8.7.2008, verfügbar unter: <http://derstandard.at/?url=?id=3407193>, 1.2.2009.

Der Standard (2008e): *Erste Migranten-Medien-Messe in Wien*. Veröffentlicht am 1.9.2008, verfügbar unter: <http://derstandard.at/?url=?id=1219938637755>, 1.2.2009.

Der Standard (2008f): *Das "Trauerspiel" soll zur Goldgrube mutieren*. Menschen mit Migrationshintergrund sind in den Medien stark unterrepräsentiert und in der Werbung nur

eine Randgruppe – „Die Welle wird aber bald losgehen“, glaubt Rudi Kobza. Veröffentlicht am 26.9.2008, verfügbar unter: <http://derstandard.at/?url=/?id=1220459266656>, 1.2.2009.

Die Presse (2008a): *Integration: Betroffene kommen in den Medien selten zu Wort*. Die Meinung von indirekt oder direkt Betroffenen beim Thema Integration findet in österreichischen Medien kaum Gehör. Zu diesem Ergebnis kam jetzt eine Studie der Universität Wien. Veröffentlicht am 17.6.2008, verfügbar unter: <http://diepresse.com/home/kultur/medien/391715/index.do>, 1.2.2009.

Die Presse (2008b) / Aysun Bayazitlioglu: *Wenn Minderheiten Medien machen*. In Österreich wird eine Vielzahl von Zeitungen und Magazinen von und für Migranten gemacht, auch in Radio und Fernsehen gibt es zahlreiche Initiativen. Nächstes Ziel ist der Schritt in die Mainstream-Medien. Veröffentlicht am 9.9.2008, verfügbar unter: <http://diepresse.com/home/panorama/integration/412965/index.do>, 1.2.2009.

Die Presse (2008c) / Eva Winroither: *Diskussion: Hindernisse für Migranten in Medien*. In der österreichischen Medienlandschaft arbeiten nur wenige Menschen mit Migrationshintergrund. Probleme bereiten vor allem die Sprache und fehlende Netzwerke. Veröffentlicht am 14.9.2008, verfügbar unter: <http://diepresse.com/home/panorama/oesterreich/414222/index.do>, 1.2.2009.

Die Presse (2009) / Ulrike Weiser: *Medien: „Integration ist nicht unsere Aufgabe“*. Lebensgefühl, hausgemacht: Junge Migranten machen ihre Magazine selbst, bunter und immer öfter – auf Deutsch. Sprache ist aber nur ein Teil der Entwicklung bei Österreichs Migrantenmedien. Veröffentlicht am 18.1.2009, verfügbar unter: <http://diepresse.com/home/kultur/medien/444872/index.do>, 1.2.2009.

8.2 Sport und Integration

AiD-Integration in Deutschland (2006): *WM: Gemischte Gefühle bei Türken. Neues Wir-Gefühl mit Skepsis aufgenommen*. In: AiD: Ausgabe 3/2006, verfügbar unter: http://www.isoplan.de/aid/index.htm?http://www.isoplan.de/aid/2006-3/sport_identitaet.htm, 1.2.2009.

ballesterer. Fußballmagazin (2007): *Geflüchtet, zugewandert, hier geboren: Die zweite Generation von Sindelar bis Kuljic*. Ausgabe Nr. 27, April/Mai 2007, verfügbar unter: http://www.ballesterer.at/index.php?art_id=2&cat_id=34, 1.2.2009.

Der Standard (2007c) / Gerald John: *Plattform für Plattitüden*. Die Regierung will die Integration fördern – ausgerechnet mit Fußball als Vorbild. Veröffentlicht am 7.12.2007, verfügbar unter: <http://derstandard.at/?url=?id=3076186>, 1.2.2009.

Der Standard (2008g) / Reinhard Krennhuber / Georg Spitaler: *Sanel Kuljic spricht mit dem Ballesterer*. Kuljic war einer von sechs Vertretern der zweiten Generation im letzten österreichischen Teamkader – Der bosnischstämmige Goalgetter im Interview. Veröffentlicht am 5.2.2008, verfügbar unter: <http://derstandard.at/?url=?id=2830368>, 1.2.2009.

Der Standard (2008h): *Legionäre am Ball*. Migration im österreichischen Fußball nach 1945 – Eine soziologische Bestandsaufnahme. Veröffentlicht am 28.5.2008, verfügbar unter: <http://derstandard.at/?url=?id=3350305>, 1.2.2009.

Der Standard (2008i) / Jutta Berger / Martina Stemmer: *Halbmond und Stern: Zweite Generation sucht Identität*. Gut die Hälfte der 63.000 in der Türkei geborenen Hauptstädter sind inzwischen österreichische Staatsbürger. Veröffentlicht am 13.7.2008, verfügbar unter: <http://derstandard.at/?url=?id=3384271>, 1.2.2009.

Die Presse (2008d) / Steffen Arora: *Fußball: Alternativ-Liga im Schatten der Euro*. Parallel zur Euro 2008 wird in Innsbruck die LISA-Meisterschaft ausgetragen: Die Alternativ-Liga nutzt den Sport, um Integration und Chancengleichheit zu fördern. Veröffentlicht am 21.3.2008, verfügbar unter: <http://diepresse.com/home/sport/fussball/euro2008/371577/index.do>, 1.2.2009.

Die Presse (2008e) / Thomas Vieregge: *Kreuzberger Nächte sind lang*. Im Berliner Multi-Kulti-Viertel feiern Deutsche und Türken fröhlich und friedlich vereint. Veröffentlicht am 26.6.2008, verfügbar unter: <http://diepresse.com/home/sport/fussball/euro2008/394205/index.do>, 1.2.2009.

FIFA (2006): *Fussball gegen Rassismus bei der FIFA WM 2006*. Das Phänomen Rassismus gibt es im Fussball noch nicht so lange wie in der Gesellschaft, aber es ist auch nicht so neu, wie man angesichts der derzeitigen, Besorgnis erregenden Situation denken könnte. Die FIFA ist jedenfalls fest entschlossen, dem Problem jetzt auf konsequente Weise zu begegnen. Veröffentlicht am 5.6.2006, verfügbar unter: <http://de.fifa.com/worldcup/archive/germany2006/news/newsid=17100.html>, 1.2.2009.

FIFA (2008): *Das Integrationsmittel Fussball*. Nicht nur bei den FIFA Fussball-Weltmeisterschaften kann man sehen, was der Sport Fussball bewirken kann. Menschen aus

allen Teilen der Welt feiern ein gemeinsames großes Fest und fördern damit den Zusammenhalt sowie die sozialen Kontakte untereinander. Veröffentlicht am 6.2.2008, verfügbar unter: <http://de.fifa.com/aboutffifa/worldwideprograms/footballforhope/news/newsid=684708.html>, 1.2.2009.

Kurier (2008a): *Klare Worte für Toleranz auf dem Fußballplatz*. Diskussion – Türkische Fahnen, türkische Getränke, türkische Standln: die interkulturellen Wochen in der Wiener Lugner City. Doch Zuhörer aus mehreren Ländern verfolgten am Donnerstag die Podiumsdiskussion zum Beitrag des Fußballs zur Integration. Veröffentlicht am 8.3.2008, verfügbar unter: http://www.kurier.at/archiv/volltext.php?schluessel=KURIER_200803080350570224, 1.2.2009.

Kurier (2008b): *Auch Amateure spielen während der Euro 2008*. Nicht nur im Tivoli wird während der Euro 2008 vom 7. bis 29. Juni die Fußball-Post abgehen. Die Fanbotschaft in Innsbruck hat in ihrem Rahmenprogramm parallel zu den Profispielen eine Amateurliga geplant. LISA (Liga für Integration, Sport und Antirassismuserbeit) heißt diese. Veröffentlicht am 6.4.2008, verfügbar unter: http://www.kurier.at/archiv/volltext.php?schluessel=KURIER_200804060429270021, 1.2.2009.

Kurier (2008c): *Mitten im Fünfzehnten*. Kroatien gegen Türkei. Dieser Fußball-Vergleich findet nicht bloß an diesem Freitag anlässlich des EM-Viertelfinales in Wien statt, sondern an jedem Wochenende. Wobei türkisch-stämmige Kicker zumindest von der Quantität her auf den Unterhaus-Plätzen im Vorteil sind. Veröffentlicht am 17.6.2008, verfügbar unter: http://www.kurier.at/archiv/volltext.php?schluessel=KURIER_200806170422060150, 1.2.2009.

Kurier (2008d): *Fair-Play*. Über den Kunstrasen von Hötting West in Innsbruck schallt das Lied "Eye of the Tiger" von Survivor. Es ist der vierte Turniertag von LISA (Liga für Integration, Sport und Antirassismus-Arbeit). Um den Tagessieg spielen "Roter Stern" gegen die "1 B" von SK Wilten. Veröffentlicht am 27.6.2008, verfügbar unter: http://www.kurier.at/archiv/volltext.php?schluessel=KURIER_200806270422320181, 1.2.2009.

Kurier (2008e): *Integration von Migranten durch Sportvereine*. „Die Fußball-Europameisterschaft hat gezeigt, wie der Sport die Menschen zusammen bringt“, meint der Leiter des Instituts für Sportwissenschaften an der Universität Innsbruck, Elmar Kornexl. Etwa 10 Prozent der Tiroler Bevölkerung sind ausländischer Abstammung, mit steigender Tendenz. „Die bisherigen Maßnahmen zur Integration greifen nur in einem bescheidenen

Ausmaß“, meint Kornxl. „Das lässt die Alarmglocken läuten. Durch die Integration von Zuwanderern in Sportvereine könnte die Ausbreitung von Parallel-Gesellschaften mit gegenseitigem Misstrauen und Aggressivität verhindert werden“. Veröffentlicht am 2.7.2008, verfügbar unter: http://www.kurier.at/archiv/volltext.php?schluessel=KURIER_200807020419220087, 1.2.2009.

UEFA (2006): *Weltsprache Fußball*. Veröffentlicht am 7.3.2006, verfügbar unter: <http://de.uefa.com/magazine/news/kind=128/newsid=400406.html>, 1.2.2009.

UEFA (2008): *UEFA zeigt soziales Engagement*. Die UEFA hat bei einer Zusammenkunft im schwedischen Stockholm ihr Programm zur sozialen Verantwortung vorgestellt und über damit verbundene Aktivitäten bei der UEFA EURO 2008™ gesprochen. Veröffentlicht am 21.4.2008, verfügbar unter: <http://de.uefa.com/uefa/key-topics/kind=4/newsid=686017.html>, 1.2.2009.

9 Anhang

9.1 Abkürzungen

AGF	Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (in Deutschland)
AGTT	Arbeitsgemeinschaft Teletest (in Österreich)
ANOVA	Analysis Of Variance – Varianzanalyse
AV	abhängige Variable(n)
dt.	deutsch bzw. deutschsprachig
E.	Emotionen
EM	Europameisterschaft
EURO 2008	Europameisterschaft 2008: offizielle, markengeschützte Abkürzung
FARE	Football Against Racism in Europe – Fußball gegen Rassismus in Europa
FF	Forschungsfrage(n)
FIFA	Fédération Internationale de Football Association – Weltfußballverband
H	Hypothese
insb.	insbesondere
M.	Monat
MW	Mittelwert(e)
NRW	Nordrhein-Westfalen
Ö.	Österreich
ÖFB	Österreichischer Fußball-Bund
österr.	österreichisch
resp.	respektive
serb.	serbokroatisch bzw. serbisch
Sig(n).	Signifikanz
türk.	türkisch
UEFA	Union des Associations Européennes de Football – Europäischer Fußballverband
UV	unabhängige Variable(n)
WM	Weltmeisterschaft
Wo.	Woche
WWW	World Wide Web

9.2 Abbildungen

ABBILDUNG 1: INTEGRATIONSEBENEN UND -MODI: ADAPTIERTES MODELL VON FUCHS (1999).....	24
ABBILDUNG 2: POSITIVE UND NEGATIVE SEITEN VON INTEGRATION UND DESINTEGRATION	51
ABBILDUNG 3: LIBERALES MODELL DER SOZIALEN INTEGRATION (FUCHS 1999)	63
ABBILDUNG 4: KONZEPT DER INTERKULTURELLEN INTEGRATION.....	68
ABBILDUNG 5: TYPOLOGIE DER ETHNOMEDIEN.....	81
ABBILDUNG 6: WEIß/TREBBE-STUDIE: THEORETISCHES MODELL.....	99
ABBILDUNG 7: FORSCHUNGSFELD: "MEDIENWIRKUNG UND ETHNISCHE MINDERHEITEN".....	125
ABBILDUNG 8: THEORETISCHES MODELL "MEDIEN-SPORT-INTEGRATION"	132
ABBILDUNG 9: SITUATIONSBEZOGENE UNABHÄNGIGE VARIABLEN.....	146
ABBILDUNG 10: THEORETISCHES MODELL: SIGNIFIKANTE EINFLÜSSE AUF DIE SPRACHE DER ANSCHLUSSKOMMUNIKATION.....	213

9.3 Tabellen

TABELLE 1: WEIß/TREBBE-STUDIE: WEITESTER NUTZERKREIS UND STAMMNUTZER	100
TABELLE 2: REICHWEITEN DER FERNSEHSENDER UNTER TÜRKISCHEN MIGRANTEN IN DEUTSCHLAND	105
TABELLE 3: SAMPLE: AUSSCHÖPFUNG (ABSOLUT)	170
TABELLE 4: SAMPLE: AUSSCHÖPFUNG (IN %)	170
TABELLE 5: SAMPLE: SOZIODEMOGRAPHIE (ABSOLUT)	171
TABELLE 6: SAMPLE: SOZIODEMOGRAPHIE (IN %)	171
TABELLE 7: SAMPLE: WEITERE EIGENSCHAFTEN DER PERSON (IN %).....	172
TABELLE 8: SAMPLE: INTEGRATIONS-INDIKATOREN (IN %)	173
TABELLE 9: SAMPLE: UNTERSUCHUNGSEINHEIT SITUATION: SOZIODEMOGRAPHIE (ABSOLUT UND IN %)	175
TABELLE 10: MEDIENNUTZUNG IN H PRO TAG.....	177
TABELLE 11: MEDIENNUTZUNG IN H PRO TAG NACH SPRACHGRUPPEN.....	177
TABELLE 12: MEDIENNUTZUNG GESTERN.....	178
TABELLE 13: MEDIENNUTZUNG GESTERN NACH SPRACHGRUPPEN.....	178
TABELLE 14: NUTZUNGSHÄUFIGKEIT DEUTSCHSPRACHIGES FERNSEHEN.....	179
TABELLE 15: NUTZUNGSHÄUFIGKEIT HERKUNFTSLAND-FERNSEHEN	179
TABELLE 16: NUTZUNGSHÄUFIGKEIT DEUTSCHSPRACHIGES FERNSEHEN NACH SPRACHGRUPPEN.....	179
TABELLE 17: NUTZUNGSHÄUFIGKEIT HERKUNFTSLAND-FERNSEHEN NACH SPRACHGRUPPEN	180
TABELLE 18: FERNSEHNUTZUNG GESTERN	180
TABELLE 19: TAGESNETTOREICHWEITE DER DEUTSCHSPRACHIGEN SENDER	181
TABELLE 20: TAGESNETTOREICHWEITE DER DEUTSCHSPRACHIGEN SENDER NACH SPRACHGRUPPEN.....	182
TABELLE 21: TAGESNETTOREICHWEITE DER SERBOKROATISCHSPRACHIGEN SENDER.....	182
TABELLE 22: TAGESNETTOREICHWEITE DER TÜRKISCHSPRACHIGEN SENDER	183
TABELLE 23: ERKLÄRUNG DES FERNSEHVERHALTENS DURCH SOZIODEMOGRAPHISCHE UND HERKUNFTS-MERKMALE.....	185
TABELLE 24: ERKLÄRUNG DES FERNSEHVERHALTENS DURCH INTEGRATIONS-INDIKATOREN	186
TABELLE 25: HÄUFIGKEIT DER SPORTREZEPTION.....	187
TABELLE 26: HÄUFIGKEIT DER SPORTREZEPTION (SERBOKROATISCH).....	187
TABELLE 27: HÄUFIGKEIT DER SPORTREZEPTION (TÜRKISCH)	187
TABELLE 28: SPORTREZEPTION LETZTES MAL.....	188
TABELLE 29: SPORTREZEPTION LETZTES MAL (SERBOKROATISCH).....	189
TABELLE 30: SPORTREZEPTION LETZTES MAL (TÜRKISCH)	189
TABELLE 31: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: SPRACHE DER ANSCHLUSSKOMMUNIKATION	190

TABELLE 32: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: SPRACHE DER ANSCHLUSSKOMMUNIKATION (SERBOKROATISCH)	191
TABELLE 33: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: SPRACHE DER ANSCHLUSSKOMMUNIKATION (TÜRKISCH)	191
TABELLE 34: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: SPORTART	192
TABELLE 35: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: SPORTART (SERBOKROATISCH)	193
TABELLE 36: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: SPORTART (TÜRKISCH)	193
TABELLE 37: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: EREIGNISTYP	194
TABELLE 38: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: EREIGNISTYP (SERBOKROATISCH)	194
TABELLE 39: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: EREIGNISTYP (TÜRKISCH)	194
TABELLE 40: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: HERKUNFTSLAND DER SPORTLER	195
TABELLE 41: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: HERKUNFTSLAND DER SPORTLER (SERBOKROATISCH)	195
TABELLE 42: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: HERKUNFTSLAND DER SPORTLER (TÜRKISCH)	196
TABELLE 43: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: SPIELAUSGANG	196
TABELLE 44: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: SPIELAUSGANG (SERBOKROATISCH)	197
TABELLE 45: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: SPIELAUSGANG (TÜRKISCH)	197
TABELLE 46: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: ORT DER REZEPTION	198
TABELLE 47: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: ORT DER REZEPTION (SERBOKROATISCH)	199
TABELLE 48: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: ORT DER REZEPTION (TÜRKISCH)	199
TABELLE 49: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: ZUSCHAUERGRUPPE	200
TABELLE 50: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: ZUSCHAUERGRUPPE (SERBOKROATISCH)	200
TABELLE 51: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: ZUSCHAUERGRUPPE (TÜRKISCH)	201
TABELLE 52: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: GRÖÖE DER ZUSCHAUERGRUPPE	201
TABELLE 53: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: GRÖÖE DER ZUSCHAUERGRUPPE (SERBOKROATISCH)	202
TABELLE 54: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: GRÖÖE DER ZUSCHAUERGRUPPE (TÜRKISCH)	202
TABELLE 55: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: MARKTANTEIL DEUTSCHSPRACHIGES VS. HERKUNFTSLANDFERNSEHEN	203
TABELLE 56: SPORTREZEPTION LETZTES MAL: MARKTANTEIL DEUTSCHSPRACHIGES FERNSEHEN	203
TABELLE 57: ERKLÄRUNG DER SPRACHE DER ANSCHLUSSKOMMUNIKATION BEI FERNSEHSPO RT DURCH SOZIODEMOGRAPHISCHE UND HERKUNFTS-MERKMALE (ERSTE WELLE)	204
TABELLE 58: ERKLÄRUNG DER SPRACHE DER ANSCHLUSSKOMMUNIKATION BEI FERNSEHSPO RT DURCH SOZIODEMOGRAPHISCHE UND HERKUNFTS-MERKMALE (ZWEITE WELLE)	205
TABELLE 59: ERKLÄRUNG DER SPRACHE DER ANSCHLUSSKOMMUNIKATION BEI FERNSEHSPO RT DURCH INTEGRATIONS-INDIKATOREN (ERSTE WELLE)	206
TABELLE 60: ERKLÄRUNG DER SPRACHE DER ANSCHLUSSKOMMUNIKATION BEI FERNSEHSPO RT DURCH INTEGRATIONS-INDIKATOREN (ZWEITE WELLE)	207
TABELLE 61: ERKLÄRUNG DER SPRACHE DER ANSCHLUSSKOMMUNIKATION BEI FERNSEHSPO RT DURCH SITUATIONSBEZOGENE VARIABLEN (ERSTE WELLE)	208
TABELLE 62: ERKLÄRUNG DER SPRACHE DER ANSCHLUSSKOMMUNIKATION BEI FERNSEHSPO RT DURCH SITUATIONSBEZOGENE VARIABLEN (ZWEITE WELLE)	209
TABELLE 63: ERKLÄRUNG DER SPRACHE DER ANSCHLUSSKOMMUNIKATION DURCH ALLE UVs (N=408 SITUATIONEN)	210
TABELLE 64: EURO: NETTO- UND DURCHSCHNITTSREICHWEITEN DER VORRUNDENSPIELE	215
TABELLE 65: EURO: MARKTANTEILE DER SENDER BEI DEN VORRUNDEN-SPIELEN	217
TABELLE 66: EURO: ORT DER REZEPTION BEI DEN VORRUNDEN-SPIELEN	217
TABELLE 67: EURO: ATTRAKTIVITÄT DER NATIONALMANNSCHAFTEN BEI ALLEN DREI VORRUNDEN-SPIELEN	219
TABELLE 68: EURO: BELIEBTHEIT DER NATIONALMANNSCHAFTEN	220

