



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„Neue mediale Räume für transkulturelle Begegnungen“

Die Verarbeitung von transkulturellen Identitäten in der Zeitschrift „biber“

und ihrer Online-Community

verfasst von

Romana Medved'ová Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Publizistik und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin / Betreuer:

Univ.- Prof. Dr. Jürgen Grimm

Um frei zu leben
und uns frei zu glauben,
benötigen wir unterschiedliche Räume.

(Jean Bertrand Pontalis 1924-)

An meine Eltern

Vorwort und Danksagung

Auf die Idee, mich wissenschaftlich mit der Zeitschrift „biber“ und ihrer Online-Community zu beschäftigen, hat mich die etwas überraschende Feststellung gebracht, dass in den meisten Redaktionen von österreichischen Massenmedien nur ungefähr ein Prozent JournalistInnen mit Migrationshintergrund arbeiten. Diese Zahl erachte ich im Vergleich zu der Zahl in Österreich lebende Menschen mit Migrationshintergrund für sehr klein, was sich u. a. auf der Ebene der verzerrten und stereotypischen Medienberichterstattung über diese Menschen widerspiegelt. Aus diesem Grund habe ich mich entschlossen, weiter nach einem öffentlich verbreiteten Medium zu suchen, dessen Redaktion die aktuelle Vielfaltigkeit der österreichischen Gesellschaft widerspiegelt und gleichzeitig nicht zu den klassischen ethno-homogenen Minderheitsmedien-Redaktionen gehört, bis ich auf „biber“ gestoßen bin – ein Pionierprojekt in deutschsprachigem Raum.

An dieser Stelle möchte ich mich besonders bei meinem Betreuer Prof. Dr. Jürgen Grimm bedanken, der es mir mit seiner fachlichen Unterstützung sowie mit kritischen Kommentaren und Anregungen ermöglicht hat, diese Arbeit zu verfassen.

Ein weiterer Dank geht an meine liebevolle Familie, insbesondere an meine Eltern, und nicht zuletzt an meinen Freundeskreis. Sie alle haben mich das ganze Jahr mit viel Geduld und Verständnis begleitet. Auch ohne sie hätte diese Arbeit nicht zustande kommen können.

Inhaltsverzeichnis

I. Einleitung	8
II. Theoretischer Rahmen	12
1.Globalisierung	12
1.1 „Neue“ soziologische Globalisierungstheorien	12
1.2 Globalisierung in Cultural Studies	14
2.Kultur als Dimension von Globalisierung	17
2.1 Cultural turn	17
2.2 Transkulturalität	19
2.2.1 Widerlegung des kulturimperialistischen Ansatzes	19
2.2.2 Glokalisierung	20
2.2.3 Interkulturalitäts vs. Transkulturalitätsansatz	22
3.Globale Medienkommunikation	24
3.1 Mediale Netzwerkgesellschaft	24
3.2 Transkulturelle Medienforschung in Cultural Studies	25
4. Medienwirkungsmodelle	27
4.1 Die Kommunikation als Symbolischer Interaktionismus	27
4.2 Der (neue-) Uses-and-Gratifications-Ansatz (UGA)	28
4.3 Medienmodell in Cultural Studies	29
4.3.1 Medienkultur als Kreislaufmodell	29
4.3.2 Medienaneignung als Teil des Kreislaufmodelles	32

5. Globalisierung von Identitäten **34**

5.1 Postmoderne dezentrierte Identität	34
5.2 Transkulturelle Identität	36
5.3 Transkulturelle Identität als Identitätskrise	39
5.4 Transkulturelle Identität und mediale emanzipatorische Ansätze	41

6. Medien und Identität **44**

6.1 Medien als dialektische Identitätsräume	44
6.2 Mediale Integration von transkulturellen Identitäten	45
6.3 Neue kollektive (Medien-) Identitäten	48

7. Internet und Identität **52**

7.1 Internet-Kommunikation	52
7.1.1 Konvergente Kommunikation	52
7.1.2 Online-Zeitungen	54
7.1.3 Virtuelle Gemeinschaften	55
7.1.4 Virtuelle Räume als neue demokratische Orte?	56
7.2 Multiple Identitätsarbeit im Internet	58
7.2.1 Online- vs. Offline- Identitäten	58
7.2.2 Virtuelle hybride Identitätsarbeit	60

8. MigrantInnen und Medien in Österreich **64**

8.1 MigrantInnengenerationen in Österreich	64
8.2 Zweite MigrantInnengeneration „auf den zwei Leitern“	66
8.3 Mediennutzung von jungen MigrantInnen	69
8.4 Transkulturelle mediale Räume in Österreich	73
8.4.3 Transkulturelle Printmedien	74
8.4.2 Transkulturelle Rundfunkräume	75
8.4.3 Transkulturelle Online-Räume	76

9. „biber“- Das transkulturelle Stadtmagazin und seine Online-Community	79
9.1 „BIBER“ OFFLINE	79
9.2 BIBER-ONLINE- www.dasbiber.at	81
9.3 Bisherige Studie über die JournalistInnen der Zeitschrift „biber“	83
III. Empirischer Rahmen	87
10.1 Forschungsentwicklung	87
10.2 Die methodische Vorgehensweise	88
10.2.1.Forschungsfragen	88
10.2.2 Quantitative Inhaltsanalyse als Untersuchungsmethode	89
10.2.3 Untersuchungsdesign	90
10.2.3.1 Untersuchungssample und –zeitraum	90
10.2.3.2 Kategorienbildung, Operationalisierung und Kodierregeln	91
10.2.3.3 Datenauswertung	102
11. Darstellung der Ergebnisse	103
11.1 Zeitschrift (Repräsentationsanalyse)	103
11.1.1 Soziodemografische Daten von AkteurInnen aus der Zeitschrift	103
11.1.2 Eigenschaften der HauptakteurInnen	111
11.1.3 Werte	119
11.1.4 Themen	124
11.1.5 Gestaltung	130
11.1.6 Bewertung im Hinblick auf Integration	134
11.1.7 Aussagen zur Identität	137
11.2 Online-Kommentare (Aneignungsanalyse)	138
11.2.1 Soziodemografische Daten von Online-KommentatorInnen	138
11.2.2 Eigenschaftszuschreibung von Online-KommentatorInnen	144
11.2.3 Werte	146
11.2.4 Themen	147

11.2.5 Gestaltung	150
11.2.6 Bewertung im Hinblick auf Integration	150
11.2.7 Aussagen zur Identität	154
11.3 Zeitschrift-AkteurInnen vs. Online-KommentatorInnen	
(Identifikationsanalyse)	155
11.3.1 Soziodemografische Daten	156
11.3.2 Eigenschaften	160
11.3.3 Gestaltung – Sprache	170
11.3.4 Bewertung im Hinblick auf Integration	172
12. Interpretation der Ergebnisse	174

12.1 Daten-Interpretation in Bezug auf 1. Forschungsfrage (Repräsentationsanalyse)	174
12.2 Daten-Interpretation in Bezug auf 2. Forschungsfrage (Aneignungsanalyse)	186
12.3 Daten-Interpretation in Bezug auf 3. Forschungsfrage (Identifikationsanalyse)	195
IV. Zusammenfassung und Ausblick	200
V. Abbildungsverzeichnis	208
VI. Tabellenverzeichnis	210
VII. Literaturverzeichnis	212
VIII. Anhang	219
Kodierbuch	

Einleitung

In den sozialwissenschaftlichen Kreisen werden in den letzten Jahrzehnten verschiedene Debatten um Post-Konzepte geführt, mithilfe deren versucht wird, die Zeitperiode, in der wir leben, zu erklären. Es handelt sich um eine Phase, die viel durch materielle, aber auch immaterielle Bewegungen von Menschen und ihre Ideen, Gütern und Konflikten gekennzeichnet ist. Diese stellen die traditionellen Konzepte über statische Kulturbilder und ihre Identitäten immer mehr infrage. Alles dies wird dem Globalisierungsprozess zugeschrieben, der sich durch die politische, soziale, wirtschaftliche und kulturelle Ebene der globalen Gesellschaft (durch manche Orte mehr, durch manche weniger) durchzieht.

Österreich und besonders Wien gehören zu den lokalen Orten, wo sich die Globalität stark widerspiegelt und das bereits in den alltäglichen Praktiken ihrer BewohnerInnen. Während das aber früher hauptsächlich Güter waren, mit denen man lokal konfrontiert wurde und die „nur“ für Konsumtion gedacht wurden, sind es heutzutage auch Menschen, die die Globalität durch ihre neuen Sichtweisen und Praktiken in den Orten einpassen. Die Einpassung muss aber als etwas Fluides und ständig Veränderbares betrachtet werden. Diese Menschen werden zu VermittlerInnen zwischen Lokalem und Globalem, zwischen Österreichischem und nicht Österreichischem, wobei es sich hier nicht nur um Leute mit Migrationshintergrund handelt. Diese sind zwar am stärksten von dem Phänomen „dazwischen zu sein“ betroffen, aber durch ihre multiplen Biografien und aktuellen Kommunikationstechnologien verändern und gestalten sie die Orte und Räume, in denen sie sich aufhalten sowie auch die Menschen, mit denen sie jeden Tag in Kontakt treten.

Ein riesiger Motor dieser translokalen Einflüsse, der sie immer turbulent und zirkulär fließen lässt, stellen die transglobalen medialen Netzwerke dar. Durch die stärkere Konnektivität aufgrund medialer Kommunikationskanäle, sind die weit entfernten Kulturbilder lokal alltäglich erfahrbar, verhandelt und in die lokalen Bedingungen eingepasst. Daraus entstandene heterogene translokale Kommunikationsbeziehungen ziehen sich durch die ganzen Bereiche des Lebens von Menschen und verursachen einen Wahrnehmungswechsel.

Dieser Wahrnehmungsbruch, der eine soziale, wirtschaftliche, politische und kulturelle Entwurzelung über nationale Grenzen hinweg mitbringt, stellt eine gewisse Gefahr für die VertreterInnen der klassischen staatlich-kulturellen Machtkonstellationen in der Gesellschaft dar. Das Konzept der homogenen Nation, an das sich die Machtverhältnisse im Hinblick auf einheitliche Kulturbilder stützen, scheint geschwächt zu werden. Daraus ergibt sich ein

wesentliches Überdenken der Frage von Macht und Herrschaft, die eine Revitalisierung aufgrund neuer Kommunikationsformen und multiplen Identitätskonstruktionen brauchen. Gegenüber dieser homogenen Machtkonstruktionen besteht immer mehr Bedarf auf Gegen-Strategie, um die vorherrschenden Gefüge zu unterlaufen, die nicht mehr aktuelle Handlungs- und Denkordnungen von Menschen widerspiegeln.