9.4 SPSS-Syntax

Berechnung des *Nutzungsanteils des deutschsprachigen Fernsehens in %*:

```
/* Anzahl der geschauten Sender gestern */
count v13a=v13 to v27 (1).      /* Dt. Sender 1. Welle */
count v13t=v13s to v27s (1).   /* Dt. Sender 2. Welle */
count v30a=v30 to v50 (1).     /* Ex-Yug. Sender 1. Welle */
count v30t=v30s to v50s (1).   /* Ex-Yug. Sender 2. Welle */
count v53a=v53 to v76,v78 (1). /* Türkisch Sender 1. Welle */
count v53t=v53s to v76s,v78s (1). /* Türkisch Sender 2. Welle */

/* Anzahl der geschauten Herkunftsland-Sender gestern: v30b und v30u */
DO IF (v204a<=1). /* Muttersprache Serbokroatisch */
  RECODE v30a (ELSE=Copy) INTO v30b.
  RECODE v30t (ELSE=Copy) INTO v30u.
else. /* Muttersprache Türkisch */
  RECODE v53a (ELSE=Copy) INTO v30b.
  RECODE v53t (ELSE=Copy) INTO v30u.
END IF.

/* Nutzungsanteil dt. Fernsehen in % für beide Wellen: v13b und v13u */
compute v13b=v13a / (v13a + v30b)*100.
compute v13u=v13t / (v13t + v30u)*100.
```

Recordierung der *Tagesnetto Reichweite des deutschsprachigen und des Herkunftsland-Fernsehens*:

```
/* Tagesnetto Reichweite deutschsprachiges und Herkunftsland-Fernsehen: */
/* 1. Welle: v13c und v30c und 2. Welle: v13v und v30v */
recode v13a (0=0) (1 thru highest=1) (sysmis=sysmis) into v13c.
recode v13t (0=0) (1 thru highest=1) (sysmis=sysmis) into v13v.
recode v30b (0=0) (1 thru highest=1) (sysmis=sysmis) into v30c.
recode v30u (0=0) (1 thru highest=1) (sysmis=sysmis) into v30v.
```

Berechnung des *Anteils der deutschsprachigen Kommunikation in %* sowie der Variable *Sprache der Anschlusskommunikation* für die Fernsehsporrezeption:

```
/* Anteil der deutschsprachigen Kommunikation bei der Fernsehsporrezeption in %:
1. Welle: v135b und 2. Welle: v135u */
/* Anteil der muttersprachigen Kommunikation bei der Fernsehsporrezeption in %:
1. Welle: v135a und 2. Welle: v135t */

RECODE v135 v136 v137 v138 v139 v140 v141 v142 v143 (1=1) (ELSE=0).
RECODE v135s v136s v137s v138s v139s v140s v141s v142s v143s (1=1) (ELSE=0).
DO IF (v204a<=1). /* Muttersprache Serbokroatisch */
  compute v135a=(v135+v138+v141)/(v135+v136+v137+v138+v139+v140+v141+v142+v143)
    *100.
  compute v135t=(v135s+v138s+v141s)/(v135s+v136s+v137s+v138s+v139s+v140s+v141s
    +v142s+v143s)*100.
else. /* Muttersprache Türkisch */
  compute v135a=(v136+v139+v142)/(v135+v136+v137+v138+v139+v140+v141+v142+v143)
    *100.
  compute v135t=(v136s+v139s+v142s)/(v135s+v136s+v137s+v138s+v139s+v140s+v141s
    +v142s+v143s)*100.
END IF.
compute v135b=(v137+v140+v143)/(v135+v136+v137+v138+v139+v140+v141+v142+v143)*100.
```

```

compute v135u=(v137s+v140s+v143s)/(v135s+v136s+v137s+v138s+v139s+v140s+v141s
+v142s+v143s)*100.

/* Bestimmung der Sprache der Anschlusskommunikation */
/* 1. Welle */
DO IF (v135a=100).          /* 100-%-muttersprachig = 1 */
  compute v135e=1.
else if (v135b=100).      /* 100-%-deutschsprachig = 3 */
  compute v135e=3.
else if (v135a>0 & v135b>0). /* zweisprachig = 2 */
  compute v135e=2.
end if.

/* 2. Welle */
DO IF (v135t=100).
  compute v135x=1.
else if (v135u=100).
  compute v135x=3.
else if (v135t>0 & v135u>0).
  compute v135x=2.
end if.

```

Ergänzung der *Sprache der Anschlusskommunikation* um die Emotionen:

```

/* Sprache der Anschlusskommunikation mit Emotionen: v135f und v135y */

/* 1. Welle */
recode v135e (1=3) (2=4) (3=7) (else=COPY) into v135f.
recode v157 (1=-2) (2=1) (3=0) (4=1) (5=2) (else=copy) into v157a.
compute v154e = abs(v154*v157a).
recode v154e (0 thru 2=0) (3 thru 6=1) (7 thru 10=2) (else=copy) into v154f.
do if (v135f=3).
  compute v135f = v135f - v154f.
else.
  compute v135f = v135f + v154f.
end if.

/* 2. Welle */
recode v135x (1=3) (2=4) (3=7) (else=COPY) into v135y.
recode v157s (1=-2) (2=1) (3=0) (4=1) (5=2) (else=copy) into v157t.
compute v154x = abs(v154s*v157t).
recode v154x (0 thru 2=0) (3 thru 6=1) (7 thru 10=2) (else=copy) into v154y.
do if (v135y=3).
  compute v135y = v135y - v154y.
else.
  compute v135y = v135y + v154y.
end if.

```

Berechnung und Gruppierung des *Anteils der Herkunftsland-Spieler in %*, der *Nicht-Herkunftsland-Spieler in %* und der *österreichischen Spieler in %* für das Feld der Fernsehsportrezeption:

```

/* Herkunftsland der Spieler bei der Fernsehsportrezeption */
/* Anteil der Herkunftsland-Spieler in %: 1. Welle: v123a und 2. Welle: v123t */
/* Anteil der Nicht-Herkunftsland-Spieler in %: v123b und v123u */
/* Anteil der öst. Spieler in %: v125a und v125t */

RECODE v123 v124 v125 v126 (missing=0) (else=copy).
RECODE v123s v124s v125s v126s (missing=0) (else=copy).
DO IF (v204a<=1). /* Muttersprache Serbokroatisch */
  compute v123a=v123/(v123+v124+v125+v126)*100.
  compute v123t=v123s/(v123s+v124s+v125s+v126s)*100.

```

```

else. /* Muttersprache Türkisch */
  compute v123a=v124/(v123+v124+v125+v126)*100.
  compute v123t=v124s/(v123s+v124s+v125s+v126s)*100.
END IF.
compute v123b=100-v123a.
compute v123u=100-v123t.
compute v125a=v125/(v123+v124+v125+v126)*100.
compute v125t=v125s/(v123s+v124s+v125s+v126s)*100.

```

Berechnung der Marktanteile der Fernsehsender bei den EM-Vorrunden-Spielen

```

count v302a=v302,v310,v318,v326,v334,v342,v350,v358,v366,v374,v382,v390,v398,v406,
v414,v422,v430,v438,v446,v454,v462,v470,v478,v486 (1).
count v302b=v302,v310,v318,v326,v334,v342,v350,v358,v366,v374,v382,v390,v398,v406,
v414,v422,v430,v438,v446,v454,v462,v470,v478,v486 (2).
count v302c=v302,v310,v318,v326,v334,v342,v350,v358,v366,v374,v382,v390,v398,v406,
v414,v422,v430,v438,v446,v454,v462,v470,v478,v486 (3).
count v302d=v302,v310,v318,v326,v334,v342,v350,v358,v366,v374,v382,v390,v398,v406,
v414,v422,v430,v438,v446,v454,v462,v470,v478,v486 (4).
count v302e=v302,v310,v318,v326,v334,v342,v350,v358,v366,v374,v382,v390,v398,v406,
v414,v422,v430,v438,v446,v454,v462,v470,v478,v486 (5).
count v302f=v302,v310,v318,v326,v334,v342,v350,v358,v366,v374,v382,v390,v398,v406,
v414,v422,v430,v438,v446,v454,v462,v470,v478,v486 (6).
count v302g=v302,v310,v318,v326,v334,v342,v350,v358,v366,v374,v382,v390,v398,v406,
v414,v422,v430,v438,v446,v454,v462,v470,v478,v486 (7).
count v302h=v302,v310,v318,v326,v334,v342,v350,v358,v366,v374,v382,v390,v398,v406,
v414,v422,v430,v438,v446,v454,v462,v470,v478,v486 (8).
compute v302o=v302a/(v302a+v302b+v302c+v302d+v302e+v302f+v302g+v302h)*100. /* ORF
in % */
compute v302p=v302b/(v302a+v302b+v302c+v302d+v302e+v302f+v302g+v302h)*100. /* RTS
in % */
compute v302q=v302c/(v302a+v302b+v302c+v302d+v302e+v302f+v302g+v302h)*100. /* HRT2
in % */
compute v302r=v302d/(v302a+v302b+v302c+v302d+v302e+v302f+v302g+v302h)*100. /* BHTV
in % */
compute v302s=v302e/(v302a+v302b+v302c+v302d+v302e+v302f+v302g+v302h)*100.
/* ARD/ZDF in % */
compute v302t=v302f/(v302a+v302b+v302c+v302d+v302e+v302f+v302g+v302h)*100. /* TRT1
in % */
compute v302u=v302g/(v302a+v302b+v302c+v302d+v302e+v302f+v302g+v302h)*100. /* ATV
in % */
compute v302v=v302h/(v302a+v302b+v302c+v302d+v302e+v302f+v302g+v302h)*100.
/* andere Sender in % */
compute v302w=v302p+v302q+v302r+v302t+v302u+v302v. /* Herkunftsland-Sender in % */

```

Berechnung des Anteils der Rezeptionsorte bei allen EM-Spiele-Situationen

```

count v301a=v301,v309,v317,v325,v333,v341,v349,v357,v365,v373,v381,v389,v397,v405,
v413,v421,v429,v437,v445,v453,v461,v469,v477,v485 (1).
count v301b=v301,v309,v317,v325,v333,v341,v349,v357,v365,v373,v381,v389,v397,v405,
v413,v421,v429,v437,v445,v453,v461,v469,v477,v485 (2).
count v301c=v301,v309,v317,v325,v333,v341,v349,v357,v365,v373,v381,v389,v397,v405,
v413,v421,v429,v437,v445,v453,v461,v469,v477,v485 (3).
count v301d=v301,v309,v317,v325,v333,v341,v349,v357,v365,v373,v381,v389,v397,v405,
v413,v421,v429,v437,v445,v453,v461,v469,v477,v485 (4).
count v301e=v301,v309,v317,v325,v333,v341,v349,v357,v365,v373,v381,v389,v397,v405,
v413,v421,v429,v437,v445,v453,v461,v469,v477,v485 (5).

compute v301o=v301a/(v301a+v301b+v301c+v301d+v301e)*100. /* zu Hause in % */
compute v301p=v301b/(v301a+v301b+v301c+v301d+v301e)*100. /* bei Freunden/Bekanntem
in % */
compute v301q=v301c/(v301a+v301b+v301c+v301d+v301e)*100. /* in einem Gasthaus/
Wettlokal in % */

```

```

compute v301r=v301d/(v301a+v301b+v301c+v301d+v301e)*100. /* öffentlich "public
viewing" in % */
compute v301s=v301e/(v301a+v301b+v301c+v301d+v301e)*100. /* direkt im Stadion
in % */

```

Berechnung der Zuschauergruppe bei den EM-Spielen

```

/* Anzahl gesehener Spiele pro Proband */
count v300anzahl=v300,v308,v316,v324,v332,v340,v348,v356,v364,v372,v380,v388,v396,
v404,v412,v420,v428,v436,v444,v452,v460,v468,v476,v484 (1) .
/* Zuschauergruppe */
count v303a=v303,v311,v319,v327,v335,v343,v351,v359,v367,v375,v383,v391,v399,v407,
v415,v423,v431,v439,v447,v455,v463,v471,v479,v487 (1) . /* alleine */
count v304a=v304,v312,v320,v328,v336,v344,v352,v360,v368,v376,v384,v392,v400,v408,
v416,v424,v432,v440,v448,v456,v464,v472,v480,v488 (1) . /* Familie */
count v305a=v305,v313,v321,v329,v337,v345,v353,v361,v369,v377,v385,v393,v401,v409,
v417,v425,v433,v441,v449,v457,v465,v473,v481,v489 (1) . /* Freunde/Bekannte */
count v306a=v306,v314,v322,v330,v338,v346,v354,v362,v370,v378,v386,v394,v402,v410,
v418,v426,v434,v442,v450,v458,v466,v474,v482,v490 (1) . /* andere Leute */
compute v303b=v303a/v300anzahl. /* alleine */
compute v304b=v304a/v300anzahl. /* Familie */
compute v305b=v305a/v300anzahl. /* Freunde/Bekannte */
compute v306b=v306a/v300anzahl. /* andere Leute */

```

Berechnung der Attraktivität der 16 EM-Teilnehmer nach Einschaltquoten

```

/* Durchschnittliche Nettoreichweite bei allen 3 Spielen */
compute v300a=(v300+v372+v428)/3. /* Schweiz */
compute v300b=(v300+v364+v436)/3. /* Tschechien */
compute v300c=(v308+v372+v436)/3. /* Türkei */
compute v300d=(v308+v364+v428)/3. /* Portugal */
compute v300e=(v316+v388+v452)/3. /* Österreich */
compute v300f=(v316+v380+v444)/3. /* Kroatien */
compute v300g=(v324+v380+v452)/3. /* Deutschland */
compute v300h=(v324+v388+v444)/3. /* Polen */
compute v300i=(v332+v396+v460)/3. /* Rumänien */
compute v300j=(v332+v404+v468)/3. /* Frankreich */
compute v300k=(v340+v404+v460)/3. /* Niederlande */
compute v300l=(v340+v396+v468)/3. /* Italien */
compute v300m=(v348+v412+v476)/3. /* Spanien */
compute v300n=(v348+v420+v484)/3. /* Russland */
compute v300o=(v356+v420+v476)/3. /* Griechenland */
compute v300p=(v356+v412+v484)/3. /* Schweden */

```

Berechnung der Beliebtheit der 16 EM-Teilnehmer

```

count v307a = v307 (1) v379 (1) v435 (1) . /* Schweiz */
count v307b = v307 (2) v371 (1) v443 (2) . /* Tschechien */
count v307c = v315 (1) v379 (2) v443 (1) . /* Türkei */
count v307d = v315 (2) v371 (2) v435 (2) . /* Portugal */
count v307e = v323 (1) v395 (1) v459 (1) . /* Österreich */
count v307f = v323 (2) v387 (1) v451 (2) . /* Kroatien */
count v307g = v331 (1) v387 (2) v459 (2) . /* Deutschland */
count v307h = v331 (2) v395 (2) v451 (1) . /* Polen */
count v307i = v339 (1) v403 (2) v467 (2) . /* Rumänien */
count v307j = v339 (2) v411 (2) v475 (1) . /* Frankreich */
count v307k = v347 (1) v411 (1) v467 (1) . /* Niederlande */
count v307l = v347 (2) v403 (1) v475 (2) . /* Italien */
count v307m = v355 (1) v419 (2) v483 (2) . /* Spanien */
count v307n = v355 (2) v427 (2) v491 (1) . /* Russland */
count v307o = v363 (1) v427 (1) v483 (1) . /* Griechenland */
count v307p = v363 (2) v419 (1) v491 (2) . /* Schweden */

```

9.5 Fragebogen

9.5.1 Erste Welle auf deutsch

Universität Wien

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Schopenhauerstraße 32
1180 Wien

Sehr geehrte Dame!
Sehr geehrter Herr!

Mit dem Ausfüllen dieses Fragebogens leisten Sie einen wertvollen Beitrag zur Erforschung der Situation von Menschen mit ex-jugoslawischem und türkischem bzw. kurdischem Migrationshintergrund in Österreich.

In erster Linie wollen wir herausfinden, inwiefern im **Umfeld des Mannschaftssports** (Fußball, Handball, ...) Leute mit Migrationshintergrund untereinander sowie mit Österreichern in **Kontakt** kommen. Weitere Fragen drehen sich um Mediennutzung, Herkunft und persönliche Merkmale. Sollten Sie nicht an Sport interessiert sein, sind Sie genauso angesprochen. Dann haben Sie einfach nur weniger zum Ausfüllen.

Die Umfrage dient keinem wirtschaftlichen oder politischen Zweck sondern rein der **wissenschaftlichen Grundlagenforschung**. Ihre Angaben werden selbstverständlich anonym behandelt und nicht mit Ihrem Namen in Verbindung gebracht.

Nehmen Sie sich bitte eine **halbe Stunde** Zeit und beantworten Sie die Fragen gewissenhaft.

Ich möchte an dieser Stelle kurz auf eine Besonderheit beim Ankreuzen hinweisen:
Wenn zum Beispiel diese Antwortmöglichkeiten vorgegeben sind:

gar nicht sehr gerne

dann bedeutet das das gleiche wie

gar nicht eher nicht mittel eher gerne sehr gerne

In der Regel ist eine Antwortmöglichkeit pro Frage anzukreuzen, sollten mehrere Antworten möglich sein, wird darauf hingewiesen.

Ich danke Ihnen bereits im Voraus für Ihre Hilfe!

Ao. Univ.-Prof. Dr. Fritz Hausjell (Projektleiter)

Als erstes geht es um Ihre Gewohnheiten im Umgang mit Medien.

1. Denken Sie bitte an **gestern**, welche Medien haben Sie gestern genutzt?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- Fernsehen
- Radio (inkl. Autoradio)
- Tageszeitung
- Internet
- gestern habe ich keines dieser Medien genutzt

2. Wie viele **Stunden am Tag** nutzen Sie normalerweise, d.h. im Durchschnitt, diese Medien?

	gar nicht	weniger als 1 Std.	1 bis 2 Std.	2 bis 4 Std.	mehr als 4 Std.
Fernsehen:	<input type="radio"/>				
Radio:	<input type="radio"/>				
Tageszeitung:	<input type="radio"/>				
Internet:	<input type="radio"/>				

3. Schauen Sie sich gelegentlich oder regelmäßig deutschsprachiges Fernsehen an?

- Nein
- Ja, gelegentlich
- Ja, regelmäßig

4. Wenn Ja, denken Sie bitte an **gestern**.

Haben Sie gestern deutschsprachiges Fernsehen geschaut und wenn Ja, welche/n Sender?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- ORF1
- ORF2
- ATV
- RTL
- RTL II
- ARD
- ZDF
- 3sat
- Sat1
- Pro7
- Super RTL
- kabel eins
- VOX
- MTV
- andere Sender: _____
- gestern habe ich keinen deutschsprachigen Sender geschaut

5. Schauen Sie sich gelegentlich oder regelmäßig serbisch-/kroatisch-/bosnischsprachiges Fernsehen an?

- Nein
- Ja, gelegentlich
- Ja, regelmäßig

6. Wenn Ja, denken Sie bitte an **gestern**.

Haben Sie gestern serbisch-/kroatisch-/bosnischsprachiges Fernsehen geschaut und wenn Ja, welche/n Sender?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- BHTV1
- RTRS
- RTS 1
- B92 TV
- HRT - TV1
- Nova TV
- MKRTV - MTV1
- BN TV Bijeljina
- RTV Vikom
- RTS 2
- Studio B
- RTL Televizija
- CMC - Croatian Music
- RTCCG
- OBN Televizija
- ATV - Alternativna Televizija
- RTS Uzivo
- RTV Pink
- Z1
- Balkanica Music TV
- andere Sender: _____
- gestern habe ich keinen serbisch-/kroatisch-/bosnischsprachigen Sender geschaut

7. Schauen Sie sich gelegentlich oder regelmäßig türkisch-/kurdischsprachiges Fernsehen an?
 Nein Ja, gelegentlich Ja, regelmäßig

8. Wenn Ja, denken Sie bitte an **gestern**.

Haben Sie gestern türkisch-/kurdischsprachiges Fernsehen geschaut und wenn Ja, welche/n Sender? (Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- | | | |
|--|--|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> ATV | <input type="radio"/> Lig TV | <input type="radio"/> TRT1 |
| <input type="radio"/> Cine 5 | <input type="radio"/> Meltem TV | <input type="radio"/> TRT2 |
| <input type="radio"/> CNN Türk | <input type="radio"/> Mesaj TV | <input type="radio"/> TRT3 |
| <input type="radio"/> Dream TV | <input type="radio"/> NTV | <input type="radio"/> TRT4 |
| <input type="radio"/> Kanal 5 | <input type="radio"/> Samanyolu TV | <input type="radio"/> TRT Int. |
| <input type="radio"/> Kanal 7 / Kanal 7 İnt | <input type="radio"/> Show TV | <input type="radio"/> Türkmen TV |
| <input type="radio"/> Kanal D | <input type="radio"/> Star TV | <input type="radio"/> TV 8 |
| <input type="radio"/> Kral TV | <input type="radio"/> TGRT / TGRT EU | <input type="radio"/> Yeşilcam TV |
| <input type="radio"/> gestern habe ich keinen dieser Sender geschaut | <input type="radio"/> andere Sender: _____ | |

Das wars zur Mediennutzung. Im zweiten Teil geht es nun um aktive Sportausübung.

9. Wie oft betreiben Sie **selbst aktiv Mannschaftssport**, d.h. Basketball, Eishockey, Football/Rugby, Fußball, Handball oder Volleyball? Egal ob im Verein oder privat.
 Nie Gelegentlich Regelmäßig

Wenn Sie **Nie** selbst aktiv Mannschaftssport machen: weiter bei Frage 22.

10. Wann haben Sie das **letzte Mal** (außer heute) selbst aktiv Mannschaftssport gemacht?

gestern	innerhalb der letzten Woche	in den letzten 4 Wochen	vor mehr als 1 Monat
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Denken Sie nun bitte an dieses **letzte Mal** als Sie aktiv Mannschaftssport betrieben haben.

11. Welche Sportart war das?

- | | |
|---|----------------------------------|
| <input type="radio"/> Basketball | <input type="radio"/> Fußball |
| <input type="radio"/> Eishockey | <input type="radio"/> Handball |
| <input type="radio"/> Football/Rugby | <input type="radio"/> Volleyball |
| <input type="radio"/> andere Mannschaftssportart: _____ | |

12. Wo haben Sie damals gespielt?

- zu Hause
 bei Freunden / Bekannten
 auf einem öffentlichen Sportplatz / in einer Sporthalle

13. Mit wem haben Sie gespielt?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- mit Familienmitgliedern
 mit Freunden / Bekannten
 mit Vereinskollegen
 mit anderen Leuten

14. Wie viele von den damals teilnehmenden Spielern stammten aus diesen Ländern?
(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

	keine/r	eine/r	zwei	drei	mehr als drei	weiß nicht
Ex-Jugoslawien:	<input type="radio"/>					
Türkei:	<input type="radio"/>					
Österreich:	<input type="radio"/>					
_____:	<input type="radio"/>					

15. Haben Sie sich während oder unmittelbar nach dem Spiel mit anderen Spielern und/oder Zuschauern unterhalten?

Nein Ja

16. Wenn Ja, mit wem haben Sie sich unterhalten und in welcher Sprache?
(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

<input type="radio"/> mit Familienmitgliedern	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch <input type="radio"/> in Türkisch/Kurdisch <input type="radio"/> in Deutsch
<input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch <input type="radio"/> in Türkisch/Kurdisch <input type="radio"/> in Deutsch
<input type="radio"/> mit Vereinskollegen	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch <input type="radio"/> in Türkisch/Kurdisch <input type="radio"/> in Deutsch
<input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch <input type="radio"/> in Türkisch/Kurdisch <input type="radio"/> in Deutsch

17. Wie ging das Spiel aus?

ich habe mit meiner Mannschaft verloren
 es war unentschieden
 ich habe mit meiner Mannschaft gewonnen
 es ging nicht um Gewinnen und Verlieren

18. Wie haben Sie sich während des Spiels gefühlt?

gleichgültig sehr gespannt
distanziert mitten drin im Geschehen
sehr einsam sehr verbunden mit den Anderen

19. Wie haben Sie sich anschließend daran gefühlt?

sehr enttäuscht sehr begeistert
sehr traurig voller Freude
alleine sehr gut aufgehoben in der Gemeinschaft

Kommen wir nun zu einem anderen Bereich: Mannschaftssport im Fernsehen

20. Wie oft schauen Sie **Mannschaftssport im Fernsehen** (auf Leinwand) an?

- Nie Gelegentlich Regelmäßig

Wenn Sie **Nie** Mannschaftssport im Fernsehen schauen: weiter bei Frage 39.

21. Wann haben Sie das **letzte Mal** (außer heute) Mannschaftssport im Fernsehen (auf Leinwand) angeschaut?

gestern	innerhalb der letzten Woche	in den letzten 4 Wochen	vor mehr als 1 Monat
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Denken Sie nun bitte an dieses **letzte Mal**, als Sie Mannschaftssport im Fernsehen geschaut haben.

22. Welche Sportart war das?

- Basketball Fußball
 Eishockey Handball
 Football/Rugby Volleyball
 andere Mannschaftssportart: _____

23. Welche Art von Spiel war das damals?

- Wohltätigkeitsspiel (Charity)
 Regionales Spiel
 Nationales Spiel (z.B. Bundesliga in Österreich, Serbien/Kroatien/Bosnien, Türkei)
 Internationales Spiel (Spiel zwischen Mannschaften verschiedener Länder)

24. Wie viele von den damals teilnehmenden Spielern stammten aus diesen Ländern?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

	keine/r	eine/r	zwei	drei	mehr als drei	weiß nicht
Ex-Jugoslawien:	<input type="radio"/>					
Türkei:	<input type="radio"/>					
Österreich:	<input type="radio"/>					
_____:	<input type="radio"/>					

25. Auf welchem Sender haben Sie das Spiel geschaut?

- serbisch-/kroatisch-/bosnischsprachiger Sender
 türkisch-/kurdischsprachiger Sender
 deutschsprachiger Sender
 anderssprachiger Sender: _____

26. Wo haben Sie die Sendung geschaut?

- zu Hause
 bei Freunden / Bekannten
 in einem öffentlichen Lokal / Gasthaus / Wettlokal
 auf einem öffentlichen Platz ("public viewing")

27. Wer hat noch mit Ihnen geschaut?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- niemand, ich habe alleine geschaut
- Familienmitglieder
- Freunde / Bekannte
- andere Leute

28. Wie viele Personen haben ungefähr mit Ihnen gemeinsam geschaut?

- niemand, ich habe alleine geschaut
- weniger als 10
- zwischen 10 und 100
- mehr als 100

29. Haben Sie sich während oder unmittelbar nach dem Spiel mit anderen Zuschauern unterhalten?

- Nein
- Ja

30. Wenn Ja, mit wem haben Sie sich unterhalten und in welcher Sprache?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

<input type="radio"/> mit Familienmitgliedern	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch
	<input type="radio"/> in Türkisch/Kurdisch
	<input type="radio"/> in Deutsch
<input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch
	<input type="radio"/> in Türkisch/Kurdisch
	<input type="radio"/> in Deutsch
<input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch
	<input type="radio"/> in Türkisch/Kurdisch
	<input type="radio"/> in Deutsch

31. Haben Sie einer Mannschaft (einem Spieler) die Daumen gedrückt, d.h. in Gedanken unterstützt?

- Nein
- Ja

32. Wenn Ja, wie ging das Spiel aus?

- mein Favorit hat verloren
- es war unentschieden
- mein Favorit hat gewonnen
- es ging nicht um Gewinnen und Verlieren

33. Wie haben Sie sich **während des Spiels** gefühlt?

- gleichgültig sehr gespannt
- distanziert mitten drin im Geschehen
- sehr einsam sehr verbunden mit den Anderen

34. Wie haben Sie sich **anschließend daran** gefühlt?

- sehr enttäuscht sehr begeistert
- sehr traurig voller Freude
- alleine sehr gut aufgehoben in der Gemeinschaft

**Halbzeit. Sie können kurz durchatmen!
Wir sind bereits bei der Hälfte der Befragung angelangt!
Im folgenden Teil geht es um Mannschaftssport direkt vor Ort.**

35. Wie oft schauen Sie **Mannschaftssport direkt vor Ort** an, d.h. als Zuschauer am Sportplatz, im Stadion oder in der Sporthalle?

- Nie Gelegentlich Regelmäßig

Wenn Sie **Nie** Mannschaftssport vor Ort anschauen: weiter bei Frage 55.

36. Wann haben Sie das **letzte Mal** (außer heute) Mannschaftssport direkt vor Ort angeschaut?

gestern	innerhalb der letzten Woche	in den letzten 4 Wochen	vor mehr als 1 Monat
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Denken Sie nun bitte an dieses **letzte Mal**, als Sie Mannschaftssport vor Ort angeschaut haben.

37. Welche Sportart war das?

- Basketball Fußball
 Eishockey Handball
 Football/Rugby Volleyball
 andere Mannschaftssportart: _____

38. Welche Art von Spiel war das damals?

- Wohltätigkeitsspiel (Charity) / Training / Privates Spiel / Hobby-Spiel
 Regionales Spiel
 Nationales Spiel (z.B. Bundesliga in Österreich, Serbien/Kroatien/Bosnien, Türkei)
 Internationales Spiel (Spiel zwischen Mannschaften verschiedener Länder)

39. Wie viele von den damals teilnehmenden Spielern stammten aus diesen Ländern?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

	keine/r	eine/r	zwei	drei	mehr als drei	weiß nicht
Ex-Jugoslawien:	<input type="radio"/>					
Türkei:	<input type="radio"/>					
Österreich:	<input type="radio"/>					
_____:	<input type="radio"/>					

40. Mit wem sind Sie zum Spiel hingegangen?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- mit niemandem, ich bin alleine hingegangen
 mit Familienmitgliedern
 mit Freunden / Bekannten

41. Haben Familienmitglieder oder Freunde / Bekannte von Ihnen aktiv mitgespielt?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- Nein
 Ja, Familienmitglieder
 Ja, Freunde / Bekannte

42. Wie viele Zuschauer waren insgesamt ungefähr dabei?

- weniger als 10
- zwischen 10 und 100
- mehr als 100

43. Haben Sie sich während oder unmittelbar nach dem Spiel mit anderen Zuschauern und/oder Spielern unterhalten?

- Nein
- Ja

44. Wenn Ja, mit wem haben Sie sich unterhalten und in welcher Sprache?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

<input type="radio"/> mit Familienmitgliedern	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch <input type="radio"/> in Türkisch/Kurdisch <input type="radio"/> in Deutsch
<input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch <input type="radio"/> in Türkisch/Kurdisch <input type="radio"/> in Deutsch
<input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch <input type="radio"/> in Türkisch/Kurdisch <input type="radio"/> in Deutsch

45. Haben Sie einer Mannschaft (einem Spieler) die Daumen gedrückt, d.h. in Gedanken unterstützt?

- Nein
- Ja

46. Wenn Ja, wie ging das Spiel aus?

- mein Favorit hat verloren
- es war unentschieden
- mein Favorit hat gewonnen
- es ging nicht um Gewinnen und Verlieren

47. Wie haben Sie sich **während des Spiels** gefühlt?

- | | | |
|--------------|---|--------------------------------|
| gleichgültig | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | sehr gespannt |
| distanziert | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | mitten drin im Geschehen |
| sehr einsam | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | sehr verbunden mit den Anderen |

48. Wie haben Sie sich **anschließend daran** gefühlt?

- | | | |
|-----------------|---|---|
| sehr enttäuscht | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | sehr begeistert |
| sehr traurig | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | voller Freude |
| alleine | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | sehr gut aufgehoben in der Gemeinschaft |

Es geht nun bereits dem Ende des Fragebogens entgegen. In diesem Abschnitt bitte ich Sie um Angaben zu Ihrer Herkunft und Ihren Kontakten in Österreich.

49. In welchem Land sind Sie geboren?

- Jugoslawien Serbien Kroatien Bosnien Mazedonien
 Türkei Österreich anderes Land: _____

50. Wo sind Ihre Eltern geboren?

- Vater: Jugoslawien Türkei Österreich anderes Land: _____
 Mutter: Jugoslawien Türkei Österreich anderes Land: _____

51. Ihre Muttersprache?

- Serbisch Kroatisch Bosnisch Mazedonisch
 Türkisch/Kurdisch Deutsch andere: _____

52. Wie würden Sie ihre Deutsch Kenntnisse einschätzen?

- Deutsch Verstehen sehr gering sehr gut
 Deutsch Reden sehr gering sehr gut
 Deutsch Lesen sehr gering sehr gut
 Deutsch Schreiben sehr gering sehr gut

53. Seit wann leben Sie bereits in Österreich?

- seit der Geburt
 wenn nicht seit der Geburt: seit _____ Jahren

54. Sind Sie österreichischer Staatsbürger?

- Nein Ja

55. Wenn Nein, möchten Sie die österreichische Staatsbürgerschaft gerne erwerben?

- Nein Ja, vielleicht Ja, sicher

56. Wie sehr fühlen Sie sich mit diesen Ländern verbunden? Wie sehr mögen Sie diese Länder?

- Serbien gar nicht sehr gerne
 Kroatien gar nicht sehr gerne
 Bosnien gar nicht sehr gerne
 Türkei gar nicht sehr gerne
 Österreich gar nicht sehr gerne

57. Wann haben Sie das **letzte Mal** (außer heute) **Freunde oder Bekannte** getroffen, die **nicht** zu Ihrer Familie gehören?

Serbische/Kroatische/Bosnische Freunde oder Bekannte

gestern	innerhalb der letzten Woche	in den letzten 4 Wochen	vor mehr als 1 Monat
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Türkische/Kurdische Freunde oder Bekannte

gestern	innerhalb der letzten Woche	in den letzten 4 Wochen	vor mehr als 1 Monat
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Österreichische Freunde oder Bekannte

gestern	innerhalb der letzten Woche	in den letzten 4 Wochen	vor mehr als 1 Monat
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

58. Wie viele Ihrer drei wichtigsten Arbeits-, Schul- oder Studienkollegen stammen aus?
(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

	keine/r	eine/r	zwei	drei
Ex-Jugoslawien:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Türkei:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Österreich:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

59. Wie viele Ihrer drei wichtigsten Nachbarn stammen aus?
(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

	keine/r	eine/r	zwei	drei
Ex-Jugoslawien:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Türkei:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Österreich:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Abschließend geht es um Angaben zu Ihrer Person. Das sind auch schon die letzten 9 Fragen.

60. Geschlecht:

- Männlich Weiblich

61. Alter:

- 14 – 19 Jahre 20 – 29 Jahre 30 – 39 Jahre 40 – 49 Jahre
 50 – 59 Jahre 60 – 69 Jahre 70 – 74 Jahre

62. Wie ist Ihr Familienstand?

- ledig und allein stehend in Partnerschaft lebend / verheiratet
 geschieden und allein stehend verwitwet und allein stehend

63. Welcher Religionsgemeinschaft gehören Sie an?

- christlich-orthodox islamisch katholisch andere: _____ keiner

64. Wie wichtig ist Ihnen Religion in Ihrem täglichen Leben?

- gar nicht wichtig sehr wichtig

65. Was ist Ihr höchster Schulabschluss?

- Pflichtschule Lehre Fachschule Matura Uni / FH / Colleg
 ich habe keinen Schulabschluss

66. Wo haben Sie Ihren höchsten Schulabschluss gemacht?

- Jugoslawien Serbien Kroatien Bosnien Mazedonien
 Türkei Österreich anderes Land: _____

67. Was ist Ihre aktuelle berufliche Stellung?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- Arbeiter/in Angestellte/r Beamte/r Selbstständig
- Hausfrau/-mann Pensionist/in
- Schüler/in o. Student/in Lehrling
- Arbeitslos

68. Wie viel verdienen Sie netto im Monat?

- weniger als 1000 € 1000 – 2000 € mehr als 2000 €

Danke für Ihre Mithilfe!

9.5.2 Erste Welle auf serbokroatisch

Universität Wien

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Schopenhauerstraße 32
1180 Wien

Univerzitet Beč

Fakultet za novinarstvo
Schopenhauerstraße 32
1180 Beč

Postovana gospodo/postovane dame!

Ispunjavanjem ove ankete ostvarićete jedan dragoceni prilog u istraživanju situacije migranata sa prostora bivše Jugoslavije, Turske i Kurdistana u Austriji.

Kao prvo zelimo da istražimo koliko migranti kroz ekipne sportove (fudbal, rukomet,...) dolaze u kontakt kako između sebe tako i sa austrijancima. Druga pitanja se odnose na upotrebu i korist medija, poreklo naroda i lična svojstva. Čak i ukoliko niste zainteresovani za sport, svakako možete ispuniti ovu anketu. U tom slučaju imaćete manje pitanja na koje morate odgovoriti.

Ova anketa ne služi za bilo kakve ekonomske ili političke svrhe, već samo radi naučnog izražavanja. Vaši podaci će naravno biti anonimno obradjeni i neće biti dovedeni u vezu sa Vasim imenom.

Molimo Vas da za anketu odvojite pola sata vremena i odgovorite na pitanja savestno i iskreno.

Ovim putem zelim da Vas upozorim na jednu osobenost prilikom ispunjavanja ove ankete:

Ukoliko na primer postoje ove mogućnosti odgovora :

nikako vrlo rado

onda to obično znači isto kao

nikako radije ne neodlucno/nerešeno radije da vrlo rado

Na svako pitanje obično ide jedan odgovor, ako postoji više mogućnosti, biće naglaseno.

Unapred se zahvaljujemo na Vašoj pomoći!

Ao. Univ.-Prof. Dr. Fritz Hausjell (Upravnik projekta)

Kao prvo se radi o Vašim navikama u ophodjenju sa medijima.