Daher sind in den letzten Jahren auch in Österreich verschiedene, darunter auch ein paar mediale Initiativen, entstanden, die versuchen, die transkulturellen Identitätsräume für emanzipatorische Aspekte in der Gesellschaft zu öffnen. Diese verstehen sich als eine Art von Agenda-Setting, die vor allem durch Online-Räume viele neue Themen angreifen, um mit dem vorherrschenden medialen Diskurs zu brechen. Zentrale Themen sind die Integration und Migration, welche, obwohl Österreich schon längst ein Einwanderungsland ist, im öffentlichen medialen Diskurs immer noch verzerrt behandelt werden. Sie sprechen oft auch Menschen an, die keiner Minderheitsgruppe angehören, aber einfach über Missstände und Konflikte mit transkulturellem Charakter „von der anderen Seite“ informiert sein möchten, weil sie auch selbst gewisse post-nationalistische plurikulturelle Identitäten entwickeln haben.

Nachfrage an solchen Themen und Diskussion versteht auch die Redaktion um Simon Kravagna, die in ihrem Printmedium „biber“ und seit ein paar Jahren auch in ihrer „biber“-Online-Community eine Alternative zu Mainstreamthemen in den österreichischen Medien zu bieten versucht. Da die Redaktion aus JournalistInnen mit wie auch ohne Migrationshintergrund besteht, stellt das einen guten Ausgangspunkt für eine heterogene Berichterstattung dar. Über seine medialen Kanäle werden neue Sichtweisen an die politischen, sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Problematiken gebracht. Die Zeitschrift stellt mit seiner Online-Community ein interaktives mediales Feld dar, das mit der Zeit, dank Popularität und Anerkennung, immer mehr Platz in dem öffentlichen Raum und seinen Debatten bekommt. Daher ergibt sich auch für die NutzerInnen mit subversiven Identitäten eine Möglichkeit des eigenen Repräsentierens in breiterer Öffentlichkeit, die sonst gegenüber Machtstrukturen unerhört bleiben.

Aus diesem Grund empfinde ich es wichtig, sich wissenschaftlich mit diesem Medium und seiner Zielgruppe zu beschäftigen, um genau zu wissen, welche Strategie dabei gewählt wird und ob sie auch tatsächlich „funktioniert“ bzw. wie sie beim Publikum „funktioniert“.

Die vorliegende Arbeit wirft als erste den Blick auf RezipientInnen dieser Zeitschrift, indem die Kommentare unter den Online-Ausgaben von Zeitschriftartikeln untersucht werden. Damit gehört sie zu den anfänglichen Arbeiten in Österreich, die sich mit RezipientInnen von transkulturellen Medien beschäftigt. Die transkulturelle mediale Identitätsaushandlung in österreichischer wissenschaftlicher Forschung stellt noch eine junge Disziplin dar, unter anderem auch deshalb, weil solche mediale Projekte erst seit kurzer Zeit existieren. Die bisherigen wissenschaftlichen Arbeiten beschäftigen sich überwiegend mit ProduzentInnen der „biber“-Texte, indem sie die RedakteurInnen qualitativ befragt haben. Ich habe mich daher für eine quantitative Methode in dieser Arbeit entschieden, um unter anderem den breiten medialen Diskurs dieser Zeitschrift und ihrer Online-Kommentare besser untersuchen zu können. Mithilfe quantitativer Inhaltsanalyse analysiere ich zuerst den medialen Text aus der Zeitschrift, um anschließend die Analyse von Online-Kommentaren mit einem vergleichenden Blick durchführen zu können. Damit versuche ich nachzuforschen, welche Textmerkmale in der Zeitschrift vorkommen und wie diese von RezipientInnen angeeignet werden, um anschließend feststellen zu können, ob sie sich generell mit dem transkulturellen Identitätsangebot identifizieren oder ob sie die repräsentierten Bilder teilweise bzw. ganz ablehnen.

Diesbezüglich ergibt sich eine interessante Frage: Handelt sich bei „biber“ eher um ein kontroverses Projekt einer kleineren transkulturellen Elite, die ihre emanzipatorischen Bilder öffentlich zu verbreiten versucht und mithilfe kontroverser Themen viele LeserInnen gewinnen möchte oder besteht ein wirklicher Bedarf an solchen Themen beim Publikum und es kommt bei ihnen auch zur einen persönlichen Identifikation mit den präsentierten Konstruktionen? Auf diese komplexe Frage werden im Zuge der vorliegenden Arbeit mithilfe der empirischen Methode sowie theoretischen Ansätzen Antworten gesucht.

Den wichtigsten theoretischen Rahmen der vorliegenden Arbeit bilden die britischen Culture Studies mit ihrem Kreislaufmodell, dessen drei Artikulationsebenen die mediale Kultur ausmachen. Im Zentrum der Cultural Studies steht das Verhältnis von Kultur, Macht und Medien, das in den wissenschaftlichen Kreisen vor dem Hintergrund der kritischen Auseinandersetzung mit den universalistischen Machkonstellationen „vom Westen“ beobachtet ist. Einen weiteren wichtigen theoretischen Ansatz, der ebenfalls aus den Cultural Studies kommt und einen wichtigen theoretischen Input für diese Arbeit darstellt, ist „Cultural turn“, der das homogene Modell in ein heterogenes Kulturmodell umwandelt.

Schlussendlich ist interessant zu beobachten, wie sich die RezipientInnen transkulturelle Inhalte aus der Zeitschrift im interaktiven Online-Raum aneignen und sich damit identifizieren bzw. ihre ethnisch-kulturelle Identität aushandeln. Diese Arbeit soll als anregender Beitrag für weitere wissenschaftliche Auseinandersetzungen im Rahmen der transkulturellen medialen Räume in Österreich gelten.

Theoretischer Rahmen

1. Globalisierung

1.1 „Neue“ soziologische Globalisierungstheorien

Globalisierung ist heutzutage wahrscheinlich ein von den meistgebrauchten und gleichzeitig meist missverständlichsten Begriffen in der Gesellschaftsdebatte. Dementsprechend gibt es auch unzählige Konzepte und Theorien, die Globalisierung aus verschiedenen Blickwinkeln zu erklären versuchen. Für das Forschungsinteresse dieser Arbeit erscheint es sinnvoll, sich etwas näher mit den „neuen“ soziologischen Globalisierungstheorien auseinanderzusetzen, die ihren Fokus auf postmoderne Begriffe, wie Netzwerk, Konnektivität, Fluss und Multidimensionalität, legen.

Einen wichtigen Ausgangspunkt dieser Arbeit stellt der kulturelle globale Wandel und die dadurch entstehenden neuen transkulturellen und transnationalen Ansätze um die Postmoderne im Rahmen der sozialwissenschaftlichen Debatte dar. Das postmoderne Paradigma zeichnet sich nach Husband hauptsächlich durch folgende Merkmale aus (vgl. Husband 2001:13):

- Die fortschreitende Globalisierung des Spätkapitalismus stellt den zeitlichen und räumlichen Rahmen infrage.
- Damit entstehen die fragmentierten Erfahrungen, durch welche die sozialen Beziehungen geprägt sind.
- Es geht um eine Epistemologie, die die Realität neu deuten kann.
- Die Postmoderne stellt einen Angriff auf sichere Werte, wie Ordnung, Identität und Fortschritt, dar, die das westliche Denken seit der Aufklärung prägt.
- Innerhalb der Ethnizitätspolitik steht die persönliche hybride Identität mit dem Konzept der Diaspora in Verbindung, das über die globale Geografie von Migration und Niederlassung hinausgeht.

Im Vergleich zu den klassischen statischen globalen Ansätzen, wie der über das Weltsystem (Theorie von Wallerstein 1974), der das Kapital als einziger grundlegender Motor der Globalisierung und weltweiter Spielrahmen hervorhebt oder Huntingtons (Huntington: 1993) Modell über „clash of civilizations“, der homogenen abgegrenzten Zivilisationen nebeneinander darstellt, wird nach dem postmodernen Paradigmenwechsel Globalisierung als komplexer dynamischer multidimensionaler Prozess begreifen. Ulrich Beck unterscheidet zwischen sechs Hauptdimensionen der Globalisierung, nämlich zwischen den

ökonomischen, ökologischen, kommunikationstechnischen, arbeitsorganisatorischen, kulturellen und zivilgesellschaftlichen Dimensionen, die sich über die Staatsnationen hinaus ziehen und aufgrund gegenseitiger Beeinflussung ähnliche Reaktionen grenzenlos in voneinander weit entfernten Orten herauslösen. (vgl. Beck 2007: 42)

Ein neues postmodernes Verständnis und die damit einhergehende Definition werden von Anthony Giddens entworfen, indem er Globalisierung als einen dialektischen Prozess sieht „im Sinne einer Intensivierung weltweiter sozialer Beziehungen (...) als die laterale Verbreitung sozialer Verbindungen über Raum und Zeit hinweg.“ (Giddens 1995: 85f.) Laut Stuart Hall sind heutzutage die sozialen Verhältnisse stärker von Ungleichheit und Enttraditionalisierung gekennzeichnet, welche den ganzen Globus betreffen. Es geht um ein widersprüchliches instabiles System, das nicht mehr nur von einer Macht-Instanz kontrolliert werden kann. (vgl. Hall 2004: 194)

Harvey spricht in Bezug auf Globalisierung über eine intensive Verdichtung von Raum und Zeit, über „(...) die exzessive Vergänglichkeit und Fragmentierung“ (Harvey 1994: 76), die er im Zusammenhang mit der westlichen kapitalistischen globalen Modernisierung seit den 1960er Jahren bringt. Doch nur ökonomische Begründungen wurden von Giddens als unzureichend kritisiert, da sie die dynamischen politischen, sozialen und kulturellen Machtstrukturen und ihre Verflechtungen in der Weltgesellschaft nicht befriedigend erklären können. Die Rolle des Staates als globaler Akteur wird dabei in jedem Fall vernachlässigt. (vgl. Giddens 1995:91)

„The dynamics of capitalism in each of its moments of the production, circulation and consumption of commodities is heavy with implications for our increasing interconnectedness. However this does not mean that the economic analysis of transnational capitalism is the royal road to grasping globalization.“ (Tomlinson 1999: 16f.)