1. Molimo Vas da se setite jučerašnjeg dana i koje ste medije koristili?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

- Televizija
- Radio (takodje radio u kolima)
- Dnevne novine
- Internet
- Juče nisam koristio/koristila ni jedno od tih medija

2. Koliko sati dnevno u proseku obično koristite ove medije?

	nikako	manje od 1 sata	1 do 2 sata	2 do 4 sata	više od 4 sata
Televizija:	<input type="radio"/>				
Radio:	<input type="radio"/>				
Dnevne novine:	<input type="radio"/>				
Internet:	<input type="radio"/>				

3. Da li povremeno ili redovno gledate televiziju na nemačkom jeziku?

- Ne
- Da, povremeno
- Da, redovno

4. Ako da, molimo Vas da se setite jučerašnjeg dana.

Da li ste juče gledali televiziju na nemačkom jeziku i ako da, koje programe?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

- ORF1
- ORF2
- ATV
- RTL
- RTL II
- Juče nisam gledao/gledala programe na nemačkom jeziku
- ARD
- ZDF
- 3sat
- Sat1
- Pro7
- Super RTL
- kabel eins
- VOX
- MTV
- druge programe: _____

5. Da li povremeno ili redovno gledate televiziju na srpskom/hrvatskom/bosanskom jeziku?

- Ne
- Da, povremeno
- Da, redovno

6. Ako da, molimo Vas da se setite jučerašnjeg dana.

Da li ste juče gledali televiziju na srpskom/hrvatskom/bosanskom jeziku i ako da, koje programe?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

- BHTV1
- RTRS
- RTS 1
- B92 TV
- HRT - TV1
- Nova TV
- MKRTV - MTV1
- Juče nisam gledao/gledala programe na srpskom/hrvatskom/bosanskom jeziku
- BN TV Bijeljina
- RTV Vikom
- RTS 2
- Studio B
- RTL Televizija
- CMC - Croatian Music
- RTCG
- OBN Televizija
- ATV - Alternativna Televizija
- RTS Uzivo
- RTV Pink
- Z1
- Balkanica Music TV
- druge programe: _____

7. Da li povremeno ili redovno gledate televiziju na turskom/kurdistanskom jeziku?
 Ne Da, povremeno Da, redovno
8. Ako da, molimo Vas da se setite jučerašnjeg dana.
Da li ste juče gledali televiziju na turskom/kurdistanskom jeziku i ako da, koje programe?
(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)
- | | | |
|---|---|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> ATV | <input type="radio"/> Lig TV | <input type="radio"/> TRT1 |
| <input type="radio"/> Cine 5 | <input type="radio"/> Meltem TV | <input type="radio"/> TRT2 |
| <input type="radio"/> CNN Türk | <input type="radio"/> Mesaj TV | <input type="radio"/> TRT3 |
| <input type="radio"/> Dream TV | <input type="radio"/> NTV | <input type="radio"/> TRT4 |
| <input type="radio"/> Kanal 5 | <input type="radio"/> Samanyolu TV | <input type="radio"/> TRT Int. |
| <input type="radio"/> Kanal 7 / Kanal 7 İnt | <input type="radio"/> Show TV | <input type="radio"/> Türkmen TV |
| <input type="radio"/> Kanal D | <input type="radio"/> Star TV | <input type="radio"/> TV 8 |
| <input type="radio"/> Kral TV | <input type="radio"/> TGRT / TGRT EU | <input type="radio"/> Yeşilcam TV |
| <input type="radio"/> Juče nisam gledao/gledala te programe | <input type="radio"/> druge programe: _____ | |

To bi bilo sve u vezi Vaseg ophodjenja sa medijima. U drugom delu se radi o Vasem aktivnom bavljenju sportom.

9. Koliko često se Vi lično bavite timskim ili ekipnim sportom, znači košarka, hokej, američki fudbal/nogomet/ragbi, fudbal/nogomet, rukomet ili odbojka?
 Ovde se ne radi samo o klubskim sportovima, već i o sportu iz privatnih razloga.
 Nikad Povremeno Redovno

Ako se **nikad** aktivno ne bavite timskim sportom: odmah predjite na pitanje 22.

10. Kada ste se poslednji put (sem danas) aktivno bavili timskim sportom?

juče	u toku proste nedelje	u toku proslih 4 nedelja	pre više od mesec dana
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Molimo Vas da se setite kada ste se **poslednji put** aktivno bavili timskim sportom.

11. Koja vrsta sporta je to bila?
- | | |
|---|--------------------------------------|
| <input type="radio"/> Košarka | <input type="radio"/> Fudbal/Nogomet |
| <input type="radio"/> Hokej | <input type="radio"/> Rukomet |
| <input type="radio"/> Američki fudbal/nogomet/Ragbi | <input type="radio"/> Odbojka |
| <input type="radio"/> drugi timski sport: _____ | |

12. Gde ste tada igrali?
- kod kuće
 - kod prijatelja / poznanika
 - na javnom igralištu / u sportskoj hali

13. Sa kime ste igrali?
(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)
- sa članovima porodice
 - sa prijateljima / poznanicima
 - sa kolegama kluba
 - sa drugima ljudima

14. Koliko tadašnjih igrača potiču iz ovih zemalja?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

	ni jedan	jedan	dva	tri	više od tri	ne znam
Bivša Jugoslavija:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turska:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Austrija:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

15. Da li ste u toku ili neposredno posle utakmice pričali sa drugim igračima i/ili gledaocima?

Ne Da

16. Ako da, sa kime ste pričali i na kojem jeziku?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

<input type="radio"/> sa članovima porodice	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom <input type="radio"/> na turskom/kurdistanskom <input type="radio"/> na nemačkom
<input type="radio"/> sa prijateljima / poznanicima	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom <input type="radio"/> na turskom/kurdistanskom <input type="radio"/> na nemačkom
<input type="radio"/> sa klubskim kolegama	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom <input type="radio"/> na turskom/kurdistanskom <input type="radio"/> na nemačkom
<input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom <input type="radio"/> na turskom/kurdistanskom <input type="radio"/> na nemačkom

17. Kako se završila utakmica?

- ja i moj tim smo izgubili
 bilo je nerešeno
 ja i moj tim smo pobedili
 nije se radilo o gubitku ili pobjedi

18. Kako ste se osećali u toku utakmice?

- bilo mi je svejedno jako napet
distancirano u sred događaja
jako usamljen jako povezan sa ostalima

19. Kako ste se neposredno posle toga osećali?

- jako razočaran presrećan
jako tužan pun sreće
usamljen jako dobro uklopljen u zajednicu

Da pređemo sada na drugu oblast: Timski sport na televiziji

20. Koliko često gledate timski sport na televiziji (na platnu)?

- Nikad Povremeno Redovno

Ako **nikad** ne gledate timski sport na televiziji: odmah predjite na pitanje 39.

21. Kada ste poslednji put (sem danas) gledali timski sport na televiziji (na platnu)?

juče	u toku proste nedelje	u toku prošlih 4 nedelja	pre više od mesec dana
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Molimo Vas da se setite tog **poslednjeg puta** i odgovorite na sledeca pitanja u vezi sa tim.

22. Koja vrsta sporta je to bila?

- Košarka Fudbal/Nogomet
 Hokej Rukomet
 Američki fudbal/nogomet/Ragbi Odbojka
 drugi timski sport: _____

23. Kakva vrsta utakmice je to bila tada?

- Karitativna utakmica (Charity)
 Regionalna utakmica
 Nacionalna utakmica (na primer državna liga u Austriji, Srbiji/Hrvatskoj/Bosni, Turskoj)
 Međunarodna utakmica (utakmica timova raznih zemalja)

24. Koliko od tih igrača koji su igrali na tim utakmicama potiču iz ovim zemalja?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

	ni jedan	jedan	dva	tri	više od tri	ne znam
Bivša Jugoslavija:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turska:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Austrija:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. Na kom programu ste gledali tu utakmicu?

- srpski/hrvatski/bosanski program
 turski/kurdistsanski program
 nemački program
 program na drugom jeziku: _____

26. Gde ste gledali te programe?

- kod kuće
 kod prijatelja / poznanika
 u javnom lokalu / kafiću / kladionici
 na javnom mestu ("public viewing")

27. Ko je pratio utakmicu sa Vama?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

- niko, sam sam gledao/gledala
- članovi porodice
- prijatelji / poznanici
- drugi ljudi

28. Koliko osoba je odprilike pratilo utakmicu sa Vama?

- niko, sam sam gledao/gledala
- manje od 10
- između 10 i 100
- više od 100

29. Da li ste u toku ili neposredne posle utakmice pričali sa drugim gledaocima?

- Ne
- Da

30. Ako da, sa kime ste pričali i na kom jeziku?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

<input type="radio"/> sa članovima porodice	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom
	<input type="radio"/> na turskom/kurdistsanskom
	<input type="radio"/> na nemačkom
<input type="radio"/> sa prijateljima / poznanicima	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom
	<input type="radio"/> na turskom/kurdistsanskom
	<input type="radio"/> na nemačkom
<input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom
	<input type="radio"/> na turskom/kurdistsanskom
	<input type="radio"/> na nemačkom

31. Da li ste jednom timu (jednom igraču) držali palčeve, znači da li ste ih podržali u mislima?

- Ne
- Da

32. Ako da, kako se završila utakmica?

- moj favorit je izgubio
- bilo je nerešeno
- moj favorit je pobedio
- nije sa radilo o gubitku ili pobjedi

33. Kako ste se osećali u toku utakmice?

- bilo mi je svejedno jako napet
- distancirano u sred događaja
- jako usamljen jako povezan sa ostalima

34. Kako ste se neposredno posle toga osećali?

- jako razočaran presrećan
- jako tužan pun sreće
- usamljen jako dobro uklopljen u zajednicu

42. Koliko je osoba odprilike pratilo utakmicu sa Vama?

- manje od 10
- između 10 i 100
- više od 100

43. Da li ste u roku utakmice ili neposredne posle toga pričali sa drugim gledaocima?

- Ne
- Da

44. Ako da, sa kime ste pričali i na kom jeziku?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

<input type="radio"/> sa članovima porodice	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom
	<input type="radio"/> na turskom/kurdistsanskom
	<input type="radio"/> na nemačkom
<input type="radio"/> sa prijateljima / poznanicima	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom
	<input type="radio"/> na turskom/kurdistsanskom
	<input type="radio"/> na nemačkom
<input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom
	<input type="radio"/> na turskom/kurdistsanskom
	<input type="radio"/> na nemačkom

45. Da li ste jednom timu (jednom igraču) držali palčeve, znači da li ste ih podržali u mislima?

- Ne
- Da

46. Ako da, kako se završila utakmica?

- moj favorit je izgubio
- bilo je nerešeno
- moj favorit je pobedio
- nije se radilo o gubitku ili pobedi

47. Kako ste se osećali u toku utakmice?

- bilo mi je svejedno jako napet
- distancirano u sred događaja
- jako usamljen jako povezan sa ostalima

48. Kako ste se neposredno posle toga osećali?

- jako razočaran presrećan
- jako tužan pun sreće
- usamljen jako dobro uklopljen u zajednicu

Sada se približavamo kraju ove ankete. U ovom delu Vas molimo za podatke o Vašem poreklu i kontakta u Austriji.

49. U kojoj zemlji ste rođeni?

- Jugoslavija Srbija Hrvatska Bosna Makedonija
 Turska Austrija druga zemlja: _____

50. Gde su rođeni Vaši roditelji?

- Otac: Jugoslavija Turska Austrija druga zemlja: _____
 Majka: Jugoslavija Turska Austrija druga zemlja: _____

51. Vaš maternji jezik?

- Srpski Hrvatski Bosanski Makedonski
 Turski/Kurdistsanski Nemački Drugi jezik: _____

52. Kako biste ocenili Vaše znanje nemačkog jezika?

- Razumevanje nemačkog jezika jako loše ○ ○ ○ ○ ○ jako dobro
 Pričanje nemačkog jezika jako loše ○ ○ ○ ○ ○ jako dobro
 Čitanje nemačkog jezika jako loše ○ ○ ○ ○ ○ jako dobro
 Pisanje nemačkog jezika jako loše ○ ○ ○ ○ ○ jako dobro

53. Od kad živite u Austriji?

- od rođenja
 Ako ne od rođenja: _____ godine

54. Da li ste austrijski državljanin?

- Ne Da

55. Ako ne, da li bi hteli da imate austrijsko državljanstvo?

- Ne Da, možda Da, sigurno

56. Koliko se osećate povezani sa ovim zemljama? Koliko Vam se sviđaju ove zemlje?

- Srbija nikako ○ ○ ○ ○ ○ jako
 Hrvatska nikako ○ ○ ○ ○ ○ jako
 Bosna nikako ○ ○ ○ ○ ○ jako
 Turska nikako ○ ○ ○ ○ ○ jako
 Austrija nikako ○ ○ ○ ○ ○ jako

57. Kada ste poslednji put (sem danas) sreli prijatelje ili poznanike, koji nisu članovi Vaše porodice?

Srpski/Hrvatski/Bosanski prijatelji ili poznanici

juče	u toku proslave nedelje	u toku prošlih 4 nedelja	pre više od mesec dana
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Turski/Kurdistsanski prijatelji ili poznanici

juče	u toku proslave nedelje	u toku prošlih 4 nedelja	pre više od mesec dana
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Austrijski prijatelji ili poznanici

juče	u toku proslave nedelje	u toku prošlih 4 nedelja	pre više od mesec dana
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

58. Koliko od Vaših tri najvažnih kolega sa posla, škole, ili studija potiču iz?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

	ni jedan	jedan	dva	tri
Bivša Jugoslavija:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turska:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Austrija:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

59. Koliko od Vaših tri najvažnih komšija potiču iz?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

	ni jedan	jedan	dva	tri
Bivša Jugoslavija:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turska:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Austrija:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Na kraju se radi o Vasim licnim podacima. Ovo su već poslednja 9 pitanja.

60. Pol:

- Muško Žensko

61. Starost:

- 14 – 19 god. 20 – 29 god. 30 – 39 god. 40 – 49 god.
 50 – 59 god. 60 – 69 god. 70 – 74 god.

62. Porodično stanje?

- neoženjen/neudata živim u partnerstvu / oženjen/udata
 razveden/razvedena udovac/udovica

63. Koju veru imate?

- pravoslavnu islamsku katoličku drugu: _____ neopredeljen/a

64. Koliko Vam je bitna Vaša vera u svakodnevnom životu?

- nikako jako bitna

65. Koje je Vaše najveće završeno obrazovanje?

- Srednja škola Zanat/Obuka škola sa opredeljenjem Matura Fakultet
 nemam veće završeno obrazovanje

66. Gde ste završili svoje najveće obrazovanje?

- Jugoslavija Srbija Hrvatska Bosna Makedonija
 Turska Austrija druga zemlja: _____

67. Koji poslovni položaj imate trenutno?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

- Radnik Uslužbi Službenik Samostalan
 Domaćica/Domaćin U penziji
 Učenik ili student Učenik zanatlija
 Nezapošljen

68. Koliko je Vaša neto zarada mesečno?

- manje od 1000 € 1000 – 2000 € više od 2000 €

Hvala na Vašoj pomoći!

9.5.3 Erste Welle auf türkisch

Universität Wien

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Schopenhauerstraße 32
1180 Wien

Viyana Üniversitesi

Gazetecilik- ve İletişim Bilimi Enstitüsü
Schopenhauerstraße 32
1180 Wien

Sayın Baylar, Bayanlar!

Anketi doldurarak avusturyadaki eski-yugoslavya, türk ve kürt göçmenlerin durumunu araştırmasına değerli bir katkıda bulunuyorsunuz.

Herşeyden önce takım sporlar konusunda (futbol, hentbol, ...) hem göçmenlerin kendi aralarında ve de avusturyalılar ile temas kurduklarını bulup çıkarmak istiyoruz. Başka sorular, özel belirtiler, soyunuz ve medya kullanımınız ile ilgili.

Eğer spor için ilginiz yok ise yinede anketi doldurmanız istenir. Buna rağmen daha az sorular dolduruyorsunuz.

Araştırma ne ekonomi, ne de siyasi bir amaç için yapılacaktır, sadece ve sadece bilimsel amaç için hizmette. Bilgileriniz tabiki gizli kalacak ve adınız ile bağlantı kurulmayacaktır.

Lütfen zamanınızdan yarım saatinizi verin ve soruları özenli bir şekilde cevaplandırınız.

Bu arada size doldurmak ile ilgili özellikleri bildirmek istiyorum.

Örneğin önümüzdeki cevap imkanları verilmiş:

asla seve seve

ozaman aşağıdaki seçenekler anlamına gelir:

asla daha çok hayır orta daha çok memnuyetle seve seve

Normalde her soruda bir cevap imkanınız var, daha fazla cevap imkanları olduğu sorular belirtilmiş.

Yardımanız için şimdiden teşekkür ediyorum,

Ao. Univ.-Prof. Dr. Fritz Hausjell (Proje müdürü)

Öncelikle medya kullanımınızın alışkanlıklarınız ile ilgileniyoruz.

1. Dünkü günü aklınıza getirin, dün hangi medya imkanlarını kullandınız?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

- Televizyon
 Radyo (Araba radyosu dahil)
 Gazete
 İnternet
 dün hiç birini kullanmadım

2. Bu medyaları normalde günde kaç saat kullanıyorsunuz, yani ortalamada?

	hiç	bir saaten daha az	1 ve 2 saat arası	2 ve 4 saat arası	4 saaten fazla
Televizyon:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Radyo:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gazete:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İnternet:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Ara sıra yada sürekli almanca Programlarını izliyorsunuzuz?

- Hayır Evet, ara sıra Evet, sürekli

4. Eğer izliyorsanız, dünkü günü düşününüz.

Dün almanca kanallarını izledinizmi, izlediyseniz, hangi kanalları izlediniz?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

- ORF1 ARD Super RTL
 ORF2 ZDF kabel eins
 ATV 3sat VOX
 RTL Sat1 MTV
 RTL II Pro7 başka kanal: _____
 dün almanca kanallarını izlemedim

5. Ara sıra yada sürekli türkçe/kürtçe programlarını izliyorsunuzuz?

- Hayır Evet, ara sıra Evet, sürekli

6. Eğer izliyorsanız, dünkü günü düşününüz.

Dün türkçe/kürtçe kanallarını izledinizmi, izlediyseniz, hangi kanalları izlediniz?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

- ATV Lig TV TRT1
 Cine 5 Meltem TV TRT2
 CNN Türk Mesaj TV TRT3
 Dream TV NTV TRT4
 Kanal 5 Samanyolu TV TRT Int.
 Kanal 7 / Kanal 7 İnt Show TV Türkmen TV
 Kanal D Star TV TV 8
 Kral TV TGRT / TGRT EU Yeşilcam TV
 dün türkçe/kürtçe kanalar izlemedim başka kanal: _____

7. Ara sıra yada sürekli sırbça/hırvatça/bosnaca programlarını izliyormusunuz?

- Hayır Evet, ara sıra Evet, sürekli

8. Eğer izliyorsanız, dünkü günü düşününüz.

Dün sırbça/hırvatça/bosnaca kanallarını izledinizmi, izlediyseniz, hangi kanalları izlediniz?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

- BHTV1 BN TV Bijeljina OBN Televizija
 RTRS RTV Vikom ATV - Alternativna Televizija
 RTS 1 RTS 2 RTS Uzivo
 B92 TV Studio B RTV Pink
 HRT - TV1 RTL Televizija Z1
 Nova TV CMC - Croatian Music Balkanica Music TV
 MKRTV - MTV1 RTCG başka kanal: _____
 dün sırbça/hırvatça/bosnaca kanallarını izlemedim

Medya kullanımınıza bu kadar. İkinci bölüm aktif spor yapmanız ile ilgili.

9. Kaç defa aktif takım sporu yapıyorsunuz, yani Basketbol, Buz hokeyi, Amerikan futbolu/Ragbi, Futbol, Hentbol yada Voleybol?