Giddens (Giddens 1995) fordert daher ein dialektisches komplementäres Globalisierungsmodell, das als Konsequenz der Moderne entsteht und erstens durch die „Trennung von Raum und Zeit“, zweites durch die „Entbettung sozialer Beziehungen“ und letztens durch die „Reflexivität der Moderne“ geprägt ist. Giddens Beschreibung von Globalisierung als Konsequenz der Moderne wurde jedoch von vielen postkolonialen Autoren aufgrund seiner Komplexitätsmängel kritisiert. Robertson (Robertson 1992) schlägt dagegen ein analytisches Konzept vor, welches im Gegensatz zu Giddens Analyse die „Modernität und Globalität in ihrer je unabhängigen Bedeutung anzuerkennen“ (Hugger 2009: 18) ermöglicht. Seiner Meinung nach stellt Globalisierung kein aktuelles Phänomen

dar, sondern existiert in unterschiedlichen Formen schon seit Jahrhunderten. Viele Globaltheoretiker gehen sogar bei den Debatten über die Entstehung von Globalisierung zu der „Kolumbus-Zeit“ zurück. (vgl. Robertson 1992: 8-11)

Arjun Appadurai beschreibt Globalisierung als ein komplexes Phänomen, das aus einem fünf-dimensionalen Modell besteht: a, *Ethnoscape* b, *Mediascapes* c, *Technoscape* d, *Financescape* und e, *Ideoscape*, wobei das – *scapes* für konstruierte fluide wache Landschaften steht, durch deren anachronistische Verbindung- *disjunction*- sich Globalisierung auszeichnet.

„... both sides of the coin of the global cultural process today are products of the infinitely of the varied mutual contest of sameness and difference on a stage characterized by radical disjunctures between different sorts of global flows and the uncertain landscapes created in and through these disjunctures.“ (Appadurai 2008: 51f.)

Vor allem die Medien- und Migrationsströme sollen laut Appadurai im Zentrum des Interesses stehen, weil sie am meisten für die ständig zunehmende Beschleunigung von globalen Flüssen durch den ganzen Globus sorgen. Es werden damit die lokalen sozialen Orte und Alltagserfahrungen mit dem Globalen in Zusammenhang gesetzt und lassen die sogenannte „Diaspora-Öffentlichkeit“ (Appadurai 2008) entstehen. Die Frage über die genaue Restrukturierung von lokalen Gewohnheiten und Praktiken, die von globalen raumzeitlichen Trennungen und Prozessen verursacht wird, stellen sich auch viele andere Autoren in ihren Ansätzen, auf welche später in dieser Arbeit eingegangen wird.

1.2 Globalisierung in Cultural Studies

Seitens der AutorInnen von Cultural Studies wurde den Globalisierungstheoretikern oft vorgeworfen, dass sie in ihren Theorien zur Globalisierung die kulturelle und ästhetische Reflexivität nicht vollständig berücksichtigen. In Cultural Studies wurde daher vielmehr auf Ästhetisierung des Alltags und die Erfahrung als wichtiger Teil der globalen sozialen Prozesse Wert gelegt. (vgl. Winter 1995:14f.)

Cultural Studies wird von seinen Anhängern als nicht geschlossener transdisziplinärer Ansatz definiert, der von keiner festen Theorien- und Methodenstruktur hervorgeht. In ihrem Zentrum steht das Verhältnis von Kultur, Macht und Medien, das unter Kontextbezogenheit kritisch untersucht wird. Die Neubewertung von Gesellschaft, Kultur und Politik im globalen Rahmen wird von ForscherInnen oft mit Minderheits- bzw. Migrationshintergrund

gemacht, die „(...) als die HauptakteurInnen von unten“ (Gingrich 2005: 27) gelten. Dies schafft einen kulturkritischen Bereich mit vielen neuen Impulsen. Die Globalisierung im Allgemeinen sowie die Globalisierung von Medienkommunikation im Speziellen stellt einen wichtigen Untersuchungsrahmen dar, da sie in allen drei Interessebereichen - Kultur, Macht und Medien - eine wichtige Rolle spielt. (vgl. Hepp 2006: 69f.) Die aktuellen Auseinandersetzungen mit dem Globalisierungsprozess beweisen, dass in Cultural Studies mit einem kritischen Hinterfragen des wissenschaftlichen universalistischen Machtblicks des Westens experimentiert wird, was von der Tradition der Eurozentrismus- und Imperialismus-KritikerInnen ausgeht. (vgl. Hepp 2004: 19)

Einer der bekanntesten Vertreter der Cultural Studies, Stuart Hall, beschreibt Globalisierung als Prozess, der überhaupt nicht friedlich und machtfrei ist. „Sie arbeitet auf dem Terrain der postmodernen Kultur als einer globalen Formation [sic] und dies ist ein sehr widersprüchliches Terrain.“ (Hall 2000: 65) Er sieht Globalisierung als Teil einer sehr langen Geschichte, die die kulturellen und ethnischen Identitäten ständig mitgestaltet hat. Hall versucht im Sinne des Machtdiskurses die Frage zu beantworten, ob es sich noch immer um eine Form der Globalisierung handelt, die im Dienste des Kapitals und des Westens alles unter ihre homogene Macht zieht oder ob sie heutzutage mit den Differenzen leben und durch sie wirken muss. Er versucht, wie die vielen anderen Autoren auch, die Antwort im Lokalen zu finden – in dem Repräsentationsraum von Marginalisierten. Seiner Meinung nach gelingt den Subjekten, Geschlechtern, Ethnizitäten und Regionen aus der Peripherie immer mehr, die Mittel der Repräsentation für sich selbst zu erkämpfen, mithilfe deren sie für sich sprechen können. Die Marginalisierten erzählen durch die „(...) Wiederentdeckung eines Ortes, einer Vergangenheit, der eigenen Wurzeln und des Kontextes (...)“ (Hall 2000: 62) in eigener Sprache ihre eigenen unterschiedlichen Geschichten und dies über moderne Kommunikationstechnologien. Aber ebenso wie die globale Postmoderne die Minderheiten sprechen lässt, stellt sich jederzeit Gefahr, von ihren machtvollen Kräften überrannt zu sein. (vgl. Hall 2000: 59-65)

„Hier haben wir die gleichen alten Widersprüche und den gleichen alten Kampf, aber in einer völlig neuen Form, die wir gerade erst anfangen zu verstehen. Nicht die gleichen alten, sondern andauernde Widersprüche zwischen dem Versuch, kontrollieren zu wollen und dem Versuch, sich diesem Übergriff zu entziehen.“ (Hall 2000: 65)

Damit gilt im Zuge der kulturellen Globalisierung als wichtige Herausforderung die Repräsentationsformen von Marginalisierten im Rahmen von Cultural Studies zu

untersuchen und dies laut Grossberg nicht nur im Sinne von Text- und Publikumsuntersuchung, sondern auch im Sinne der Forschung von „ (...)kulturellen Bewegungen jenseits der Räume jeder (spezifischen) Sprache“ (Grossberg 2006: 27) sowie jenseits jedes spezifischen lokalen Ortes. Im Folgenden wird die kulturelle Dimension von Globalisierung näher beschreiben.

2. Kultur als Dimension von Globalisierung

2.1 Cultural turn

Mit der Annahme, dass sich die Gesellschaft immer mehr differenziert, versuchen TheoretikerInnen Konzepte zu formulieren, die die Kultur als einen wichtigen Teil der Globalisierung in ihrer Vielfältigkeit und Pluralität zu begreifen. In Anlehnung an John Clarke fasst Kurt Luger Kultur als „Landkarten der Bedeutung“, welche Dinge für ihre Mitglieder verstehbar macht.“ (Luger 1997: 319)

Während früher vor allem „Kultur als Sparte“ bezeichnet wurde, gilt laut Hepp aktuell Kultur als „Gesamtheit einer Lebensweise“ oder als „alltägliche Relevanz.“ (vgl. Hepp 2004: 164) Hall sieht Kultur vor allem als Prozess, der über das Medium Sprache passiert. „So language is central to meaning and culture and has always been regarded as the key repository of cultural values and meanings.“ (Hall 1997: 1)

Vor allem durch die Impulse von *Cultural Studies* kam es in vielen traditionellen sozialen Wissenschaftsdisziplinen zum grundsätzlichen Überdenken von den früheren homogenen kulturellen Ansätzen, was seit den 1970er Jahren zu sogenannten *cultural turns* „als Vorbote und Begleiterscheinung der Globalisierungsdebatte“ (Riegler 2005: 91) führte. Man kann am Ende des 20. Jahrhunderts über eine kulturelle Revolution reden, welche den Charakter der Gesellschaft in globalem Umfang komplett verändert hat. Die Kultur ist nicht mehr als nationaler Container zu fassen, wo Kulturen in sich geschlossen sind, „ (...) sondern selbst als mediatisiert, multiethnisch und stark differenziert.“ (Hepp 2004: 117)

Mann muss sich laut Riegler vom klassischen autochthonen Kulturbegriff verabschieden, was mit gleichzeitiger Neuüberdenkung von kulturellen Identitätsansätzen in den Sozialwissenschaften einhergeht. Aus der anthropologischen wissenschaftlichen Sicht spricht man aktuell über Kultur, die „ (...) von Machtverhältnissen durchdrungen, in sich differenziert und umstritten, veränderbar und nach außen hin offen ist.“ (Gingrich 2005: 25)

Johanna Riegler versucht wiederum den Kulturbegriff aus dem ökonomischen Hintergrund herauszuarbeiten, indem sie feststellt, dass das systematische Trennen der Kultur von Politik und Ökonomie, was auf die Vorstellung von wertfreier Produktion beruht, in dem spätkapitalistischen System nicht mehr relevant wird. Die postmoderne Welt ist mit der kulturalistischen Logik in allen Sphären durchgedrungen. Mit der kapitalistischen Wende in

den 1980er Jahren tritt eine weltweite kulturelle Dynamik ein, so Riegler, die von Hybridität und Differenz gekennzeichnet ist. Stuart Hall begründet den Kulturwandel damit, dass die Kulturprodukte durch die neuen Medien- und Kommunikationstechnologien zu einem globalen Kapital geworden sind und daher die Ökonomie von Kultur nicht zu trennen ist. „Das so genannte Ökonomische und das so genannte Kulturelle sind miteinander so eng verflochten, dass ich von einer Ökonomie der Kultur spreche.“ (Hall 2001/Interview, zit. nach Riegler 2005: 93)

Inda mit Rosaldo beschäftigen sich mit der Überlegung einer *Deterritorialisierung* von Kultur, die als Folge von Globalisierung entsteht und im Vergleich zu den früheren Konzepten Kultur als nicht an das Territorium gebundene gilt.

„...general weakening of the ties between culture and place, to the dislodging of cultural subjects and objects from particular or fixed locations in space and time.“ (Inda/Rosaldo 2008: 14)

Man geht davon aus, dass die National-Kulturen in den heutigen Zuständen nicht mehr zutreffend sind und die Lebensformen quer durch diese gehen. Nach Hepp kommt es zur Deterritorialisierung von Kultur, erstens durch physische Bewegung (Migration, Tourismus und Zirkulation von Waren) und zweitens durch die kommunikationstechnologischen Technologien und ihr Transportieren von Kulturgütern. (vgl. Hepp 2004b: 137-142).

Insbesondere die wachsenden Migrationsströme, und grenzüberschreitende, Mobilität in den letzten Jahrzehnten haben den kulturellen Wandel, beschleunigt. Es handelt sich nicht nur um Wachstum von der Zahl der Menschen, die außerhalb ihres Geburtslandes leben, sondern es haben sich auch neue Formen der internationalen Wanderung wie z. B. Transmigration oder Pendelmigration entwickelt. „Die Transmigranten, die weder eine dauerhafte Rückkehr ins Heimatland noch eine kulturelle Assimilation im temporären Aufnahmeland vor Augen haben, schaffen damit auch neue transnationale soziale Wirklichkeit.“ (Seitz 2005: 61)

Einen kritischen Ansatz in Bezug auf traditionelles Kulturkonzept bringt Wolfgang Welsch mit, der das klassische Kulturmodell „ (...) seiner Struktur nach kultur-rassistisch“ (Welsch 1994: 152) sieht, denn er konstruiert die unrealen Grenzziehungen zwischen Kulturen, die in der Realität in einer Interdependenz-Beziehung stehen. (vgl. Welsch 1994: 152f.)

„Ihm ist eine Art von Rassismus eingebaut, der auch dort noch erhalten bleibt, wo man den biologisch-ethnischen Rassismus ablegt, (...) Solange man nicht die Form des Kulturbegriffs

verändert, sondern bloß seine völkisch-rassistische Fundierung abstreift, bleibt ein spezifisch kultureller Rassismus bestehen.“ (Welsch 1994: 152f.)

Aus diesem Grund entwirft Wolfgang Welsch einen neuen Begriff – *Transkulturalität* – welcher seiner Meinung nach den neuen Kulturbildern besser entspricht. Er bezieht sich dabei auf die Kulturidee als „(...) Lebensform im Kontext eingespielter Praktiken“ (Welsch 1992: 159) von Wittgenstein, die laut ihm den Spielraum für rassistische Konnotation im vornhinein ausschließt. (vgl. Welsch 1992: 147)

„Es gibt nicht nur kein strikt Fremdes, sondern auch kein strikt Eigenes mehr. Authentizität ist zum Bestandteil der Folklore geworden, ist simulierte Eigenheit für andere, zu denen man als Einheimischer längst selbst gehört.“ (Welsch 1992: 158)

2.2 Transkulturalität

2.2.1 Widerlegung des kulturimperialistischen Ansatzes

Wie Benjamin Barber in seiner Kulturimperialismus-Theorie (Barber 1992/1995) sowie George Ritzer in seiner Theorie über „McDonaldisierung der Welt“ (Ritzer 1993) feststellten, soll die globale Verbreitung von Kulturgütern unausweichliche Dominanz und Verdrängung „schwächerer“ Kulturen durch „stärkere“ kulturelle Zentren bedeuten. Als Widerstandsantwort auf die globalen Kulturflüsse sollen laut Barber wiederum viele lokale nationalistische bzw. radikale fundamentalistische in sich geschlossene Kulturen entstehen, die eine kulturelle Differenzierung aufweisen. (vgl. Barber 2010: 293)

Beide Konzepte werden bereits von vielen Theoretikern als überholt und viel zu komplex kritisiert, welche der sozialen Realität nicht entsprechen. Da es sich bei der globalen Kultur um ein Konstrukt handelt, der laut Datta „(...) immer im Werden, immer im Prozess (...)“ (Datta 2005: 71) ist, stellt sich die Gefahr einer ganzweltlichen kulturellen Homogenisierung trotz der globalen Übertragung der Marktprinzipien auf die Kultur als gering heraus. Hepp sieht den Raum der globalen Kultur „(...) eher zwischen als innerhalb von Kulturen.“ (Hepp 2002: 149)

Tomlinson argumentiert gegen die Kulturimperialismus-Theorie anhand des Beispiels der Dezentrierung des Westens. Er behauptet, dass grade durch die kapitalistischen Wirtschaftspraktiken in der globalen Welt die westlichen Länder ihre zentrale Macht verlieren. Weiter lehnt er die kulturimperialistische Logik „Globalisierung als westliches

Projekt“ ab, da grade die Globalisierung mit der Kritik gegen westliche Wissensvorstellungen in Verbindung steht. (vgl. Tomlinson 1999: 96)

Daher wird für ein Projekt plädiert, das sowohl kulturelle Homogenisierung als auch Diversifizierung einbezieht und ein drittes transkulturelles Kulturmodell entstehen lässt. Als Motor für Expansion von solchen Trans-Kulturen, die sich eine gegenseitige Wechselwirkung aufweisen, stellen laut Luger die Kulturindustrie, der Technologieprozess sowie die Weltökonomie dar. Wie Luger weiter ausführt, kommt es zur Fragmentierung der Kulturellen, was sich durch das Fließende auszeichnet und die Polarisierung zwischen dem Lokalen und Globalen auflöst. (vgl. Luger 1997: 332ff.)

2.2.2 Glokalisierung

Da es häufig auf lokaler Ebene weder zu direkter Übernahme von globalen Kulturgütern kommt, noch separierte Kulturgruppen entstehen, stellt sich diesbezüglich die Frage: Was genau passiert in den lokalen Bedingungen?

Es wird im Rahmen der Diskussionen zwar eine Tendenz von kultureller Homogenisierung festgestellt, diese scheint aber in lokalen Bedingungen immer eine differenzierte Form anzunehmen. Laut Ines Braune geht es bei Globalisierung um gleiche kulturelle Bilder, Ideen, Waren usw. Diese werden jedoch auf der lokalen Ebene „ (...) immer wieder neu ausgehandelt, verhandelt und behandelt.“ (Braune 2008: 28) Wichtig ist dabei der Moment der lokalen Aneignung, der durch spezifische soziokulturelle Rahmen bestimmt ist und diese dabei wiederum verändert werden. (vgl. Braune 2008: 42f.)

Aus diesem Grund soll laut Robertson statt Globalisierung der Begriff *Glokalisierung* verwendet werden, da er das Lokale als Teil des Globalen und umgekehrt sieht bzw. als sich gegenseitig beeinflussende Strukturen versteht. (vgl. Robertson 1998: 193) Hepp erklärt diese gegenseitige Verflechtung von Globalen und Lokalen anhand des metaphorischen Beispiels eines Liniennetzplanes. (Hepp 2002) Hier stellen Lokalitäten die einzelnen Haltestellen dar, die sich nicht im Globalen auflösen, sondern sich durch die räumlichen und zeitlichen Dynamiken verändern. (vgl. Hepp 2002:869f.) Der kommunikative Netzwerkplan existiert zwar, aber das heißt nicht automatisch, dass die kulturelle Nähe zwischen den „Nachbarn“ entsteht, wie es Marshall McLuhan (McLuhan 1989) in seinem Ansatz über das globale Dorf impliziert. Schließlich ist die Intensität der Konnektivität zwischen den Stellen nicht gleichermaßen verteilt, d. h. es entstehen Orte, die aktiver und weniger aktiver an der Kommunikation teilnehmen können und zwischen denen sich dann Ungleichheiten bilden. Aus dem Liniennetzplanmodell wird klar, dass Globalisierung kein egalitärer Prozess ist,

weil die Deterritorialisierung nicht alle Teile der Welt gleichermaßen betrifft. (vgl. Hepp 2002: 869ff.)

Zygmunt Bauman (1997) versucht mit dem Begriff *Glokalisierung* die starre Dichotomie zwischen dem Lokalen und Globalen aufzulösen und auf die ungleiche Verteilung als Teil dieses Prozesses hinzuweisen:

„‘Glokalisierung‘ ist zunächst und vor allem eine Neuverteilung von Privilegien und Entrechtungen, von Reichtum und Armut, von Möglichkeiten und Aussichtslosigkeiten, von Macht und Ohnmacht, von Freiheit und Unfreiheit.“ (Bauman 1997: 324)

Anhand der Problematik der mexikanischen illegalen und legalen Migration in die USA oder in die EU versucht auch Zurawski, ausgehend vom grenzübergreifenden globalen Narrativ auf die „ (...) Widersprüchlichkeit zwischen einer grenzenlosen Ideologie und dem tatsächlichen Ausschluß [sic!]“ (Zurawski 2000:233) hinzuweisen. Seiner Meinung nach sind meistens die Staatsgrenzen nicht abgeschafft worden, sondern nur die Wahrnehmung auf sie hat sich geändert. „Eine Wahrnehmung die selektiv und arrogant ist. Zusätzlich dazu entstehen neue Grenzen, die sicherlich dafür sorgen würden, dass die nackten Kinder und herumlaufenden Schweine auch in Yucatán verschwinden würden, wenn an dieser Stelle ein Touristenzentrum geplant wäre.“ (ebd. 234) Während des “inter-kulturellen“-Kontaktes in Form des freien Reisens, was meist nur den konsumierenden Tourist-MigrantInnen überlassen bleibt, bedeutet für viele MigrantInnen aus dem Süden die nationalstaatlichen Grenzen immer noch ein Hindernis. Für Zurawski ist es aber zu kurz gedacht, wenn nur die Grenzen zwischen „Nord“ und „Süd“ angenommen würden, da diese auch mitten durch Gesellschaften, orientiert an lokale Aspekte, „wie Klasse, Geschlecht, Alter, Bildung, ethnische Gruppenzugehörigkeit, Religion“ (ebd.234) etc., gezogen werden. Er plädiert deshalb für eine stärkere Berücksichtigung von solchen verschiedenen möglichen Begrenzungen, „ (...) die sich sowohl positiv (Identität) als auch negativ (Ausbeutung, Fremdbestimmung) darstellen können.“ (ebd. 237) Als Positivum der Vielfalt sieht er die Vermittlung der globalen Kultur in Form von Hybridkulturen in den lokalen Kontexten, die bereits vor allem online durch virtuelle Gemeinschaften passiert. Sehr deutlich sieht man das an den Diaspora- und MigrantInnengruppen, bei denen grade durch Cyberspace ein „neue Chance für die Auseinandersetzung mit der eigenen, aber auch mit anderen, fremden Kulturen“ (ebd. 215) besteht.