Kulüp ve özel spor anlamında.

- Asla Ara sıra Sürekli

Eğer **asla** takım sporu aktif yapmıyorsanız: 22'inci soruda devam ediniz.

10. En son ne zaman (bugünden hariç) aktif takım sporu yaptınız?

dün	geçen haftanın içinde	son 4 hafta içinde	bir aydan fazla
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Şimdi lütfen **en son** aktif takım sporu yaptığınız anı düşünün.

11. Hangi Spor tarzı?

- Basketbol Futbol
 Buz Hokeyi Hentbol
 Amerikan Futbolu/Ragbi Voleybol
 başka takım sporu: _____

12. Zamanında nerde oynadınız?

- evde
 Arkadaşlarda / Tanıdıklarda
 açık spor alanında / sporsalonunda

13. Kim ile oynadınız?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

- Akrabalar ile
 Arkadaşlar ile / Tanıdıklar ile
 kulüp arkadaşlar ile
 başka insanlar ile

14. Zamanında katılan oyuncuların kaç kişi aşağıdaki ülkelerden geliyordu?
(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

	hiçbiri	bir kişi	iki kişi	üç kişi	üç kişiden fazla	bilmiyorum
Türkiye:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eski-Yugoslavya:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avusturya:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Maç sırasında yada direk maçtan sonra başka oyuncular ve / yada izliyeciler ile sohbet ettinizmi?
 Hayır Evet

16. Eğer sohbet ettiyseniz, kim ile ve hangi dilde sohbet ettiniz?
(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

<input type="radio"/> Akrabalar ile	<input type="radio"/> türkçe/kürtçe <input type="radio"/> sırbça/hırvatça/bosnaca <input type="radio"/> almanca
<input type="radio"/> arkadaşlar ile / tanıdıklar ile	<input type="radio"/> türkçe/kürtçe <input type="radio"/> sırbça/hırvatça/bosnaca <input type="radio"/> almanca
<input type="radio"/> kulüp arkadaşlar ile	<input type="radio"/> türkçe/kürtçe <input type="radio"/> sırbça/hırvatça/bosnaca <input type="radio"/> almanca
<input type="radio"/> başka kişiler ile	<input type="radio"/> türkçe/kürtçe <input type="radio"/> sırbça/hırvatça/bosnaca <input type="radio"/> almanca

17. Maçın sonucu neydi?

- takımım ile mağlup olduk
 berabere kaldı
 takımım ile galibiyet aldık
 kazanmak yada kaybetmek söz konusu değildi

18. Maç esnasında kendinizi nasıl hissettiniz?

- ilgisiz çok meraklı
mesafeli olayın ortasında
çok yalnız başkaları ile minettar

19. Hemen maçtan sonra kendinizi nasıl hissettiniz?

- çok bezgin çok hevesli
çok üzgün mutluluk dolu
yalnız toplumda iyi bir durumda

Şimdi başka bir alana gelelim: Televizyondaki takım spor tarzları

20. **Takım sporlara televizyonda veya beyaz perdede kaç defa bakıyorsunuz?**

- Asla Ara sıra Sürekli

Asla takım sporları izlemiyorsanız: 39'uncu soru ile devam ediniz.

21. **En son ne zaman (bugünden hariç) televizyonda yada beyaz perdede takım sporları izlediniz?**

dün	geçen haftanın içinde	son 4 hafta içinde	bir aydan fazla
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Şimdi lütfen televizyonda **en son** takım spor izlediğiniz anı düşünün .

22. **Hangi Spor tarzı? (en son izlediğiniz maç)**

- Basketbol Futbol
 Buz hokey Hentbol
 Amerikan futbol/Ragbi Voleybol
 Başka takım spor tarzı: _____

23. **Oyun tarzı? (en son izlediğiniz maç)**

- hayırsever oyunu (sadaka)
 bölgesel bir oyun
 ulusal bir oyun (örneğin türk Süperligi, Avusturya, Sırbistan/Hırvatistan/Bosna ligi)
 ulusal arası bir oyun (değişik ülkeler arasında yapılan maç)

24. **Zamanında katılan oyuncuların kaç kişi aşağıdaki ülkelerden geliyordu?**

(fazla cevap imkani var, lütfen işaretleyiniz)

	hiçbiri	bir kişi	iki kişi	üç kişi	üç kişiden fazla	bilmiyorum
Türkiye:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eski-Yugoslavya:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avusturya:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. **Maçı hangi kanalda izlediniz?**

- türkçe/kürtçe Kanal
 sırbça/hırvatça/bosnaca Kanal
 almanca kanal
 başka dilsel Kanal: _____

26. **Programı nerde izlediniz?**

- Evde
 Arkadaşlarda / Tanıdıklarda
 açık birahane/ Lokantada / Bahisbürosu
 kamu alanında ("public viewing")

27. Başka kim sizin ile izledi?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

- hiç kimse, ben tek başıma izledim
- Akrabalardan biri ile/ birileri ile
- Arkadaşlar ile / Tanıdıklar ile
- Başka kişiler ile

28. Yaklaşık kaç kişi sizin ile izledi?

- hiç kimse, ben tek başıma izledim
- 10'dan daha az
- 10 ve 100 arası
- 100'den fazla

29. Maç sırasında veya hemen maçtan sonra başka kişiler ile sohbet ettinizmi?

- Hayır
- Evet

30. Eğer sohbet ettiyseniz, kim ile ve hangi dilde sohbet ettiniz?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

<input type="radio"/> Akrabalar ile	<input type="radio"/> türkçe/kürtçe
	<input type="radio"/> sırbça/hırvatça/bosnaca
	<input type="radio"/> almanca
<input type="radio"/> Arkadaşlar ile / Tanıdıklar ile	<input type="radio"/> türkçe/kürtçe
	<input type="radio"/> sırbça/hırvatça/bosnaca
	<input type="radio"/> almanca
<input type="radio"/> başka kişiler ile	<input type="radio"/> türkçe/kürtçe
	<input type="radio"/> sırbça/hırvatça/bosnaca
	<input type="radio"/> almanca

31. Bir takıma (oyuncuya) başarılar diledinizmi, yani aklınızda destekledinizmi?

- Hayır
- Evet

32. Eğer aklınızda desteklediyseniz, maç nasıl bitti?

- favorim mağlup oldu
- berabere kaldı
- favorim galip oldu
- kazanmak yada kaybetmek söz konusu değildi

33. Maç esnasında kendinizi nasıl hissettiniz?

- ilgisiz çok meraklı
- mesafeli olayın ortasında
- çok yalnız başkaları ile minettar

34. Hemen maçtan sonra kendinizi nasıl hissettiniz?

- çok bezgin çok hevesli
- çok üzgün mutluluk dolu
- yalnız toplumda iyi bir durumda

**Birinci devre sona erdi. Biraz nefes ala bilirsiniz!
Şimdiden anketin yarısına vardık!
Önümüzdeki bölüm mahallindeki takım sporlar ile ilgili.**

35. Mahallindeki takım sporları kaç defa izliyorsunuz, yani sporalanında, stadta yada sporsalonunda izliyecisi olarak?

- Asla Ara Sıra Sürekli

Mahallindeki takım sporlarını **Asla** izlemiyorsanız: 55'i soru ile devam ediniz.

36. En son ne zaman (bugünden hariç) Mahallindeki takım sporları izlediniz?

dün	geçen haftanın içinde	son 4 hafta içinde	bir aydan fazla
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Şimdi lütfen **en son** mahallindeki takım sporları izlediğiniz anı düşünün.

37. Hangi spor tarzı?

- Basketbol Futbol
 Buz Hokeyi Hentbol
 Amerikan Futbol/Ragbi Voleybol
 başka takım sporu: _____

38. Hangi oyun tarzı?

- hayırsever oyunu (sadaka) / antreman / özel oyun
 bölgesel bir oyun
 ulusal bir oyun (örneğin türk Süperligi, Avusturya, Sırbistan/Hırvatistan/Bosna ligi)
 ulusal arası bir oyun (değişik ülkeler arasında yapılan maç)

39. Zamanında katılan oyuncularından kaç kişi aşağıdaki ülkelerden geliyordu?
(fazla cevap imkani var, lütfen işaretleyiniz)

	hiçbiri	bir kişi	iki kişi	üç kişi	üç kişiden fazla	bilmiyorum
Türkiye:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eski-Yugoslavia:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avusturya:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

40. Maça kim ile gittiniz?

(fazla cevap imkani var, lütfen işaretleyiniz)

- hiç kimse ile, tekbaşım gittim
 Akrabalar/ Aileden kişiler ile
 Arkadaşlar ile/ Tanıdıklar ile

41. Akrabalarınızdan yada Arkadaşlarınızdan / Tanıdıklarınızdan biri aktif oynadı mı?
(fazla cevap imkani var, lütfen işaretleyiniz)

- Hayır
 Evet, Akrabalardan
 Evet, Arkadaşlar / Tanıdıklar

42. Yaklaşık kaç kişi katıldı?

- 10'dan daha az
 10 ve 100 arası
 100'den daha fazla

43. Maç sırasında veya hemen maçtan sonra başka izliyeciler/ oyuncular ile sohbet ettinizmi?

- Hayır Evet

44. Eğer sohbet ettiyseniz, kim ile ve hangi dilde sohbet ettiniz?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

<input type="radio"/> Akrabalar ile	<input type="radio"/> türkçe/kürtçe <input type="radio"/> sırbça/hrvatça/bosnaca <input type="radio"/> almanca
<input type="radio"/> Arkadaşlar ile / Tanıdıklar ile	<input type="radio"/> türkçe/kürtçe <input type="radio"/> sırbça/hrvatça/bosnaca <input type="radio"/> almanca
<input type="radio"/> başka kişiler ile	<input type="radio"/> türkçe/kürtçe <input type="radio"/> sırbça/hrvatça/bosnaca <input type="radio"/> almanca

45. Bir takima (oyuncuya) başarılar diledinizmi, yani aklınızda destekledinizmi?

- Hayır Evet

46. Eğer aklınızda desteklediyseniz, maç nasıl bitti?

- favorim mağlup oldu
 berabere kaldı
 favorim galip oldu
 kazanmak yada kaybetmek söz konusu değildi

47. Maç esnasında kendinizi nasıl hissettiniz?

- ilgisiz çok meraklı
mesafeli olayın ortasında
çok yalnız başkaları ile minettar

48. Hemen maçtan sonra kendinizi nasıl hissettiniz?

- çok bezgin çok hevesli
çok üzgün mutluluk dolu
yalnız toplumda iyi bir durumda

Şimdide anketin sonu yaklaşıyor. Bu bölümde soyunuz ve avusturyadaki kontak kurduğunuz kişiler ile ilgili bilgiler vermenizi rica ediyorum.

49. Hangi ülkede doğdunuz?

- Türkiye Yugoslavya Sırbistan Hırvatistan Bosna
 Avusturya Makedonya başka bir ülke: _____

50. Ana ve Babanızın doğum yeri?

- Baba: Türkiye Yugoslavya Avusturya başka bir ülke: _____
Ana: Türkiye Yugoslavya Avusturya başka bir ülke: _____

51. Ana diliniz?

- Türkçe/Kürtçe Sırbça Hırvatça Bosnaca Makedonca
 Almanca başka dil: _____

52. Almanca bilgilerinizi nasıl değerlendirirdiniz?

- Almanca anlamak çok az pek iyi
Almanca konuşma çok az pek iyi
Almanca okuma çok az pek iyi
Almanca yazma çok az pek iyi

53. Avusturyada nezaman'dan beri yaşıyorsunuz?

- doğumdan beri
Doğumdan beri değil ise: _____ seneden itibaren

54. Avusturya vatandaşısınız?

- Hayır Evet

55. Eğer değilseniz, avusturya vatandaşlığını istermiydiniz?

- Hayır Evet, belki Evet, kesinlikle

56. Aşağıdaki ülkeler ile ne kadar minnettarsınız? Ne kadar seviyorsunuz?

- Türkiye hiç seve seve
Sırbistan hiç seve seve
Hırvatistan hiç seve seve
Bosna hiç seve seve
Avusturya hiç seve seve

57. En son nezaman (bugün hariç) aileden olmayan arkadaşlar yada tanıdıklar ile buluştunuz?

Türk/Kürt arkadaşlar yada tanıdıklar

dün	geçen haftanın içinde	son 4 hafta içinde	bir aydan fazla
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sırb/Hırvat/Bosnalı arkadaşlar yada tanıdıklar

dün	geçen haftanın içinde	son 4 hafta içinde	bir aydan fazla
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Avusturyalı arkadaşlar yada tanıdıklar

dün	geçen haftanın içinde	son 4 hafta içinde	bir aydan fazla
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

58. Üç en önemli olan iş / okul / üniversite arkadaşınızdan kaç kişi aşağıdaki ülkelerden geliyor?
(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

	hiçbiri	bir kişi	iki kişi	üç kişi
Türkiye:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eski-Yugoslavia:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avusturya:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

59. Üç en önemli olan komşularınızın kaçısı aşağıdaki ülkelerden geliyor?
(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

	hiçbiri	bir kişi	iki kişi	üç kişi
Türkiye:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eski-Yugoslavya:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avusturya:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Son olarak kimliğiniz hakkında sorular. Son dokuz sorulardır.

60. Cinsiyet:

- Bay Bayan

61. Yaş:

- 14 – 19 arası 20 – 29 arası 30 – 39 arası 40 – 49 arası
 50 – 59 arası 60 – 69 arası 70 – 74 arası

62. Medeni hal?

- bekar ve kimsesiz biri ile beraber yaşamakta / evli
 boşanmış ve kimsesiz dul ve kimsesiz

63. Hangi dini camiasına aitsiniz?

- islam hrisityan-ortodoks katolik başka: _____ hiç biri

64. Din sizin için günlük yaşamınızda ne kadar önemli?

- Hiç önemli değil çok önemli

65. En yüksek bitirdiğiniz okul?

- zorunlu okul/ilk okul çiraklık meslek okulu olgunluk sınavı/mezuniyet sınavı
 Üniversite / FH (Mühendislik yüksek okulu) / Koleğ bitirdiğim okul yok

66. En yüksek bitirdiğiniz okulu nerde yaptınız?

- Türkiye Yugoslavya Sırbistan Hırvatistan Bosna
 Avusturya Makedonya başka bir ülke: _____

67. Güncel mesleki durumunuz nedir?

(fazla cevap imkani var, lütfen işaretleyiniz)

- İşçi sözleşmeli işçi/memur(Angestellter) Memur serbest
 Ev hanımı/ Ev adamı Emekli
 Öğrenci yada Üniversite öğrencisi Çıracak
 İşsiz

68. Ayda net olarak ne kadar kazanıyorsunuz?

- 1000 €'dan daha az 1000 – 2000 € arası 2000 €'dan fazla

Çok teşekkür ederim!

9.5.4 Zweite Welle auf deutsch

Universität Wien

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Schopenhauerstraße 32
1180 Wien

Sehr geehrte Dame!
Sehr geehrter Herr!

Zunächst noch einmal herzlichen Dank für das Ausfüllen des ersten Fragebogens!

Hier ist nun der zweite.

Sie leisten mit dem Ausfüllen einen wertvollen Beitrag zur Erforschung der Situation von Menschen mit ex-jugoslawischem und türkischem Migrationshintergrund in Österreich.

In erster Linie wollen wir herausfinden, inwiefern im **Umfeld des Mannschaftssports** (Fußball, Handball, ...) Leute mit Migrationshintergrund untereinander sowie mit Österreichern in **Kontakt** kommen. Weitere Fragen drehen sich um Mediennutzung, Herkunft und persönliche Merkmale. Sollten Sie nicht an Sport interessiert sein, sind Sie genauso angesprochen. Dann haben Sie einfach nur weniger zum Ausfüllen.

Die Umfrage dient keinem wirtschaftlichen oder politischen Zweck sondern rein der **wissenschaftlichen Grundlagenforschung**. Ihre Angaben werden selbstverständlich anonym behandelt und nicht mit Ihrem Namen in Verbindung gebracht.

Nehmen Sie sich bitte eine **halbe Stunde** Zeit und beantworten Sie die Fragen gewissenhaft.

In der Regel ist eine Antwortmöglichkeit pro Frage anzukreuzen, sollten mehrere Antworten möglich sein, wird darauf hingewiesen.

Ich danke Ihnen bereits im Voraus für Ihre Hilfe!

Ao. Univ.-Prof. Dr. Fritz Hausjell (Projektleiter)

Als erstes geht es um Ihre Gewohnheiten im Umgang mit Medien.

1. Denken Sie bitte an **gestern**, welche Medien haben Sie gestern genutzt?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- Fernsehen
- Radio (inkl. Autoradio)
- Tageszeitung
- Internet
- gestern habe ich keines dieser Medien genutzt

2. Wie viele **Stunden am Tag** nutzen Sie normalerweise, d.h. im Durchschnitt, diese Medien?

	gar nicht	weniger als 1 Std.	1 bis 2 Std.	2 bis 4 Std.	mehr als 4 Std.
Fernsehen:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Radio:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tageszeitung:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internet:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Schauen Sie sich gelegentlich oder regelmäßig deutschsprachiges Fernsehen an?

- Nein
- Ja, gelegentlich
- Ja, regelmäßig

4. Wenn Ja, denken Sie bitte an **gestern**.

Haben Sie gestern deutschsprachiges Fernsehen geschaut und wenn Ja, welche/n Sender?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- ORF1
- ORF2
- ATV
- RTL
- RTL II
- ARD
- ZDF
- 3sat
- Sat1
- Pro7
- Super RTL
- kabel eins
- VOX
- MTV
- andere Sender: _____
- gestern habe ich keinen deutschsprachigen Sender geschaut

5. Schauen Sie sich gelegentlich oder regelmäßig serbisch-/kroatisch-/bosnischsprachiges Fernsehen an?

- Nein
- Ja, gelegentlich
- Ja, regelmäßig

6. Wenn Ja, denken Sie bitte an **gestern**.

Haben Sie gestern serbisch-/kroatisch-/bosnischsprachiges Fernsehen geschaut und wenn Ja, welche/n Sender?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- BHTV1
- RTRS
- RTS 1
- B92 TV
- HRT - TV1
- Nova TV
- MKRTV - MTV1
- BN TV Bijeljina
- RTV Vikom
- RTS 2
- Studio B
- RTL Televizija
- CMC - Croatian Music
- RTCG
- OBN Televizija
- ATV - Alternativna Televizija
- RTS Uzivo
- RTV Pink
- Z1
- Balkanica Music TV
- andere Sender: _____
- gestern habe ich keinen serbisch-/kroatisch-/bosnischsprachigen Sender geschaut

7. Schauen Sie sich gelegentlich oder regelmäßig türkischsprachiges Fernsehen an?

- Nein Ja, gelegentlich Ja, regelmäßig

8. Wenn Ja, denken Sie bitte an **gestern**.

Haben Sie gestern türkischsprachiges Fernsehen geschaut und wenn Ja, welche/n Sender?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- | | | |
|--|--|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> ATV | <input type="radio"/> Lig TV | <input type="radio"/> TRT1 |
| <input type="radio"/> Cine 5 | <input type="radio"/> Meltem TV | <input type="radio"/> TRT2 |
| <input type="radio"/> CNN Türk | <input type="radio"/> Mesaj TV | <input type="radio"/> TRT3 |
| <input type="radio"/> Dream TV | <input type="radio"/> NTV | <input type="radio"/> TRT4 |
| <input type="radio"/> Kanal 5 | <input type="radio"/> Samanyolu TV | <input type="radio"/> TRT Int. |
| <input type="radio"/> Kanal 7 / Kanal 7 İnt | <input type="radio"/> Show TV | <input type="radio"/> Türkmen TV |
| <input type="radio"/> Kanal D | <input type="radio"/> Star TV | <input type="radio"/> TV 8 |
| <input type="radio"/> Kral TV | <input type="radio"/> TGRT / TGRT EU | <input type="radio"/> Yeşilcam TV |
| <input type="radio"/> gestern habe ich keinen dieser Sender geschaut | <input type="radio"/> andere Sender: _____ | |

Das wars zur Mediennutzung. Im zweiten Teil geht es nun um aktive Sportausübung.