Hepp schlägt in dem Lokal-/Global-Zusammenhang den Begriff *Translokalität* vor, da das Wort „Lokalität“ auf einen konkreten Ort, konkreten Kontext und eine konkrete Verfasstheit

beruht, die trotz der Globalisierung bestehen bleiben. Die „Konnektivität“ und die dadurch entstehenden Zwischenräume soll das Präfix „trans“ repräsentieren. (vgl. Hepp 2004: 163) Das Präfix „trans“ scheint in den wissenschaftlichen Debatten seinen festen Platz zu finden. Dies bestätigt auch die Problematik um den Begriff Interkulturalität, der immer häufiger in wissenschaftlichen Kreisen durch den Begriff Transkulturalität ersetzt wird. Den Unterschied zwischen diesen Begriffen formuliert Wolfgang Welsch in seinem kritischen Konzept.

2.2.3 Interkulturalitäts- vs. Transkulturalitätsansatz

Interkulturalität ist ein Konzept, das durch heutige Phänomene an Relevanz verliert, so Welsch, da ihm der klassische geschlossene Kulturbegriff zugrunde liegt. Sein Einwand gegen Interkulturalität ist sein Prinzip des kulturellen Sich-Identifizieren mithilfe des distanzierten Fremden. Anders ausgedrückt, das Eigene wird durch das Fremde konzipiert, was einen rassistischen Beigeschmack mittransportiert, so Welsch. „Kultur wird solcherart zum Ghetto. Sie wird dies auch und gerade unter altruistischem Vorzeichen: Man erkennt den anderen in seiner Andersheit an, sperrt ihn dadurch aber auch ins Ghetto seiner Andersheit ein.“ (Welsch 2002: 153) Er fördert ein tiefgreifendes Umdenken des traditionellen, ohnehin nicht mehr zutreffenden Kulturbegriffes, da „ (...) die Kulturen jenseits des Gegensatzes von Eigenkultur und Fremdkultur zu denken“ (ebd.156) sind und immer mehr transkulturelle Züge gewinnen. Welsch scheint der transkulturelle Ansatz viel mehr aktuell und zutreffend zu sein, da dieser die Kulturphänomene in ihrer Form des „Hindurchgehens“ widerspiegelt. Als Folge des traditionellen homogenen Kulturbegriffes sieht er die Gefahr des Identifizierens mit den nationalen, ethnischen oder gruppenspezifischen „stammesreinen“ Wurzeln, die die wirkliche Struktur der modernen heterogenen Kulturen nicht widerspiegeln. Dies kann bis zur diktatorischen Innen- und Außenunterdrückung führen. (vgl. Welsch 2002: 149-156)

Welschs weitere Kritik bezieht sich auf die Idee des Multikulturalismus– das Konzept von nebeneinander lebenden homogenen ortsgebundenen Kulturen. Dieses Modell macht Welsch für weitere „Abschottung, Ghettoisierung und Intoleranz“ (ebd. 160) zwischen Menschen zuständig und wirft ihm die Separatismus-Tendenz vor. Daher plädiert er für eine Notwendigkeit des Umdenkens in Richtung Verflechtung und Verhandlung sowie eine Fähigkeit, „ (...) unterschiedliche Sinnsysteme und Realitätskonstellationen wahrzunehmen und zwischen ihnen pendeln zu können.“ (Welsch 2002: 166)

Auch Charles Husband stellt sich skeptisch gegenüber gutmütigem multikulturellem Pluralismus und fordert stattdessen einen institutionalisierten Pluralismus „mit autonomen Besitzverhältnissen und Kontrolle der Medieninstitutionen.“ (Husband 2001: 17)

Aus bisherigen Zusammenschlüssen besteht kaum Zweifel, dass grade die globalen medialen Kommunikationstechnologien in hohem Maße mit dem kulturellen Wandel in Verbindung stehen, worauf im nächsten Kapitel näher eingegangen wird.

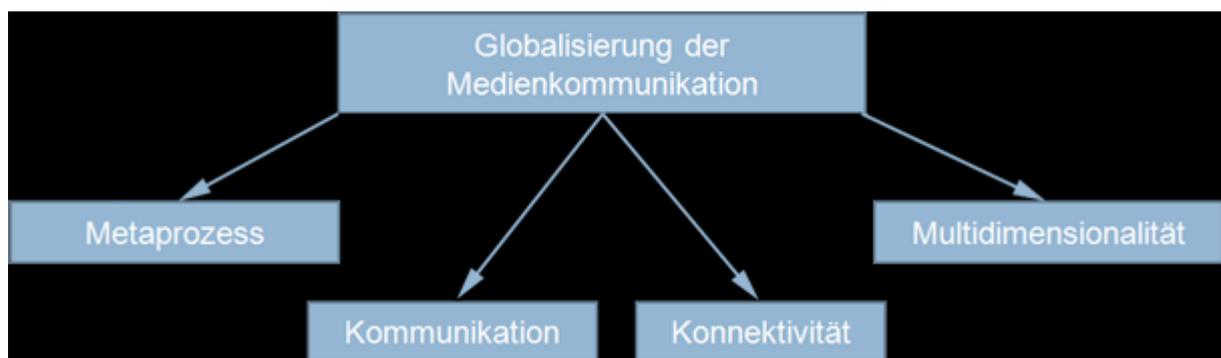
3. Globale Medienkommunikation

3.1 Mediale Netzwerkgesellschaft

Ähnlich wie die Kultur betrachtet man vor dem Hintergrund der Globalisierung und ihrer translokalen Einflüsse die gegenwärtige globale Medienkommunikation primär in ihrer dezentralisierten Differenziertheit.

Manuel Castells argumentiert mit der Theorie über Netzwerkgesellschaft. Laut Castells sind die Hauptfunktionen der Gesellschaft „ (...) in Netzwerken organisiert, die dem Raum der Ströme angehören, der sie über die ganze Welt hinweg miteinander verknüpft und zugleich die untergeordneten Funktionen und Menschen in vielfältige Räume von Orten fragmentiert, die aus immer stärker segregierten und abgekoppelten Örtlichkeiten bestehen.“ (Castells 2004: 535) Innerhalb dieser Netzwerklogik kann auch das Medium Internet beschrieben werden, da dieses die Komplexität von Interaktion und von den nicht vorhersagbaren Vernetzungsentwicklungen gut erklären kann. (vgl. Castells 2004: 76)

Ausgehend von der Globalisierungstheorie im Sinne des Netzwerk-Paradigmas fasst Hepp die Komplexität des Begriffes Globalisierung der Medienkommunikation in vier Aspekte zusammen.



Ab.1 Aspekte der Globalisierung der Medienkommunikation (Quelle: Hepp 2006: 67)

Der erste *Metaprozess*-Aspekt bedeutet, dass die Medienkommunikation als übergeordneter Prozess fungiert, der aus vielen Teilaspekten besteht und deshalb nur als komplexes Phänomen zu beschreiben ist. Zweitens geht es um den *Kommunikation*-Aspekt, der nicht

nur die Globalisierung von Medien, wie z. B. Medienkonzerne bezeichnet, sondern vielmehr geht es um den „Kommunikationsprozess als Ganze“, wobei auf die Aneignung von Medienprodukte Wert gelegt wird. Als dritter zentraler Aspekt wird die *Konnektivität* bezeichnet, die zwar kommunikative Beziehungen herstellt, aber keine universelle Wirkung hat. Durch die gesteigerte Konnektivität-Kommunikation werden die weit entfernten Kulturbilder lokal erfahrbar, was aber nicht gleich die Auflösung vom Lokalen bedeutet, sondern heterogene translokale Kommunikationsbeziehungen entstehen lässt. Ähnlich wie auch Giddens (1995) oder Appadurai (2008) in Bezug auf den Globalisierungsprozess behaupten, geht man schließlich bei der globalisierten Medienkommunikation von einem *multidimensionalen Prozess* aus, der als „ (...) Metaprozess auf unterschiedlichen Ebenen – der der Medien- und Kommunikationspolitik, Medienökonomie, Medienprodukte etc. – betrachtet werden muss, ohne dass eine dieser Dimension quasi als Masterdimension die anderen determiniert.“ (Hepp 2006: 67f.)

3.2 Transkulturelle Medienforschung in Cultural Studies

Friedrich Krotz appelliert, dass man die Kommunikation immer in Zusammenhang mit der Kultur verwenden muss, da Kultur, Medien und Kommunikation untrennbar miteinander verbundene geistig-soziale Phänomene darstellen. Einerseits, wie schon erwähnt wurde, ist Kultur ein System von Bedeutungen und Symbolen, die die gesellschaftliche kommunikative Interaktion zwischen Menschen prägt, d. h. Kommunikation bedient sich diesen kulturell eingebetteten Symbolen und Bedeutungen. Andererseits entstehen diese kulturellen Symbole und Bedeutungen grade aus den kommunikativen Interaktionen, während sich die Menschen mit der symbolisch konstruierten Umwelt auseinandersetzen. (vgl. Krotz 2006: 128f.)