9. Wie oft betreiben Sie **selbst aktiv Mannschaftssport**, z.B. Basketball, Eishockey, Football/Rugby, Fußball, Handball oder Volleyball?

Egal ob im Verein oder privat.

- Nie Gelegentlich Regelmäßig

Wenn Sie **Nie** selbst aktiv Mannschaftssport machen: weiter bei Frage 20.

10. Wann haben Sie das **letzte Mal** (außer heute) selbst aktiv Mannschaftssport gemacht?

gestern	innerhalb der letzten Woche	in den letzten 4 Wochen	vor mehr als 1 Monat
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Denken Sie nun bitte an dieses **letzte Mal** als Sie aktiv Mannschaftssport betrieben haben.

11. Welche Sportart war das?

- | | |
|---|----------------------------------|
| <input type="radio"/> Basketball | <input type="radio"/> Fußball |
| <input type="radio"/> Eishockey | <input type="radio"/> Handball |
| <input type="radio"/> Football/Rugby | <input type="radio"/> Volleyball |
| <input type="radio"/> andere Mannschaftssportart: _____ | |

12. Wo haben Sie damals gespielt?

- zu Hause
 bei Freunden / Bekannten
 auf einem öffentlichen Sportplatz / in einer Sporthalle

13. Mit wem haben Sie gespielt?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- mit Familienmitgliedern
 mit Freunden / Bekannten
 mit Vereinskollegen
 mit anderen Leuten

14. Wie ging das Spiel aus?

- ich habe mit meiner Mannschaft verloren
- es war unentschieden
- ich habe mit meiner Mannschaft gewonnen
- es ging nicht um Gewinnen und Verlieren

15. Wie haben Sie sich **während des Spiels** gefühlt?

gleichgültig sehr gespannt

16. Wie haben Sie sich **anschließend daran** gefühlt?

- sehr enttäuscht sehr begeistert
- alleine sehr gut aufgehoben in der Gemeinschaft

17. Wie viele von den teilnehmenden Spielern stammten aus diesen Ländern?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

	keine/r	eine/r	zwei	drei	mehr als drei
Ex-Jugoslawien:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Türkei:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Österreich:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Haben Sie sich während oder unmittelbar nach dem Spiel mit anderen Spielern und/oder Zuschauern unterhalten?

- Nein Ja

19. Wenn Ja, mit wem haben Sie sich unterhalten und in welcher Sprache?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

<input type="radio"/> mit Familienmitgliedern	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch
	<input type="radio"/> in Türkisch
	<input type="radio"/> in Deutsch
<input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch
	<input type="radio"/> in Türkisch
	<input type="radio"/> in Deutsch
<input type="radio"/> mit Vereinskollegen	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch
	<input type="radio"/> in Türkisch
	<input type="radio"/> in Deutsch
<input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch
	<input type="radio"/> in Türkisch
	<input type="radio"/> in Deutsch

Kommen wir nun zu einem anderen Bereich: Mannschaftssport im Fernsehen

20. Wie oft schauen Sie **Mannschaftssport im Fernsehen** (auf Leinwand) an?

- Nie Gelegentlich Regelmäßig

Wenn Sie **Nie** Mannschaftssport im Fernsehen schauen: weiter bei Frage 35.

21. Wann haben Sie das **letzte Mal** (außer heute) Mannschaftssport im Fernsehen (auf Leinwand) angeschaut?

gestern	innerhalb der letzten Woche	in den letzten 4 Wochen	vor mehr als 1 Monat
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Denken Sie nun bitte an dieses **letzte Mal**, als Sie Mannschaftssport im Fernsehen geschaut haben.

22. Welche Sportart war das?

- Basketball Fußball
 Eishockey Handball
 Football/Rugby Volleyball
 andere Mannschaftssportart: _____

23. Welche Art von Spiel war das damals?

- Wohltätigkeitsspiel (Charity)
 Lokales / Regionales Spiel
 Nationales Spiel (z.B. Bundesliga in Österreich, Serbien/Kroatien/Bosnien, Türkei)
 Internationales Spiel (Spiel zwischen Mannschaften verschiedener Länder)

24. Auf welchem Sender haben Sie das Spiel geschaut?

- serbisch-/kroatisch-/bosnischsprachiger Sender
 türkischsprachiger Sender
 deutschsprachiger Sender anderssprachiger Sender: _____

25. Wie viele von den teilnehmenden Spielern stammten aus diesen Ländern?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

	keine/r	eine/r	zwei	drei	mehr als drei
Ex-Jugoslawien:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Türkei:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Österreich:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

26. Wo haben Sie die Sendung geschaut?

- zu Hause
 bei Freunden / Bekannten
 in einem öffentlichen Lokal / Gasthaus / Wettlokal
 auf einem öffentlichen Platz ("public viewing")

27. Wer hat noch mit Ihnen geschaut?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- niemand, ich habe alleine geschaut
- Familienmitglieder
- Freunde / Bekannte
- andere Leute

28. Wie viele Personen haben ungefähr mit Ihnen gemeinsam geschaut?

- niemand, ich habe alleine geschaut
- weniger als 10
- zwischen 10 und 100
- mehr als 100

29. Haben Sie sich während oder unmittelbar nach dem Spiel mit anderen Zuschauern unterhalten?

- Nein
- Ja

30. Wenn Ja, mit wem haben Sie sich unterhalten und in welcher Sprache?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

<input type="radio"/> mit Familienmitgliedern	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch
	<input type="radio"/> in Türkisch
	<input type="radio"/> in Deutsch
<input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch
	<input type="radio"/> in Türkisch
	<input type="radio"/> in Deutsch
<input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch
	<input type="radio"/> in Türkisch
	<input type="radio"/> in Deutsch

31. Haben Sie einer Mannschaft (einem Spieler) die Daumen gedrückt, d.h. in Gedanken unterstützt?

- Nein
- Ja

32. Wenn Ja, wie ging das Spiel aus?

- mein Favorit hat verloren
- es war unentschieden
- mein Favorit hat gewonnen
- es ging nicht um Gewinnen und Verlieren

33. Wie haben Sie sich **während des Spiels** gefühlt?

gleichgültig sehr gespannt

34. Wie haben Sie sich **anschließend daran** gefühlt?

sehr enttäuscht sehr begeistert
alleine sehr gut aufgehoben in der Gemeinschaft

Im folgenden Teil geht es um Mannschaftssport direkt vor Ort.

35. Wie oft schauen Sie **Mannschaftssport direkt vor Ort** an, d.h. als Zuschauer am Sportplatz, im Stadion oder in der Sporthalle?

- Nie Gelegentlich Regelmäßig

Wenn Sie **Nie** Mannschaftssport vor Ort anschauen: weiter bei Frage 49.

36. Wann haben Sie das **letzte Mal** (außer heute) Mannschaftssport direkt vor Ort angeschaut?

gestern	innerhalb der letzten Woche	in den letzten 4 Wochen	vor mehr als 1 Monat
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Denken Sie nun bitte an dieses **letzte Mal**, als Sie Mannschaftssport vor Ort angeschaut haben.

37. Welche Sportart war das?

- Basketball Fußball
 Eishockey Handball
 Football/Rugby Volleyball
 andere Mannschaftssportart: _____

38. Welche Art von Spiel war das damals?

- Wohltätigkeitsspiel (Charity) / Training / Privates Spiel / Hobby-Spiel
 Lokales / Regionales Spiel
 Nationales Spiel (z.B. Bundesliga in Österreich, Serbien/Kroatien/Bosnien, Türkei)
 Internationales Spiel (Spiel zwischen Mannschaften verschiedener Länder)

39. Mit wem sind Sie zum Spiel hingegangen?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- mit niemandem, ich bin alleine hingegangen
 mit Familienmitgliedern
 mit Freunden / Bekannten

40. Haben Familienmitglieder oder Freunde / Bekannte von Ihnen aktiv mitgespielt?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

- Nein
 Ja, Familienmitglieder
 Ja, Freunde / Bekannte

41. Wie viele von den teilnehmenden Spielern stammten aus diesen Ländern?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

	keine/r	eine/r	zwei	drei	mehr als drei
Ex-Jugoslawien:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Türkei:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Österreich:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

42. Wie viele Zuschauer waren insgesamt ungefähr dabei?

- weniger als 10
- zwischen 10 und 100
- mehr als 100

43. Haben Sie sich während oder unmittelbar nach dem Spiel mit anderen Zuschauern und/oder Spielern unterhalten?

- Nein
- Ja

44. Wenn Ja, mit wem haben Sie sich unterhalten und in welcher Sprache?

(Mehrfachantworten möglich; Alles Zutreffende bitte ankreuzen)

<input type="radio"/> mit Familienmitgliedern	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch
	<input type="radio"/> in Türkisch
	<input type="radio"/> in Deutsch
<input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch
	<input type="radio"/> in Türkisch
	<input type="radio"/> in Deutsch
<input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> in Serbisch/Kroatisch/Bosnisch
	<input type="radio"/> in Türkisch
	<input type="radio"/> in Deutsch

45. Haben Sie einer Mannschaft (einem Spieler) die Daumen gedrückt, d.h. in Gedanken unterstützt?

- Nein
- Ja

46. Wenn Ja, wie ging das Spiel aus?

- mein Favorit hat verloren
- es war unentschieden
- mein Favorit hat gewonnen
- es ging nicht um Gewinnen und Verlieren

47. Wie haben Sie sich **während des Spiels** gefühlt?

gleichgültig sehr gespannt

48. Wie haben Sie sich **anschließend daran** gefühlt?

sehr enttäuscht sehr begeistert
alleine sehr gut aufgehoben in der Gemeinschaft

Bevor es um die einzelnen EURO 2008-Spiele geht noch ein paar Fragen zu Ihrer Person.

49. Wie sehr mögen Sie diese Länder?

- Serbien gar nicht sehr gerne
Kroatien gar nicht sehr gerne
Bosnien gar nicht sehr gerne
Türkei gar nicht sehr gerne
Österreich gar nicht sehr gerne

50. Wann haben Sie das letzte Mal (außer heute) Freunde oder Bekannte getroffen, die nicht zu Ihrer Familie gehören?

Serbische/Kroatische/Bosnische Freunde oder Bekannte

gestern	innerhalb der letzten Woche	in den letzten 4 Wochen	vor mehr als 1 Monat
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Türkische Freunde oder Bekannte

gestern	innerhalb der letzten Woche	in den letzten 4 Wochen	vor mehr als 1 Monat
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Österreichische Freunde oder Bekannte

gestern	innerhalb der letzten Woche	in den letzten 4 Wochen	vor mehr als 1 Monat
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

51. Ihr Geschlecht:

- Männlich Weiblich

52. Ihr Alter: _____ Jahre

Auf den nächsten drei Seiten beantworten Sie bitte die Fragen zu den Spielen der EURO 2008.

EURO 2008	live gesehen? (> 40 min)	Wo?	Auf welchem Sender?	Mit wem? (Mehrfachantworten mögl.)	Wem haben Sie die Daumen gedrückt?
Schweiz – Tschechien 0 : 1 Sa. 7. Juni, 18 Uhr in Basel	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Schweiz <input type="radio"/> Tschechien
Türkei – Portugal 0 : 2 Sa. 7. Juni, 20:45 Uhr in Genf	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Türkei <input type="radio"/> Portugal
Österreich – Kroatien 0 : 1 So. 8. Juni, 18 Uhr in Wien	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Österreich <input type="radio"/> Kroatien
Deutschland – Polen 2 : 0 So. 8. Juni, 20:45 Uhr in Klagenfurt	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Deutschland <input type="radio"/> Polen
Rumänien – Frankreich 0 : 0 Mo. 9. Juni, 18 Uhr in Zürich	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Rumänien <input type="radio"/> Frankreich
Niederlande – Italien 3 : 0 Mo. 9. Juni, 20:45 Uhr in Bern	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Niederlande <input type="radio"/> Italien
Spanien – Russland 4 : 1 Di. 10. Juni, 18 Uhr in Innsbruck	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Spanien <input type="radio"/> Russland
Griechenland – Schweden 0 : 2 Di. 10. Juni, 20:45 Uhr in Salzburg	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Griechenland <input type="radio"/> Schweden

EURO 2008	live gesehen? (> 40 min)	Wo?	Auf welchem Sender?	Mit wem? (Mehrfachantworten mögl.)	Wem haben Sie die Daumen gedrückt?
Tschechien – Portugal 1 : 3 Mi. 11. Juni, 18 Uhr in Genf	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Tschechien <input type="radio"/> Portugal
Schweiz – Türkei 1 : 2 Mi. 11. Juni, 20:45 Uhr in Basel	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Schweiz <input type="radio"/> Türkei
Kroatien – Deutschland 2 : 1 Do. 12. Juni, 18 Uhr in Klagenfurt	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Kroatien <input type="radio"/> Deutschland
Österreich – Polen 1 : 1 Do. 12. Juni, 20:45 Uhr in Wien	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Österreich <input type="radio"/> Polen
Italien – Rumänien 1 : 1 Fr. 13. Juni, 18 Uhr in Zürich	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Italien <input type="radio"/> Rumänien
Niederlande – Frankreich 4 : 1 Fr. 13. Juni, 20:45 Uhr in Bern	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Niederlande <input type="radio"/> Frankreich
Schweden – Spanien 1 : 2 Sa. 14. Juni, 18 Uhr in Innsbruck	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Schweden <input type="radio"/> Spanien
Griechenland – Russland 0 : 1 Sa. 14. Juni, 20:45 Uhr in Salzburg	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Griechenland <input type="radio"/> Russland

EURO 2008	live gesehen? (> 40 min)	Wo?	Auf welchem Sender?	Mit wem? (Mehrfachantworten mögl.)	Wem haben Sie die Daumen gedrückt?
Schweiz – Portugal 2 : 0 So. 15. Juni, 20:45 Uhr in Basel	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Schweiz <input type="radio"/> Portugal
Türkei – Tschechien 3 : 2 So. 15. Juni, 20:45 Uhr in Genf	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Türkei <input type="radio"/> Tschechien
Polen – Kroatien 0 : 1 Mo. 16. Juni, 20:45 Uhr in Klagenfurt	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Polen <input type="radio"/> Kroatien
Österreich – Deutschland 0 : 1 Mo. 16. Juni, 20:45 Uhr in Wien	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Österreich <input type="radio"/> Deutschland
Niederlande – Rumänien 2 : 0 Di. 17. Juni, 20:45 Uhr in Bern	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Niederlande <input type="radio"/> Rumänien
Frankreich – Italien 0 : 2 Di. 17. Juni, 20:45 Uhr in Zürich	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Frankreich <input type="radio"/> Italien
Griechenland – Spanien 1 : 2 Mi. 18. Juni, 20:45 Uhr in Salzburg	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Griechenland <input type="radio"/> Spanien
Russland – Schweden 2 : 0 Mi. 18. Juni, 20:45 Uhr in Innsbruck	<input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> zu Hause <input type="radio"/> bei Freunden / Bekannten <input type="radio"/> in einem Gasthaus / Wettlokal <input type="radio"/> öffentlich „public viewing“ <input type="radio"/> direkt im Stadion	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> alleine <input type="radio"/> mit Familienmitgliedern <input type="radio"/> mit Freunden / Bekannten <input type="radio"/> mit anderen Leuten	<input type="radio"/> Russland <input type="radio"/> Schweden

9.5.5 Zweite Welle auf serbokroatisch

Universität Wien

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Schopenhauerstraße 32
1180 Wien

Univerzitet Beč

Fakultet za novinarstvo
Schopenhauerstraße 32
1180 Beč

Poštovana gospodo/poštovane dame!

Kao prvo želimo da Vam se zahvalimo srdačno za ispunjenje prve ankete!

Ovo je sada druga anketa.

Sa ispunom ove ankete služite jedan dragoceni prilog za iztraživanje situacije naroda sa bivše Jugoslavije i Turske u Austriji.

Kao prvo zelimo da istražimo koliko migranti kroz ekipne sportove (fudbal, rukomet,...) dolaze u kontakt kako izmedju sebe tako i sa austrijancima. Druga pitanja se odnose na upotrebu i korist medija, poreklo naroda i lična svojstva. Čak i ukoliko niste zainteresovani za sport, svakako mozete ispuniti ovu anketu. U tom slucaju imacete manje pitanja na koje morate odgovoriti.

Ova anketa ne služi za bilo kakve ekonomske ili političke svrhe, već samo radi naučnog iztraživanja. Vaši podaci će naravno biti anonimno obradjeni i neće biti dovedeni u vezu sa Vasim imenom.

Molimo Vas da za anketu odvojite pola sata vremena i odgovorite na pitanja savestno i iskreno.

Na svako pitanje obično ide jedan odgovor, ako postoji više mogućnosti, bice naglaseno.

Unapred se zahvaljujemo na Vašoj pomoći!

Ao. Univ.-Prof. Dr. Fritz Hausjell (Upravnik projekta)

Kao prvo se radi o Vašim navikama u ophodjenju sa medijima.

1. Molimo Vas da se setite jučerašnjeg dana i koje ste medije koristili?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

- Televizija
- Radio (takodje radio u kolima)
- Dnevne novine
- Internet
- Juče nisam koristio/koristila ni jedno od tih medija

2. Koliko sati dnevno u proseku obično koristite ove medije?

	nikako	manje od 1 sata	1 do 2 sata	2 do 4 sata	više od 4 sata
Televizija:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Radio:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dnevne novine:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internet:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Da li povremeno ili redovno gledate televiziju na nemačkom jeziku?

- Ne
- Da, povremeno
- Da, redovno

4. Ako da, molimo Vas da se setite jučerašnjeg dana.

Da li ste juče gledali televiziju na nemačkom jeziku i ako da, koje programe?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

- ORF1
- ORF2
- ATV
- RTL
- RTL II
- Juče nisam gledao/gledala programe na nemačkom jeziku
- ARD
- ZDF
- 3sat
- Sat1
- Pro7
- Super RTL
- kabel eins
- VOX
- MTV
- druge programe: _____

5. Da li povremeno ili redovno gledate televiziju na srpskom/hrvatskom/bosanskom jeziku?

- Ne
- Da, povremeno
- Da, redovno

6. Ako da, molimo Vas da se setite jučerašnjeg dana.

Da li ste juče gledali televiziju na srpskom/hrvatskom/bosanskom jeziku i ako da, koje programe?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

- BHTV1
- RTRS
- RTS 1
- B92 TV
- HRT - TV1
- Nova TV
- MKRTV - MTV1
- Juče nisam gledao/gledala programe na srpskom/hrvatskom/bosanskom jeziku
- BN TV Bijeljina
- RTV Vikom
- RTS 2
- Studio B
- RTL Televizija
- CMC - Croatian Music
- RTCG
- OBN Televizija
- ATV - Alternativna Televizija
- RTS Uzivo
- RTV Pink
- Z1
- Balkanica Music TV
- druge programe: _____

7. Da li povremeno ili redovno gledate televiziju na turskom jeziku?

- Ne Da, povremeno Da, redovno

8. Ako da, molimo Vas da se setite jučerašnjeg dana.

Da li ste juče gledali televiziju na turskom jeziku i ako da, koje programe?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

- | | | |
|---|---|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> ATV | <input type="radio"/> Lig TV | <input type="radio"/> TRT1 |
| <input type="radio"/> Cine 5 | <input type="radio"/> Meltem TV | <input type="radio"/> TRT2 |
| <input type="radio"/> CNN Türk | <input type="radio"/> Mesaj TV | <input type="radio"/> TRT3 |
| <input type="radio"/> Dream TV | <input type="radio"/> NTV | <input type="radio"/> TRT4 |
| <input type="radio"/> Kanal 5 | <input type="radio"/> Samanyolu TV | <input type="radio"/> TRT Int. |
| <input type="radio"/> Kanal 7 / Kanal 7 İnt | <input type="radio"/> Show TV | <input type="radio"/> Türkmen TV |
| <input type="radio"/> Kanal D | <input type="radio"/> Star TV | <input type="radio"/> TV 8 |
| <input type="radio"/> Kral TV | <input type="radio"/> TGRT / TGRT EU | <input type="radio"/> Yeşilcam TV |
| <input type="radio"/> Juče nisam gledao/gledala te programe | <input type="radio"/> druge programe: _____ | |

To bi bilo sve u vezi Vaseg ophodjenja sa medijima. U drugom delu se radi o Vasem aktivnom bavljenju sportom.

9. Koliko često se Vi lično bavite timskim ili ekipnim sportom, znači košarka, hokej, američki fudbal/nogomet/ragbi, fudbal/nogomet, rukomet ili odbojka?

Ovde se ne radi samo o klubskim sportovima, vec i o sportu iz privatnih razloga.

- Nikad Povremeno Redovno

Ako se **nikad** aktivno ne bavite timskim sportom: odmah predjite na pitanje 20.

10. Kada ste se poslednji put (sem danas) aktivno bavili timskim sportom?

juče	u toku proslave nedelje	u toku prošlih 4 nedelja	pre više od mesec dana
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Molimo Vas da se setite kada ste se **poslednji put** aktivno bavili timskim sportom.

11. Koja vrsta sporta je to bila?

- | | |
|---|--------------------------------------|
| <input type="radio"/> Košarka | <input type="radio"/> Fudbal/Nogomet |
| <input type="radio"/> Hokej | <input type="radio"/> Rukomet |
| <input type="radio"/> Američki fudbal/nogomet/Ragbi | <input type="radio"/> Odbojka |
| <input type="radio"/> drugi timski sport: _____ | |

12. Gde ste tada igrali?

- kod kuće
 kod prijatelja / poznanika
 na javnom igralištu / u sportskoj hali

13. Sa kime ste igrali?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

- sa članovima porodice
 sa prijateljima / poznanicima
 sa kolegama kluba
 sa drugima ljudima

14. Kako se završila utakmica?

- ja i moj tim smo izgubili
- bilo je nerešeno
- ja i moj tim smo pobedili
- nije se radilo o gubitku ili pobeđi

15. Kako ste se osećali u toku utakmice?

bilo mi je svejedno jako napet

16. Kako ste se neposredno posle toga osećali?

jako razočaran presrećan
usamljen jako dobro uklopljen u zajednicu

17. Koliko tadašnjih igrača potiču iz ovih zemalja?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

	ni jedan	jedan	dva	tri	više od tri
Bivša Jugoslavija:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turska:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Austrija:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Da li ste u toku ili neposredno posle utakmice pričali sa drugim igračima i/ili gledaocima?

- Ne
- Da

19. Ako da, sa kime ste pričali i na kojem jeziku?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

<input type="radio"/> sa članovima porodice	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom
	<input type="radio"/> na turskom
	<input type="radio"/> na nemačkom
<input type="radio"/> sa prijateljima / poznanicima	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom
	<input type="radio"/> na turskom
	<input type="radio"/> na nemačkom
<input type="radio"/> sa klubskim kolegama	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom
	<input type="radio"/> na turskom
	<input type="radio"/> na nemačkom
<input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom
	<input type="radio"/> na turskom
	<input type="radio"/> na nemačkom

27. Ko je pratio utakmicu sa Vama?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

- niko, sam sam gledao/gledala
- članovi porodice
- prijatelji / poznanici
- drugi ljudi

28. Koliko osoba je odprilike pratilo utakmicu sa Vama?

- niko, sam sam gledao/gledala
- manje od 10
- između 10 i 100
- više od 100

29. Da li ste u toku ili neposredne posle utakmice pričali sa drugim gledaocima?

- Ne
- Da

30. Ako da, sa kime ste pričali i na kom jeziku?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

<input type="radio"/> sa članovima porodice	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom
	<input type="radio"/> na turskom
	<input type="radio"/> na nemačkom
<input type="radio"/> sa prijateljima / poznanicima	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom
	<input type="radio"/> na turskom
	<input type="radio"/> na nemačkom
<input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom
	<input type="radio"/> na turskom
	<input type="radio"/> na nemačkom

31. Da li ste jednom timu (jednom igraču) držali palčeve, znači da li ste ih podržali u mislima?

- Ne
- Da

32. Ako da, kako se završila utakmica?

- moj favorit je izgubio
- bilo je nerešeno
- moj favorit je pobedio
- nije sa radilo o gubitku ili pobi

33. Kako ste se osećali u toku utakmice?

bilo mi je svejedno jako napet

34. Kako ste se neposredno posle toga osećali?

jako razočaran presrećan
usamljen jako dobro uklopljen u zajednicu

42. Koliko je osoba odprilike pratilo utakmicu sa Vama?

- manje od 10
- između 10 i 100
- više od 100

43. Da li ste u roku utakmice ili neposredne posle toga pričali sa drugim gledaocima?

- Ne
- Da

44. Ako da, sa kime ste pričali i na kom jeziku?

(Više odgovora moguće; Obeležite sve tačne odgovore)

<input type="radio"/> sa članovima porodice	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom
	<input type="radio"/> na turskom
	<input type="radio"/> na nemačkom
<input type="radio"/> sa prijateljima / poznanicima	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom
	<input type="radio"/> na turskom
	<input type="radio"/> na nemačkom
<input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> na srpskom/hrvatskom/bosanskom
	<input type="radio"/> na turskom
	<input type="radio"/> na nemačkom

45. Da li ste jednom timu (jednom igraču) držali palčeve, znači da li ste ih podržali u mislima?

- Ne
- Da

46. Ako da, kako se završila utakmica?

- moj favorit je izgubio
- bilo je nerešeno
- moj favorit je pobedio
- nije se radilo o gubitku ili pobedi

47. Kako ste se osećali u toku utakmice?

bilo mi je svejedno jako napet

48. Kako ste se neposredno posle toga osećali?

jako razočaran presrećan
usamljen jako dobro uklopljen u zajednicu

Pre nego što stižemo do posebnih pitanja evropskog prvenstva EURO 2008, molimo Vas da nam date lične podatke Vašoj osobi:

49. Koliko Vam se sviđaju ove zemlje?

- Srbija nikako ○ ○ ○ ○ ○ jako
Hrvatska nikako ○ ○ ○ ○ ○ jako
Bosna nikako ○ ○ ○ ○ ○ jako
Turska nikako ○ ○ ○ ○ ○ jako
Austrija nikako ○ ○ ○ ○ ○ jako

50. Kada ste poslednji put (sem danas) sreli prijatelje ili poznanike, koji nisu članovi Vaše porodice?

Srpski/Hrvatski/Bosanski prijatelji ili poznanici

juče	u toku proste nedelje	u toku proslih 4 nedelja	pre više od mesec dana
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Turski prijatelji ili poznanici

juče	u toku proste nedelje	u toku proslih 4 nedelja	pre više od mesec dana
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Austrijski prijatelji ili poznanici

juče	u toku proste nedelje	u toku proslih 4 nedelja	pre više od mesec dana
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

51. Pol:

- Muško Žensko

52. Starost: ____ God.

Sa narednim stranama (3 ukupno), molimo Vas da nam odgovorite na pitanja o igrama evropskog prvenstva EURO 2008.

Evropsko prvenstvo EURO 2008	Videno live? (> 40 min)	Gde?	Na kom programu?	Sa kim? (Više odgovora moguće)	Kome ste držali palčeve?
Švajcarska – Češka 0 : 1 Su. 7. Juna, 18 čas. U Baselu	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Švajcarska <input type="radio"/> Češka
Turska – Portugalija 0 : 2 Su. 7. Junia 20:45 čas. u Ženevi	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Turska <input type="radio"/> Portugalija
Austrija – Hrvatska 0 : 1 Ne. 8. Juna, 18 čas. u Beču	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Austrija <input type="radio"/> Hrvatska
Nemačka – Poljska 2 : 0 Ne. 8. Juna, 20:45 čas. u Klagenfurtu	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Nemačka <input type="radio"/> Poljska
Rumunska – Francuska 0 : 0 Po. 9. Juna, 18 čas. u Cirihu	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Rumunska <input type="radio"/> Francuska
Holandija – Italija 3 : 0 Po. 9. Juna, 20:45 čas. u Bernu	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Holandija <input type="radio"/> Italija
Španija – Rusija 4 : 1 Ut. 10. Juna, 18 čas. u Insbrucku	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Španija <input type="radio"/> Rusija
Grčka – Švedska 0 : 2 Ut. 10. Juna, 20:45 čas. u Salzburgu	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Grčka <input type="radio"/> Švedska

Evropsko prvenstvo EURO 2008	Videno live? (> 40 min)	Gde?	Na kom programu?	Sa kim? (Više odgovora moguće)	Kome ste držali palčeve?
Češka – Portugalija 1 : 3 Sr. 11. Juna, 18 čas, u Ženevi	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Češka <input type="radio"/> Portugalija
Švajcarska – Turska 1 : 2 Sr. 11. Juna, 20:45 čas. u Baselu	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Švajcarska <input type="radio"/> Turska
Hrvatska – Nemačka 2 : 1 Čet. 12. Juna, 18 čas. u Klagenfurtu	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Hrvatska <input type="radio"/> Nemačka
Austrija – Poljska 1 : 1 Čet. 12. Juna, 20:45 čas. u Beču	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Austrija <input type="radio"/> Poljska
Italija – Rumunska 1 : 1 Pe. 13. Juna, 18 čas. U Cirihu	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Italija <input type="radio"/> Rumunska
Holandija – Francuska 4 : 1 Pe. 13. Juna, 20:45 čas. U Bernu	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Holandija <input type="radio"/> Francuska
Švedska – Španija 1 : 2 Su. 14. Juna, 18 čas. u Insbruku	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Švedska <input type="radio"/> Španija
Grčka – Rusija 0 : 1 Su. 14. Juna, 20:45 čas. u Salzburgu	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Grčka <input type="radio"/> Rusija

Evropsko prvenstvo EURO 2008	Videno live? (> 40 min)	Gde?	Na kom programu?	Sa kim? (Više odgovora moguće)	Kome ste držali palčeve?
Švajcarska – Portugalija 2 : 0 Ne. 15. Juna, 20:45 čas. u Baselu	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Švajcarska <input type="radio"/> Portugalija
Turska – Češka 3 : 2 Ne. 15. Juna, 20:45 čas. u Ženevi	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Turska <input type="radio"/> Češka
Poljska – Hrvatska 0 : 1 Po. 16. Juna, 20:45 čas. u Klagenfurtu	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Poljska <input type="radio"/> Hrvatska
Austrija – Nemačka 0 : 1 Po. 16. Juna, 20:45 čas. u Beč	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Austrija <input type="radio"/> Nemačka
Holandija – Rumunska 2 : 0 Ut. 17. Juna, 20:45 čas. u Bern	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Holandija <input type="radio"/> Rumunska
Francuska – Italija 0 : 2 Ut. 17. Juna, 20:45 čas. u Cirihu	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Francuska <input type="radio"/> Italija
Grčka – Španija 1 : 2 Sr. 18. Juna, 20:45 čas. u Salcburgu	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Grčka <input type="radio"/> Španija
Rusija – Švedska 2 : 0 Sr. 18. Juna, 20:45 čas. u Insbrodu	<input type="radio"/> ne <input type="radio"/> da	<input type="radio"/> kod kuće <input type="radio"/> kod prijatelja / poznanika <input type="radio"/> u lokalu / kladionici <input type="radio"/> na javnom mestu <input type="radio"/> direktno u stadionu	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> sam/-a <input type="radio"/> sa porodicom <input type="radio"/> sa društvom <input type="radio"/> sa drugim ljudima	<input type="radio"/> Rusija <input type="radio"/> Švedska

9.5.6 Zweite Welle auf türkisch

Universität Wien

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Schopenhauerstraße 32
1180 Wien

Viyana Üniversitesi

Gazetecilik- ve İletişim Bilimi Enstitüsü
Schopenhauerstraße 32
1180 Wien

Sayın Baylar ve Bayanlar!

Birinci anketi doldurduğunuz için sizlere öncelikle gönülden teşekkür ediyorum.

Şimdi sıra ikinci anketimizde.

Bu anketi doldurmakla, eski Yugoslavya ve Türk kökenli göçmenlerin, Avusturya'daki durumlarını konu alan araştırmaya büyük bir katkıda bulunmuş olacaksınız.

İlk aşamada, takım sporları konusunda (futbol, hentbol, ...) göçmenlerin birbirleri ile ve Avusturyalılar ile ilişkilerinin ne şekilde olduğunu ortaya çıkartmaya istiyoruz. Diğer sorular kullandığınız medya, geldiğiniz ülke ve kişisel özellikleriniz ile ilgili.

Spora ilgi duymasanızda, sizden anketin geri kalan kısmını doldurmanız istenmektedir. Doğal olarak doldurmanız gereken sorular azalmış oluyor.

Araştırma ne ekonomik, ne de siyasi amaçlıdır. Sadece ve sadece bilimsel amaca hizmet etmektedir. Bilgileriniz kesinlikle gizli kalacak ve adınız ile herhangi bağlantı kurulmayacaktır.

Lütfen zamanınızdan yarım saati, soruları özenli bir şekilde cevaplandırmak için ayırın.

Normalde her soru için bir cevap imkanı var, birden fazla cevap imkanı olduğunda, bu durum soruda belirtilmektedir.

Yardımlarınız için şimdiden teşekkür ediyorum,

Ao. Univ.-Prof. Dr. Fritz Hausjell (Proje müdürü)

İlk bölüm medya kullanış alışkanlıklarınız ile ilgili.

1. Dünü düşünün, hangi medya imkanlarını kullandınız?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

- televizyon
 radyo (araba radyosu dahil)
 gazete
 internet
 dün hiç birini kullanmadım

2. Bu medyaları günde normalde ortalama kaç saat kullanıyorsunuz?

	hiç	bir saatten daha az	1 ile 2 saat arası	2 ile 4 saat arası	4 saatten fazla
televizyon:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
radyo:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gazete:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
internet:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Arada sırada mı yoksa sürekli mi Almanca programlarını izliyorsunuz?

- hayır evet, ara sıra evet, sürekli

4. Eğer izliyorsanız, dünü düşünün.

Dün Almanca kanallarını izlediniz mi, izlediyseniz, hangi kanalları izlediniz?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

- ORF1 ARD Super RTL
 ORF2 ZDF kabel eins
 ATV 3sat VOX
 RTL Sat1 MTV
 RTL II Pro7 başka kanal: _____
 dün almanca kanallarını izlemedim

5. Arada sırada mı yoksa sürekli mi Türkçe programlarını izliyorsunuz?

- hayır evet, ara sıra evet, sürekli

6. Eğer izliyorsanız, dünü düşünün.

Dün Türkçe kanallarını izlediniz mi, izlediyseniz, hangi kanalları izlediniz?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

- ATV Lig TV TRT1
 Cine 5 Meltem TV TRT2
 CNN Türk Mesaj TV TRT3
 Dream TV NTV TRT4
 Kanal 5 Samanyolu TV TRT Int.
 Kanal 7 / Kanal 7 İnt Show TV Türkmen TV
 Kanal D Star TV TV 8
 Kral TV TGRT / TGRT EU Yeşilcam TV
 dün Türkçe kanalar izlemedim başka kanal: _____

7. Arada sırada mı yoksa sürekli mi Sırpça/Hırvatça/Boşnakça programlarını izliyorsunuz?
 hayır evet, ara sıra evet, sürekli

8. Eğer izliyorsanız, dünü düşünün.

Dün Sırpça/Hırvatça/Boşnakça kanallarını izlediniz mi, izlediyseniz, hangi kanalları izlediniz?
(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="radio"/> BHTV1 | <input type="radio"/> BN TV Bijeljina | <input type="radio"/> OBN Televizija |
| <input type="radio"/> RTRS | <input type="radio"/> RTV Vikom | <input type="radio"/> ATV - Alternativna Televizija |
| <input type="radio"/> RTS 1 | <input type="radio"/> RTS 2 | <input type="radio"/> RTS Uzivo |
| <input type="radio"/> B92 TV | <input type="radio"/> Studio B | <input type="radio"/> RTV Pink |
| <input type="radio"/> HRT - TV1 | <input type="radio"/> RTL Televizija | <input type="radio"/> Z1 |
| <input type="radio"/> Nova TV | <input type="radio"/> CMC - Croatian Music | <input type="radio"/> Balkanica Music TV |
| <input type="radio"/> MKRTV - MTV1 | <input type="radio"/> RTCG | <input type="radio"/> başka kanal: _____ |
| <input type="radio"/> dün Sırpça/Hırvatça/Boşnakça kanallarını izlemedim | | |

Medya kullanım alışkanlıklarınız ilgili bölüm burada sona eriyor. İkinci bölüm aktif spor yapmanız ile ilgili.

9. Hangi sıklıkla takım sporu yapıyorsunuz, örneğin basketbol, buz hokeyi, Amerikan futbolu/Ragbi, futbol, hentbol ya da voleybol?

kulüp içinde veya özel olarak.

- hiç ara sıra sürekli

Eğer takım sporunu aktif olarak **hiç** yapmıyorsanız: 20'inci sorudan itibaren devam ediniz lütfen.

10. En son ne zaman (bugün hariç) aktif takım sporu yaptınız?

dün	geçen hafta içinde	son 4 hafta içinde	bir aydan fazla
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Şimdi lütfen **en son** aktif olarak takım sporu yaptığınız anı düşünün.

11. Bu hangi spor tarzıydı?

- | | |
|--|--------------------------------|
| <input type="radio"/> basketbol | <input type="radio"/> futbol |
| <input type="radio"/> buz Hokeyi | <input type="radio"/> hentbol |
| <input type="radio"/> Amerikan futbolu/Ragbi | <input type="radio"/> voleybol |
| <input type="radio"/> başka takım sporu: _____ | |

12. Nerede oynadınız?

- evde
 arkadaşlarda / tanıdıklarda
 açık spor alanında / spor salonunda

13. Kiminle oynadınız?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

- akrabalar ile
 arkadaşlar ile / tanıdıklar ile
 kulüp arkadaşları ile
 başka insanlar ile

14. Maç nasıl sona erdi?

- takımım ile birlikte mağlup oldum
 berabere kaldık
 takımım ile birlikte galibiyet aldım
 kazanmak ya da kaybetmek söz konusu değildi

15. Maç esnasında kendinizi nasıl hissettiniz?

ilgisiz çok meraklı

16. Maçtan hemen sonra kendinizi nasıl hissettiniz?

- çok kırgın çok memnun
yalnız toplum içinde bir bütün olarak çok iyi

17. Oyuna katılan oyuncuların kaçını aşağıdaki ülkelerden geliyordu?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

	hiç biri	bir kişi	iki kişi	üç kişi	üç kişiden fazla
Türkiye:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eski-Yugoslavya:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avusturya:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Maç sırasında yada maçtan hemen sonra başka oyuncular ile ve / yada izliyeciler ile sohbet ettiniz mi?