Die neuen Transformationsprozesse um die globale Medienkommunikation, die auf Transkulturalität beruhen und sich damit von der Tradition der internationalen und interkulturellen Kommunikation verabschieden, gehen vor allem auf die Debatte und Begriffe aus Cultural Studies zurück. Im Rahmen der Auseinandersetzungen mit der Globalisierung von Medienkommunikation wird auf die eindimensional orientierte Medienkritik von Besitzverhältnissen seitens Kulturindustrie von Theodor W. Adorno und Max Horkheimer (1988) kritisch eingegangen, indem bei Cultural Studies hingegen einen

multiperspektivischer Blick im Sinne gegenseitiger Interaktionswirkung von Kommunikator-Inhalt-Rezipient bevorzugt wird. (vgl. Hepp 2004: 21)

Die neue kulturtheoretische transkulturelle Medienforschung löst sich deshalb von den alten interkulturellen theoretischen Rahmen auf und geht von einer dynamischen konflikthaften Medienkultur aus und versucht mithilfe begrifflicher Neuorientierung die globalen Wandlungsprozesse zu erklären. Cultural Studies als theoretischer Ansatz hat sich selbst die Aufgabe gestellt, die transkulturelle Medienforschung zu betreiben und neu zu entwickeln und das aus folgenden drei Gründen (ebd. 123):

- Die Cultural Studies gehen bereits in ihren Arbeiten zum Verhältnis zwischen Medien, Kultur, Identität und Mobilität von den „translokalen Rahmen“ aus.
- Das Grundprinzip der „Globalisierung im Allgemeinen und der Globalisierung der Medienkommunikation im Speziellen“ in Cultural Studies, das für den globalen Kulturwandel zuständig ist, verlangt neue transkulturelle theoretische Entwicklungen im Rahmen der Medienforschung.
- Die bereits entstandenen Konzepte und Begrifflichkeiten innerhalb von Cultural Studies schaffen einen guten Basisrahmen für die Weiterentwicklung von transkultureller Medienanalyse.

Medienforschung in Cultural Studies mit dem Interesse für sozial strukturierte Kontexte versucht eine Alternative zum klassischen kommunikationswissenschaftlichen Stimulus-Response-Wirkungsmodell zu entwickeln und verschiebt seinen Untersuchungsausgangspunkt auf die Interaktion zwischen Text und Zuschauer, der sich den Text aktiv statt passiv aneignet. Bevor wir aber etwas genauer an die konkreten Ansätze der Medienaneignung in Cultural Studies herangehen, ist es zuerst wichtig, die Prozesse der Kommunikation und ihrer Wirkung anhand klassischer Kommunikationstheorien zu erklären. (vgl. Winter 1995: 83)

4. Medienwirkungsmodelle

4.1 Die Kommunikation als Symbolischer Interaktionismus

Die Fähigkeit mithilfe von Zeichen und Symbolen interaktiv zu kommunizieren, stellt den fundamentalen Unterschied zwischen Mensch und Tier dar. Krotz sieht den Menschen als Wesen, das von sozialen, symbolisch vermittelten Beziehungen abhängig ist. „Der Mensch ist folglich Mensch nur dadurch, dass er über Kommunikation, symbolisch vermittelte Interaktion und über Sprache verfügt.“ (Krotz 2006: 128)

Die konstruktivistische These über Symbolischen Interaktionismus, die auf G. H. Meads (1968) Konzept zurückgeht, geht davon aus, dass der Mensch als kommunikatives Wesen in einer symbolischen Umwelt lebt und den Dingen aus seiner Umgebung ständig Bedeutungen zuschreibt. Daraus abgeleitet stellt Kommunikation einen Prozess dar, „ (...) in dem Menschen mit Hilfe von Symbolen (verbaler und nonverbaler Natur) einander wechselseitig Bedeutungen ins Bewusstsein rufen. Erfolgreiche Kommunikation im Sinne von „Verständigung“ bedarf (...) daher wechselseitigen Orientierung der jeweiligen Kommunikationspartner aneinander“ (Burkart 2002: 432f.), wobei im Bewusstsein der Beteiligten dieselbe oder sehr ähnliche Bedeutungen aktualisiert werden müssen. Dies gilt sowohl für face-to-face Kommunikation als auch im Massenkommunikationsprozess zwischen KommunikatorInnen und RezipientInnen. Die gegenseitig erwarteten Interpretationsleistungen mit ihren verschiedenen Vorstellungen und Zuschreibungen schaffen eine wichtige Grundlage für Identitätsprozess. „Erst Kommunikation mit Hilfe signifikanter Symbole macht es dem Individuum möglich, nicht nur als Subjekt- als „I“ – (kommunikativ) zu handeln, sondern sich damit (zugleich) auch aus der Perspektive des/der anderen als Objekt – als „Me“- zu betrachten“ (Burkart 2002: 165), was eine Möglichkeit zur Entwicklung eines Selbstbewusstseins bietet. (vgl. Burkart 2002: 432fff.)

Diese Theorie hat laut Burkart seit 70 Jahren die neue massenmediale Wirkungsforschung stark beeinflusst, indem nicht mehr die über Massenmedien vermittelten Aussagen Bedeutung „an sich“ haben, sondern sie erhalten ihren Stellenwert in unserem Alltag erst „ (...) aus der Art und Weise heraus, wie wir mit ihnen umgehen, wozu wir sie „nutzen“ (Burkart 2002: 435). Jeder Mensch schafft sich durch eigene Bedeutungszuschreibungen seine subjektive Wirklichkeit, die dann als Grundlage für sein Handeln funktioniert.

4.2 Der (neue-) Uses-and-Gratifications-Ansatz (UGA)

Im Vergleich zu den früheren Wirkungskonzepten, wie das „Stimulus-Response-Modell“, in welchem der Einfluss von Medien auf Rezipienten im Mittelpunkt steht, geht der „Uses-and-Gratifications Approach“ (Maletzke 1988: S. 23ff; Burkart 2002: S. 221ff; McQuail 2000: S.387ff.) von der Annahme aus, dass sich der Rezipient selbst aktiv den vermittelten Inhalten zuwendet, weil er eine Art von „Belohnung“ (Gratifikation) erwartet. Damit ist konkret gemeint, dass sich „ (...) verschiedene Menschen aus ganz unterschiedlichen Gründen ein und demselben Medium bzw. Medieninhalt zuwenden und ganz unterschiedliche Gratifikationen durch diese Zuwendung erlangen.“ (Burkart 2002: 222) Es geht daher um die Frage, was Menschen mit den Medien machen und nicht wie früher, was Medien mit den Menschen machen. Die Bedürfnisse sind vielfältig und die einzelnen Medieninhalte sowie nicht-mediale Inhalte stehen in einem Konkurrenzverhältnis. Der UGA geht davon aus, dass die Menschen kognitiv, also zielgerichtet ihre Bedürfnisse erkennen und dementsprechend artikulieren können, was oft an diesem Ansatz kritisiert wird. Es wurde nachgewiesen, dass „ (...) diese Urteile höchst unreflektiert sind und zum Teil auch nur widersprüchlich begründet werden können.“ (ebd. 230) Die menschlichen Bedürfnisse sind nur sehr allgemein zu kategorisieren. (vgl. Burkart 2002: 222-230)

Das hat McQuail untersucht und vier Kategorien für massenmediale Gratifikationen formuliert (vgl. McQuail 2000: 388):

- Information
- Eskapismus
- Soziabilität (soziale Kontakte)
- Persönliche Identität

Wenn wir an das Internet denken, greifen diese traditionellen Gratifikationen auf jeden Fall viel zu kurz. Beim Internet geht es um eine vielfältige Kombination, die eine Gratifikationspalette abdeckt, wie Döring meint. „So kann die Teilnahme an einer Mailingliste nicht nur unterhaltsam und informativ und identitätsbestätigend sein, sondern auch berufliche und private Kontakte entstehen und erhalten lassen.“ (Döring 1999, zit. nach Huber 2003: 54) Beim Internetnutzen sind oftmals die unterhaltungsorientierten Inhalte von den informations- bzw. interaktionsorientierten Inhalten schwer zu trennen. Daher muss der Uses-and-Gratifications-Ansatz weiterentwickelt werden, vor allem wenn es um eine

Kombination zwischen massenmedialen und individualmedialen Bedürfnissen im Rahmen eines Mediums geht. (vgl. Huber 2003: 50)

McGuire (1974) geht davon aus, dass Klassifikationen von Gratifikationen wie „ (...) cognitive and affective needs“ (...) ‚active‘ versus ‚passive‘ initiation; ‚external‘ versus ‚internal‘ goal orientation; and orientation to ‚growth‘ or to ‚stability‘” (McQuail 2000: 388) gerne dem aktiven Internet zu passivem Fernsehen gegenübergestellt werden. Dieser Annahme, dass die RezipientInnen vielmehr zu aktiven Anwendern werden, stimmt auch Burkart zu, wobei er gleich weiter führt: „Nach wie vor wird es die geistig entspannte Haltung des unterhaltungsorientierten Sehers geben, der interaktive User wird nicht die Regel, sondern eher die Ausnahme sein.“ (Burkart 2002: 373)

4.3 Medienmodell in Cultural Studies

4.3.1 Medienkultur als Kreislaufmodell

In der Tradition British Cultural Studies entwickelt Stuart Hall in seinem Encoding/Decoding-Modell (Hall 1973) die Vorstellung von aktivem Zuschauer weiter, welche ursprünglich aus dem „uses and gratification“-Ansatz stammt.