- hayır evet

19. Eğer sohbet ettiyseniz, kiminle ve hangi dilde sohbet ettiniz?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

<input type="radio"/> akrabalar ile	<input type="radio"/> Türkçe <input type="radio"/> Sırpça/Hırvatça/Boşnakça <input type="radio"/> Almanca
<input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile	<input type="radio"/> Türkçe <input type="radio"/> Sırpça/Hırvatça/Boşnakça <input type="radio"/> Almanca
<input type="radio"/> kulüp arkadaşları ile	<input type="radio"/> Türkçe <input type="radio"/> Sırpça/Hırvatça/Boşnakça <input type="radio"/> Almanca
<input type="radio"/> başka kişiler ile	<input type="radio"/> Türkçe <input type="radio"/> Sırpça/Hırvatça/Boşnakça <input type="radio"/> Almanca

Şimdi başka bir alana geçiyoruz: Televizyondaki takım sporları

20. **Takım sporlarına televizyonda veya beyaz perdede hangi sıklıkla bakıyorsunuz?**

- hiç ara sıra sürekli

Takım sporlarını hiç izlemiyorsanız: 35'uncu sorudan devam ediniz lütfen.

21. **En son ne zaman (bugün hariç) televizyonda ya da beyaz perdede takım sporlarını izlediniz?**

dün	geçen hafta içinde	son 4 hafta içinde	bir aydan fazla
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Şimdi lütfen televizyonda **en son** takım sporunu izlediğiniz anı düşünün.

22. **Bu hangi spor tarzıydı?**

- basketbol futbol
 buz hokey hentbol
 Amerikan futbol/Ragbi voleybol
 başka takım spor tarzı: _____

23. **Oyun hangi amaçlıydı?**

- hayırsever oyunu (bağış)
 bölgesel bir oyun
 ulusal bir oyun (örneğin Türk süper ligi, Avusturya, Sırbistan/Hırvatistan/Bosna ligi)
 uluslararası bir oyun (değişik ülkeler arasında yapılan maç)

24. **Maçı hangi kanalda izlediniz?**

- Türkçe kanal
 Sırbça/Hırvatça/Boşnakça kanal
 Almanca kanal başka dilde kanal: _____

25. **Oyuna katılan oyuncuların kaçını aşağıdaki ülkelerden geliyordu?**

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

	hiçbiri	bir kişi	iki kişi	üç kişi	üç kişiden fazla
Türkiye:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eski-Yugoslavya:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avusturya:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

26. **Programı nerde izlediniz?**

- evde
 arkadaşlarda / tanıdıklarda
 açık birahane/ lokantada / bahis bürosu
 kamu alanında ("public viewing")

27. Kiminle izlediniz?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

- hiç kimse, ben tek başıma izledim
- akrabalarından biri ile/ birileri ile
- arkadaşlar / tanıdıklar ile
- başka kişiler ile

28. Yaklaşık kaç kişi sizinle izledi?

- hiç kimse, ben tek başıma izledim
- 10'dan daha az
- 10 ile 100 arası
- 100'den fazla

29. Maç sırasında veya hemen maçtan sonra başka kişilerle sohbet ettiniz mi?

- hayır
- evet

30. Eğer sohbet ettiyseniz, kiminle ve hangi dilde sohbet ettiniz?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

<input type="radio"/> akrabalar ile	<input type="radio"/> Türkçe
	<input type="radio"/> Sırpça/Hırvatça/Boşnakça
	<input type="radio"/> Almanca
<input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile	<input type="radio"/> Türkçe
	<input type="radio"/> Sırpça/Hırvatça/Boşnakça
	<input type="radio"/> Almanca
<input type="radio"/> başka kişiler ile	<input type="radio"/> Türkçe
	<input type="radio"/> Sırpça/Hırvatça/Boşnakça
	<input type="radio"/> Almanca

31. Bir takıma (oyuncuya) başarılar dilediniz mi, yada aklınızdan desteklediniz mi?

- hayır
- evet

32. Eğer aklınızda desteklediyseniz, maç nasıl bitti?

- favorim mağlup oldu
- berabere kaldı
- favorim galip oldu
- kazanmak ya da kaybetmek söz konusu değildi

33. Maç esnasında kendinizi nasıl hissettiniz?

ilgisiz çok meraklı

34. Maçtan hemen sonra kendinizi nasıl hissettiniz?

çok kırgın çok memnun
yalnız toplum içinde bir bütün olarak çok iyi

Simdiki bölüm Mahalli takım sporları ile ilgili.

35. **Mahalli takım maçlarını** ne kadar sıklıkla spor alanında, stadyumda yada spor salonunda izliyecisi olarak izliyorsunuz?

- hiç ara sıra sürekli

Mahalli takım sporlarını **hiç** izlemiyorsanız: 49'cu sorudan devam ediniz.

36. **En son** ne zaman (bugün hariç) mahalli takım sporlarını izlediniz?

dün	geçen hafta içinde	son 4 hafta içinde	bir aydan fazla
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Simdi lütfen **en son** mahalli takım sporunu izlediğiniz anı düşünün.

37. **Bu hangi spor tarzıydı?**

- basketbol futbol
 buz Hokeyi hentbol
 Amerikan futbolu/Ragbi voleybol
 başka takım sporu: _____

38. **Oyun hangi amaçlıydı?**

- hayırsever oyunu (bağış) / antreman / özel oyun
 bölgesel bir oyun
 ulusal bir oyun (örneğin Türk süper ligi, Avusturya, Sırbistan/Hırvatistan/Bosna ligi)
 uluslararası bir oyun (değişik ülkeler arasında yapılan maç)

39. **Maça kiminle gittiniz?**

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

- hiç kimse ile, tek başıma gittim
 akrabalar/ aileden kişiler ile
 arkadaşlar ile/ tanıdıklar ile

40. **Akrabalarınızdan yada arkadaşlarınızdan / tanıdıklarınızdan biri aktif olarak oynadı mı?**

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

- hayır
 evet, akrabalarından
 evet, arkadaşlar / tanıdıklar

41. **oyuna katılan oyuncularından kaçını aşağıdaki ülkelerden geliyordu?**

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

	hiçbiri	bir kişi	iki kişi	üç kişi	üç kişiden fazla
Türkiye:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eski-Yugoslavia:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avusturya:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
_____:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

42. Yaklaşık kaç izleyici vardı?

- 10'dan daha az
 10 ve 100 arası
 100'den daha fazla

43. Maç sırasında veya hemen maçtan sonra başka izliyeciler/ oyuncular ile sohbet ettiniz mi?

- hayır evet

44. Eğer sohbet ettiyseniz, kimle ve hangi dilde sohbet ettiniz?

(fazla cevap imkanı var, lütfen işaretleyiniz)

<input type="radio"/> akrabalar ile	<input type="radio"/> Türkçe <input type="radio"/> Sırbça/Hırvatça/Boşnakça <input type="radio"/> Almanca
<input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile	<input type="radio"/> Türkçe <input type="radio"/> Sırbça/Hırvatça/Boşnakça <input type="radio"/> Almanca
<input type="radio"/> başka kişiler ile	<input type="radio"/> Türkçe <input type="radio"/> Sırbça/Hırvatça/Boşnakça <input type="radio"/> Almanca

45. Bir takıma (oyuncuya) başarılar dilediniz mi, ya da aklınızdan desteklediniz mi?

- hayır evet

46. Eğer aklınızda desteklediyseniz, maç nasıl bitti?

- favorim mağlup oldu
 berabere kaldı
 favorim galip oldu
 kazanmak yada kaybetmek söz konusu değildi

47. Maç esnasında kendinizi nasıl hissettiniz?

- ilgisiz çok meraklı

48. Maçtan hemen sonra kendinizi nasıl hissettiniz?

- çok kırgın çok memnun
yalnız toplum içinde bir bütün olarak çok iyi

EURO 2008 oyunlarına geçmeden önce şahsınıza yönelik bir kaç sorumuz daha var.

49. Aşağıdaki ülkeleri ne kadar seviyorsunuz?

- Türkiye hiç çok seviyorum
Sırbistan hiç çok seviyorum
Hırvatistan hiç çok seviyorum
Bosna hiç çok seviyorum
Avusturya hiç çok seviyorum

50. En son ne zaman (bugün hariç) aile dışındaki arkadaşlarınız yada tanıdıklarınız ile buluştunuz?

Türk arkadaşlar ya da tanıdıklar ile

dün	geçen hafta içinde	son 4 hafta içinde	bir aydan fazla
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sırp/Hırvat/Boşnak arkadaşlar yada tanıdıklar ile

dün	geçen hafta içinde	son 4 hafta içinde	bir aydan fazla
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Avusturyalı arkadaşlar yada tanıdıklar ile

dün	geçen hafta içinde	son 4 hafta içinde	bir aydan fazla
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

51. Cinsiyet:

- Bay Bayan

52. Yaş: _____ yaşımdayım.

Bundan sonraki üç sayfa Euro 2008 ile ilgili cevaplandırmanız gereken sorularla devam ediyor.

EURO 2008	40 dakikadan fazla canlı izledim	Nerede izlediniz?	Hangi kanalda izlediniz?	Kiminle izlediniz? (birden fazla cevap imkanı)	Hangi takımı tutunuz?
İsviçre – Çek Cum. 0 : 1 7. Temmuz, cumartesi, 18`de Basel`de	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> İsviçre <input type="radio"/> Çek Cum.
Türkiye – Portekiz 0 : 2 7. Temmuz, cumartesi, 20:45`de Cenevre`de	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Türkiye <input type="radio"/> Portekiz
Avusturya – Hırvatistan 0 : 1 8. Temmuz pazar, 18`de Viyana`da	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Avusturya <input type="radio"/> Hırvatistan
Almanya – Polonya 2 : 0 8. Temmuz pazar, 20:45`te Klagenfurt`ta	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Almanya <input type="radio"/> Polonya
Romanya – Fransa 0 : 0 9. Temmuz pazarı, 18`da Zürih`te	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Romanya <input type="radio"/> Fransa
Hollanda – İtalya 3 : 0 9. Temmuz pazarı, 20:45`te Bern`de	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Hollanda <input type="radio"/> İtalya
İspanya – Rusya 4 : 1 10. Temmuz salı, 18`de Innsbruck`ta	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> İspanya <input type="radio"/> Rusya
Yunanistan – İsveç 0 : 2 10. Temmuz salı, 20:45`te Salzburg`da	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Yunanistan <input type="radio"/> İsveç

EURO 2008	40 dakikadan fazla canlı izledim	Nerede izlediniz?	Hangi kanalda izlediniz?	Kiminle izlediniz? (birden fazla cevap imkanı)	Hangi takimi tuttunuz?
Çek Cum. – Portekiz 1 : 3 11. Temmuz çarşamba, 18`de Cenevre`de	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Çek Cum. <input type="radio"/> Portekiz
İsviçre – Türkiye 1 : 2 11. Temmuz çarşamba, 20:45`te Basel`de	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> İsviçre <input type="radio"/> Türkiye
Hırvatistan – Almanya 2 : 1 12. Temmuz perşembe, 18`de Klagenfurt`ta	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Hırvatistan <input type="radio"/> Almanya
Avusturya – Polonya 1 : 1 12. Temmuz perşembe, 20:45`te Viyana`da	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Avusturya <input type="radio"/> Polonya
İtalya – Romanya 1 : 1 13. Temmuz cuma, 18`de Zürih`te	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> İtalya <input type="radio"/> Romanya
Hollanda – Fransa 4 : 1 13. Temmuz cuma, 20:45`te Bern`de	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Hollanda <input type="radio"/> Fransa
İsveç – İspanya 1 : 2 14. Temmuz cumartesi, 18`de Innsbruck`ta	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> İsveç <input type="radio"/> İspanya
Yunanistan – Rusya 0 : 1 14. Temmuz cumartesi, 20:45`te Salzburg`da	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Yunanistan <input type="radio"/> Rusya

EURO 2008	40 dakikadan fazla canlı izledim	Nerede izlediniz?	Hangi kanalda izlediniz?	Kiminle izlediniz? (birden fazla cevap imka)	Hangi takimi tuttunuz?
İsviçre – Portekiz 2 : 0 15. Temmuz pazar, 20:45'te Basel'de	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> İsviçre <input type="radio"/> Portekiz
Türkiye – Çek Cum. 3 : 2 15. Temmuz pazar, 20:45'te Cenevre'de	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Türkiye <input type="radio"/> Çek Cum.
Polonya – Hırvatistan 0 : 1 16. Temmuz pazar, 20:45'te Klagenfurt'ta	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Polonya <input type="radio"/> Hırvatistan
Avusturya – Almanya 0 : 1 16. Temmuz pazar, 20:45'te Viyana'da	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Avusturya <input type="radio"/> Almanya
Holanda – Romanya 2 : 0 17. Temmuz salı, 20:45'te Bern'de	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Holanda <input type="radio"/> Romanya
Fransa – İtalya 0 : 2 17. Temmuz salı, 20:45'te Zürih'te	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Fransa <input type="radio"/> İtalya
Yunanistan – İspanya 1 : 2 18. Temmuz çarşamba, 20:45'te Salzburg'da	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Yunanistan <input type="radio"/> İspanya
Rusya – İsveç 2 : 0 18. Temmuz çarşamba, 20:45'te Innsbruck'ta	<input type="radio"/> evet <input type="radio"/> hayır	<input type="radio"/> evde <input type="radio"/> arkadaşlarda / tanıdıklarda <input type="radio"/> kahvede / bahis lokalinde <input type="radio"/> topluma açık bir alanda <input type="radio"/> Stadyumda	<input type="radio"/> ORF1 <input type="radio"/> RTS <input type="radio"/> HRT2 <input type="radio"/> BHTV <input type="radio"/> ARD/ZDF <input type="radio"/> TRT1 <input type="radio"/> ATV	<input type="radio"/> yalnız <input type="radio"/> aile üyeleri ile <input type="radio"/> arkadaşlar / tanıdıklar ile <input type="radio"/> başka kişilerle	<input type="radio"/> Rusya <input type="radio"/> İsveç

9.6 Abstract

9.6.1 Abstract auf deutsch

Österreich, Deutschland und die Schweiz sind in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts de facto zu Einwanderungsgesellschaften geworden. In Österreich haben 17 Prozent der Bevölkerung eine Zuwandererbiographie, in Deutschland sind es 20 Prozent und in der Schweiz hat jeder dritte Einwohner ausländische Wurzeln.

Die soziale Integration der Menschen mit Migrationshintergrund ist seit den 1990er Jahren ein anhaltendes Thema im öffentlichen Diskurs. In den Sozialwissenschaften bildet die Integrationsthematik seither einen Forschungsschwerpunkt. In der Kommunikationswissenschaft liegt das Interesse auf der Rolle der Medien im Integrationsprozess.

Die Frage nach den Auswirkungen der Mediennutzung auf die soziale Integration von Migranten bildet auch den Ausgangspunkt der Dissertation „*Fernsehsport und Integration*“. In der Arbeit wird detailliert der kommunikationswissenschaftliche Forschungsstand zum Feld „*Migranten–Medien–Integration*“ aufgearbeitet. Berücksichtigt werden theoretische Betrachtungen und empirische Studien zum speziellen Medienangebot für Migranten (Ethnomedien), zu ihrem Mediennutzungsverhalten und zu allfälligen Wirkungen der Mediennutzung. Als theoretische Grundlage dienen die soziologischen Modelle zur Integration ethnisch-kulturell-pluralistischer Gesellschaften: *Assimilation*, *Segregation* und *interkulturelle Integration*. Eine integrierende Wirkung wird vorwiegend den deutschsprachigen Mehrheitsmedien zugeschrieben. Muttersprachigen Ethnomedien wird dagegen eine wichtige Funktion für die Bildung der *kulturellen Identität* attestiert.

Im empirischen Teil der Dissertation sind die allgemeine Fernsehnutzung von Migranten und speziell die Nutzung von Fernsehsport vor und während der Fußball-Europameisterschaft 2008 Untersuchungsgegenstand. Datengrundlage ist ein Sample (n=160), das im Zuge einer Zwei-Wellen-Befragung von ex-jugoslawischen und türkischen Migranten im Bezirk St. Pölten generiert wurde. Bisherige empirische Befunde hinsichtlich der Mediennutzung von Migranten werden durch die Regionalstudie bestätigt: Fernsehen ist das dominierende Medium und deutsch- und muttersprachige Angebote werden von einer großen Mehrheit der Migranten dualistisch genutzt. Die Fragen zur Fernsehsportnutzung ergaben u.a., dass die deutschsprachigen Sender (ORF, ARD und ZDF) von der Fußball-EM profitiert haben und ihr Marktanteil im Vergleich zur Zeit vor dieser Großveranstaltung zugenommen hat.

9.6.2 Abstract auf englisch

In the second half of the 20th century, Austria, Germany and Switzerland have as a matter of fact developed into immigration societies. In Austria, 17 percent of the population have an immigration biography, in Germany 20 percent and in Switzerland, every third person has foreign roots.

The social integration of people with a migration background has been an ongoing topic in public discourse since the 1990s. In the social sciences, the topic of integration has since become a main field of research. Regarding communication science, the focus lies on the role of the media in the integration process.

The question of the effects of media use on the social integration of migrants is also the starting point of the dissertation “*Television Sports and Integration*”. In this dissertation, the current status of research in communication science concerning the research field “*Migrants-Media-Integration*” is explored in great detail. Here, theoretical observations and empirical surveys concerning the special media offer for migrants (ethno media), their behaviour regarding media use and possible effects of media use are considered. The sociological models on integration of ethnic-cultural-pluralistic societies *Assimilation*, *Segregation* and *intercultural Integration* serve as the theoretical basis. Especially the German majority media are said to have an integrating effect. Mother-tongue ethno media, on the other hand, are considered to have an important function for the forming of a cultural identity.

In the empirical part of the dissertation, the migrants’ general television use and especially the use of television sports before and during the European Football Championship 2008, are object of research. The data basis is a sample (n=160) that was generated in the course of a Two Wave Survey amongst former Yugoslavian and Turkish migrants in the district of St. Pölten. Previous empirical findings concerning the media use of migrants are confirmed by this regional survey: Television is the dominant medium and the large majority of migrants makes complementary use of German and mother-tongue offers. The questions regarding the use of television sports showed that the German stations (ORF, ARD and ZDF) profited from the European Football Championship and, compared to the initial situation (baseline measurement), gained market shares.

Lebenslauf

Persönliche Daten

Name: Franz Weissenböck
Geburtsdatum: 05.10.1980
Heimatort: Wilhelmsburg / Niederösterreich
Familienstand: ledig
Anschrift: Hernalser Hauptstr. 167/11
1170 Wien
E-Mail: franz.weissenboeck@chello.at

Bildungsweg

10.2006 – 06.2009 Doktoratsstudium an der Fakultät für Sozialwissenschaften der Universität Wien
Titel der Dissertation: „Fernsehsport und Integration“
Betreuung: Prof. Fritz Hausjell

01.2006 Abschluss des Diplomstudiums als „Mag. phil.“

10.2004 – 10.2005 Diplomarbeit am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien
Titel: „Digitale Teilung in Wilhelmsburg“
Betreuung: Prof. Jürgen Grimm

10.2000 – 07.2004 Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und Geschichte an den Universitäten Wien und Zürich

09.1994 – 06.1999 Höhere Technische Bundeslehr- und Versuchsanstalt St. Pölten
Abteilung für EDV und Organisation

09.1986 – 06.1994 Volks- und Hauptschule in Wilhelmsburg

Konferenzteilnahmen

01.2008 DGPuK – Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung:
Doktorandenworkshop im Rahmen der Jahrestagung, Hamburg

05.2007 EUSOC – European Graduate School for the Social Sciences:
4th International Doctoral Seminar in Social Sciences, Telč (CZ)

Sprachen

Deutsch Muttersprache
Englisch 9-jährige Schulausbildung und 2-monatiger Sprachschul-
aufenthalt in San Francisco (04.2006 – 05. 2006)
TOEFL-Test (iBT) abgelegt am 12.05.2006: Score: 97 Punkte.