Er geht primär von einem Kulturbegriff aus, der an „die Summe der verschiedenen Klassifikationssysteme und diskursiven Formationen, auf die Kommunikation Bezug nimmt, um Dingen Bedeutung zu verleihen.“ (Hepp 2006: 70) Diese mediatisierte Kultur entsteht als Ergebnis von Wissensrahmen, Produktionsverhältnisse und Infrastrukturen des Encoding- und Decoding-Kommunikationsprozesses, wobei die einzelnen Kommunikationsstufen immer unterschiedlichen sozialen Einflüssen ausgesetzt sind. Die Verständigung durch Kommunikation gelingt erst dann, wenn sowohl ProduzentIn (Encodierer) als auch RezipientIn (Decodierer) den medialen Text, der auf ähnlich verstandene kulturelle Codes zurückgreift, miteinander austauschen. „Die Mitglieder einer Kultur haben jedoch ein gemeinsames Vorverständnis, daß [sic!] das Verstehen erleichtert. (...) Im Normalfall der Kommunikation wird uns nicht bewußt [sic!], wie mediale Diskurse auf Codes zurückgreifen. Denn da man diese bereits „gelernt“ hat, erscheinen sie als natürlich.“ (Winter 1995: 85)

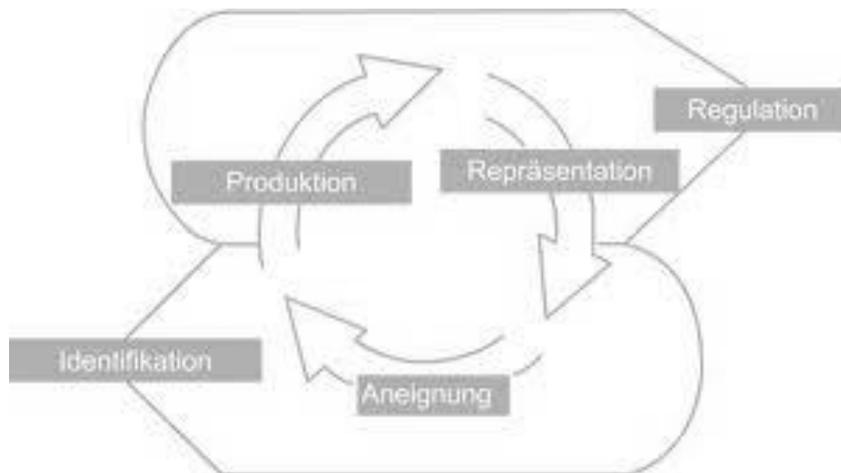
Beide, Encoding- sowie Decoding-Prozess, stehen sehr nahe zueinander. Wie Fiske (1987) betont, ist der in Codes encodierte Text nicht als geschlossenes Medienbild für die Leser aufgrund bestimmter Produktion und Inhaltskategorien zu verstehen, sondern funktioniert

intertextuell sowohl auf der Seite der Medien selber als auch auf Seite der LeserInnen des Textes. Die Codes funktionieren als Verbindungen zwischen den MedienproduzentInnen und MedienrezipientInnen, in dem sie die Grundlageninstanz weiterer Interpretationen der Welt bieten. Diese hat McQuail wie folgt beschrieben: „Codes are systems of meaning whose rules and conventions are shared by members of a culture.“ (McQuail 2000: 350) Die RezipientInnen gestalten ihr Leben aufgrund des Decodierens der vermittelten kulturellen kommunikativen Codes. (vgl. McQuail 2000: 350)

Aufgrund des Dynamischen an diesem Prozess spricht man in Cultural Studies statt Medienprodukt über (Medien-) Repräsentation. Genauso werden die Medieninhalte als Texte bezeichnet, die entsprechend der bestimmten gesellschaftlichen Praktiken von den Menschen gelesen werden. Daher argumentiert Kotz gegen ein „Modell der nutzbringenden Verwendung einer als objektiviert gedachten Mitteilung (...) wie es etwa der Uses-and-Gratifications-Ansatz annimmt“ (Krotz 2006:131), sondern man muss die Konstruktion des Textes als sozialer Prozess seitens LeserInnen verstehen. (vgl. Krotz 2006: 131)

An den Stuarts Encoding/Decoding-Modell beruht eine Vielzahl von Kreislauf-Kulturmodellen, wobei das Interesse an zirkuläre Modelle damit begründet wird, dass „Kulturvorstellungen von Kommunikation (...) davon ausgehen, dass Medienkommunikation bereits in einer geteilten, kulturellen Wirklichkeit stattfindet und nicht erst durch diese generiert wird.“ (Hepp 2004: 186) Im Grunde handelt es sich um ein Konzept, das die Kultur nur als Gesamt der Kreislaufprozesse versteht, welche zueinander in einer interaktiven Beziehung stehen. Die globale Medienkultur als medial vermittelte Kultur wird nach Hepps *Kreislauf-Modell* durch drei Hauptartikulationsebenen vermittelt: erstens durch die *deterritorialisierte Produktion* von einzelnen materiellen und immateriellen Medienprodukten, zweitens durch ihre diskursive *Repräsentation* in bestimmten translokalen Zusammenhängen und drittens durch *Aneignung* in Form von aktiver translokaler Anpassung und sich-zu-eigen Machens von Medieninhalten. Weitere wichtige Prozesse, kulturelle Regulation und Identifikation – d. h. Artikulation kultureller Identitäten fungieren zwar nicht direkt innerhalb des Kreislaufmodelles, sind aber als Teil des gesamten Systems zu verstehen. Diese konstituieren sich ebenso in wechselseitiger Beziehung zu den anderen Ebenen. (vgl. Hepp 2004: 187)

„Teil von Medienkulturen ist die Produktion einzelner Medienprodukte oder Medientexte. Diese wiederum repräsentieren eingebettet in Diskurse bestimmte Zusammenhänge, die in einem aktiven Prozess angeeignet und dabei auch kulturell transformiert werden. Kulturelle Identitäten als Medienidentitäten werden in diesem Prozess ebenso konstituiert wie er durch Bedingungen verschiedener Mediensysteme reguliert wird.“ (Hepp 2002: 876)



Ab.2 Kreislauf der Medienkultur (Quelle: Hepp 2004: 187)

In Anlehnung an Foucault führt Hepp weiter aus, dass „ (...) Fragen der Macht nicht nur auf eine Artikulationsebene reduziert werden können, sondern auf die verschiedenen Artikulationsebenen des Kreislaufs der Medienkultur zu beziehen sind.“ (Hepp 2004: 187) Da die RezipientInnen der Botschaft im Text nach seinem eigenen sozialen Hintergrund und Kompetenz selbst aktiv Bedeutung zuschreibt, kann es manchmal zur “abweichenden Decodierung“ (Eco 1972) kommen. Stuart Hall formuliert diesbezüglich drei mögliche Positionen, aus denen das Decodieren des medialen Textes stattfinden kann. Erste ist die *Vorzugslesart*, wenn der Code von RezipientInnen voll akzeptiert wird. Zweites geht es um eine *ausgehandelte Leseart*, wenn der Code zwar auch akzeptiert wird, aber der Text nach eigenen sozialen Erfahrungen konstruiert und ausgehandelt wird. Dritte ist die *oppositionelle Lesart*, wo der Rezipient die angebotenen Texte mit ihren Codes voll und ganz ablehnt. (vgl. Winter 1995: 87f.)

Hall (2006) beschreibt die Dekodierung zwar als einen wichtigen Prozess, der aber dennoch die Rahmen des Enkodierungsprozesses nicht überschreiten kann. Ausgehend vom Gramscisches Hegemoniekonzept (Gramsci 1991) formuliert Krotz: „ (...) nicht alle Bezugsrahmen, in die der Text eingeordnet werden kann, sind gesellschaftlich gleichwertig.“ (Krotz 2006: 131) Zusammengefasst kann man feststellen, dass in der Sicht

der Cultural Studies die medienbezogene Kommunikation immer als Teil der gesellschaftlichen sozialbezogenen Diskurse passiert. (vgl. Krotz 2006: 132)

4.3.2 Medienaneignung als Teil des Kreislaufmodelles

Der Begriff der Aneignung, der aus den Publikumsstudien kommt, bringt vor dem Hintergrund der Globalisierung den Alltag und das Lokale in Verbindung. Dabei geht es um „ (...) einen Prozess der kulturellen Lokalisierung“ (Hepp 2006: 254), so Hepp. Die RezipientInnen nehmen durch Aneignungspraktiken „ (...) konsumierende Produkte in ihren Besitz und machen sie zu einem Teil ihres kulturellen Eigentums.“ (ebd. 247) Erstens auf der materiellen Ebene und zweitens auf inhaltlicher Ebene im Sinne der diskursiven Veränderung der bestehenden Sinn- und Wahrnehmungshorizonte. In dem Prozess der Aneignung zeigt sich, wie sich die Lebens- und Alltagswelt von Menschen wandelt, „ (...) einerseits dadurch, dass Medien das Lokale selbst ändern, (...) andererseits dadurch, dass sich damit die Sinnhorizonte von Lebens- und Alltagswelt verschieben.“ (ebd. 255)

Braune (2008) bestätigt diese Annahmen, die in ihrer empirischen Studie die Aneignungspraktiken von marokkanischer Jugend im Umgang mit dem Internet untersucht hat. Sie erklärt, dass die Veränderungen, die mit dem Medium Internet und seiner Symbolkraft zusammenhängen, in der alltäglichen Praxis von den Jugendlichen zu beobachten sind und weniger in herausragenden Momenten. Ihrer Meinung nach spielt der Alltag eine grundlegende Rolle. Sie formuliert das wie folgt:

„Der Wandel durch das Internet in Marokko wird also dort deutlich, wo die Jugendlichen das Internet nutzen und in ihren Alltag integrieren. Dabei sind die scheinbar unsichtbaren Veränderungen im Alltag oftmals viel durchdringender als die großen Medien-Revolutionen bzw. zeigen sich die Medienrevolutionen erst durch die Übernahme in alltägliche Routine.“
(Braune 2008: 87)

Sie verweist weiter darauf, dass die Aneignungsprozesse sehr viel von dem Unterschied zwischen Visionen und Realität des Alltags abhängen, was laut Braune konkret bedeutet, dass die „ (...) im Alltag relevanten Fragen und Probleme die Aneignung des Internets forcieren und maßgeblich prägen.“ (ebd. 234) Zugleich hilft Internet den Jugendlichen, diese Probleme aus dem Alltag zu überwinden und sich den eigenen Wünschen und Vorstellungen anzunähern, in dem das Internet vielfältige Möglichkeiten zu Informations- sowie Kontaktaustausch bietet. Die Onlinewelt wird nicht von dem Alltag getrennt, sondern ist ein Teil von ihm. Braune bezweifelt viel zu eindimensionale Zusammenschlüsse durch die Internetnutzung, welche ihrer Meinung nach die Rolle des Internets als politisches

demokratisierendes Mittel unecht unterschätzen, da sie oft in den Studien die Seite der Internetnutzenden und ihre Motive sowie Verständnisse nicht berücksichtigen. Bei jeder Nutzungsforschung ist zu bedenken, dass vor allem Internetnutzende aufgrund ihrer kulturellen, sozialen und ökonomischen Bedingungen bestimmen, was Internet bedeutet. Es muss ein Raum für breite, oftmals widersprüchliche Entwicklungen der Internetaneignung geöffnet werden. „In der Konkretheit des Alltags bestimmen die Nutzenden, welcher Teil des global Verfügbaren für das Lokale relevant ist und welche Inhalte für ihre Interessen verhandel- und verwandelbar sind.“ (Braune 2008: 234)

Grade diese Tatsache verweist auf die Problematik der Kommunikationskluft, über die Hepp spricht. Er geht davon aus, dass es aufgrund unterschiedlicher sozialer und ökonomischer Ressourcen der einzelnen MediennutzerInnen zu konnektiven Klüften zwischen Menschen aus städtischen und ländlichen Regionen kommt. Hepp fügt hinzu, dass die sozialen Klüfte, die in direktem Zusammenhang mit den Medienklüften stehen, insbesondere in den Regionen außerhalb des Westens zu beobachten sind, wobei solche Tendenzen auch in westlichen Ländern vorkommen können. Vor allem die Großstädte sind im Vergleich zu anderen Orten mehr kommunikativ verbunden als die restlichen Orte des jeweiligen Landes. „Wir können also davon sprechen, dass aus globaler Sicht Aneignung insofern auch als kulturelle Lokalisierung von Konnektivitätsklüften zu charakterisieren ist, weil die Betroffenen versuchen, durch verschiedene Praktiken ihre Position in dem bestehenden Konnektivitätsnetzwerk produktiv zu gestalten und zu verbessern.“ (Hepp 2006:271) Der kulturelle Wandel mit seinen vielfältigen spezifischen Aneignungspraktiken stellt heutzutage eine neue Herausforderung für den Identitätsprozess, der manchmal sogar als Identitätskrise bezeichnet wird, dar. Je nach den kulturellen und sozialen Einflüssen, die auf bestimmte Mediensysteme und ihre NutzerInnen wirken, konstituieren sich dementsprechend durch die aktive Aneignung der kulturellen Identitäten. Aufgrund neuer transkultureller Grenzziehungen spricht man mittlerweile über „ (...) transkulturelle Medienidentitäten“. (Hugger 2009: 48) Um weiter fortzufahren, muss man zunächst den Begriff Identität und sein Wandel näher erklären. (vgl. Hepp 2006: 272)

5. Globalisierung von Identitäten

5.1 Postmoderne dezentrierte Identität

Mit der Globalisierung ist es nicht nur zu Veränderungen im Alltagsleben gekommen, sondern auch die Identitäten von einzelnen Menschen haben eine Wandlung durchgemacht. Die Antworten über das eigene Identitätsbild scheinen immer schwieriger für die Menschen zu beantworten sein und werden meist von gegenseitig widersprüchlichen Geschichten gekennzeichnet. Dass gerade am Ende der 1980er Jahre die Identitätsfrage an Aufmerksamkeit gewonnen hat, verweist auf den sozialen Umbruch in der Gesellschaft, der hauptsächlich als Folge der Globalisierungsprozesse verstanden wird. Dies hatte eine grundlegende Auswirkung auf die veränderte konstruktive Selbstbestimmung der Subjekte. (vgl. Keupp u. a. 1999: 7ff.)

„Je mehr das gesellschaftliche Leben durch die globale Vermarktung von Stilen, Räumen und Vorstellungen, durch internationale Reisen, global vernetzte Medienbilder und Kommunikationssysteme vermittelt wird, desto mehr lösen sich Identitäten von besonderen Zeiten, Orten, Vergangenheiten und Traditionen – sie werden entbunden und erscheinen ‚frei flottierend‘.“ (Hall 1994: 212)

Die vielfältigen theoretischen Identitätskonzepte verabschieden sich von den essentialistischen Identitätsbildern, die von stabilen, einheitlichen Zuschreibungen ausgehen und wenden sich immer mehr den fluktuierenden spätmodernen Identitätsmodellen zu, die die Zwischenräume als Selbstverständlichkeit definieren. (vgl. Busch, Hipfl, Robins 2001: 6)

Ein wichtiger Ausgangspunkt bei Keupps Überlegungen zur Identität ist die Entscheidung, „ (...) sich von der Illusion eines Subjekts zu verabschieden, das durch historisch-gesellschaftliche Veränderungen hindurch sich immer gleich darstellt, das abgehoben von seinen gesellschaftlichen Lebensumständen die immer gleichen Gefühle, Gedanken und Handlungen generiert.“ (Keupp u.a. 1999: 14) Er wendet sich in diesem Zusammenhang kritisch gegen Eriksons essentialistisches Modell der Identitätsentwicklung. Erikson (1966) fordert ein Identitätsmodell, das als sichere Identitätsplattform für das ganze Leben fungiert und sich durch Kontinuität, Kohärenz, Einheit und Berechenbarkeit auszeichnet. Keupp u. a. kritisieren, dass es sich dabei offensichtlich um ein Projekt handelt, das mit der Moderne verbunden ist, und das heutzutage nicht mehr aktuell ist. (vgl. Keupp u. a 1999: 30)

Keupp u. a. sprechen im Zuge neuer gesellschaftlicher Prozesse über *Patchwork-Identität*, also Identität als Projektentwurf des eigenen Lebens. Es geht „um die Abfolge von Projekten, wahrscheinlich sogar um die gleichzeitige Verfolgung unterschiedlicher und teilweise widersprüchlicher Projekte, die in ihrer Multiplizität in ganz neuer Weise die Frage nach Kohärenz und Dauerhaftigkeit bedeutsamer Orientierung des eigenen Lebens stellen.“ (Keupp u. a. 1999: 30) Diese ganz neue Weise, von der bei jeder Identitätsarbeit in der Spätmoderne angegangen werden muss, besteht aus drei Aufgaben: Kohärenz, Anerkennung und Authentizität, die nach Keupp u. a. zugleich als wichtigste Indizien für eine gelungene alltägliche Identitätsarbeit bezeichnet werden können. (vgl. Keupp u. a. 1999: 268)

Die Rede ist von einem postmodernen Subjekt, das ein bewegliches Fest hat und aus widersprechenden oder ungelösten Identitäten besteht. Die Subjekte „ (...) müssen Erfahrungsfragmente in einen für sie sinnhaften Zusammenhang bringen. Diese individuelle Verknüpfungsarbeit nennen wir Identitätsarbeit.“ (Keupp u. a. 1999: 9) Keupp u. a. erklären weiter, wie eine Person in solcher permanenten Verknüpfungsarbeit überhaupt zu einer für sich stimmigen Identitätsentwicklung kommen kann. *Erstens* muss es zu einer zeitlichen Zuordnung von Selbsterfahrungen kommen, d. h. Vergangenes mit dem Gegenwärtigem und Zukünftigem zu verbinden. *Zweitens* muss das Subjekt seine Selbsterfahrungen mit eigenen Lebensaspekten in Zusammenhang bringen und *drittens* sind es die Verknüpfungen zwischen Selbsterfahrungen, die die vorhandenen Erfahrungen bestätigen und Erfahrungen, die ihnen widersprechen. Was ferner die Identitätsarbeit ausmacht, ist ein Prozess, der von Innen und Außen besteht, d. h. es geht dabei um einen permanenten Aushandlungsprozess zwischen dem Individuum und seiner sozialen Umwelt. (vgl. Keupp u. a. 1999: 190)

Luger führt die Beziehung Individuum und soziale Umwelt wie folgt weiter:

„Darin kommt auch zum Ausdruck, dass jenseits des gesellschaftlichen Individualisierungsschubs die Beziehungen, die Verankerungen in verschiedenen Gruppierungen, Milieus und Szenen, eine wichtige Rolle spielen, weil das „relationale Ich“ durch diese Anerkennung oder Ablehnung, Verunsicherung oder Stützung erfährt.“ (Luger 1997: 334)

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Identitätsarbeit heute vielmehr als offenes disjunktives Aushandlungsprojekt zu verstehen ist, von welchem das einzelne Subjekt selbst Verantwortung übernehmen muss. Die Identitätsmittel wie soziale Zugehörigkeit oder Anerkennung verlieren nicht ganz an Bedeutung, können aber im Vergleich zu früh anders verstanden und erfahren werden. (vgl. Hugger 2009: 23)

Eine wichtige Leistung ist in den letzten Jahrzehnten den theoretischen insbesondere postkolonialen, poststrukturalistischen und feministischen Diskursen gelungen, die die Identität als konstruiertes soziales Phänomen auffassen und sie damit von den naturhaften biologischen Konzepten befreit haben. Insbesondere innerhalb der Postkolonialismus-Debatte widmen sich viele Theoretiker jenen Menschen, die aufgrund von Migrationsbewegungen ihre Identitäten gar nicht mehr durch „moderne“ Modelle rechtfertigen können. (vgl. Tošic/Hohenbalken 2009: 101)

5.2 Transkulturelle Identität

Im Zuge der Globalisierung werden laut Zirfas und Jörissen aufgrund der Vermischung der jeweiligen Kulturen die Auswirkungen auf kulturelle Identitäten immer schwieriger exakt zu definieren. In der Zeit der postmodernen Globalität verliert der kulturelle Nationalismus als Identitätsrahmen in vielerlei Hinsicht an Stärke, was durch Schwächung von kulturellen Traditionen, Ritualen, Institutionen und Imaginationen verursacht wird. Dafür lässt die Transkulturalität mit ihren Übergängen und Verschmelzungen eine kulturelle Identität entstehen, die sich zwischen zwei oder mehreren Kulturen positionieren kann. Man kann nicht mehr über Identifizierung mit nur einer Gruppe oder Nation sprechen, sondern man muss die Auflösung der Grenzen zwischen Heimat und Fremde insbesondere als Ergebnis der Migrationsprozesse sehen. (vgl. Zirfas/Jörissen 2007: 146ff.)

Luger kritisiert in diesem Zusammenhang die politisch konstruierten imaginären Wir-Identitäten, die eine „Voraussetzung für ethnozentristische Attitüden und xenophobe Verhaltensweisen“ (Luger 1997: 336) seien. Viel sinnvoller erscheint ihm anstatt der Konstruktion von nationaler kultureller Identität, die die Gefahr der Ausgrenzung des Fremden in sich hat, eine Art Verwicklung des Fremden mit dem Eigenen zu akzeptieren. „Es entstehen damit In between cultures, synkretistische und hybride Identitäten, Mischformen, als Resultat komplizierter Kreuzungen und kultureller Verbindungen.“ (ebd. 340)

Ein ebenso kritischer Beitrag zur kulturellen Identitätsdebatte kommt aus den Cultural Studies, nämlich von Stuart Hall. Er geht von der interaktionistischen Tradition aus, womit er ebenso das Ideal der kulturellen Einheitlichkeit bezweifelt:

„Die Idee dieses – sozialwissenschaftlich konstruierten- Subjekts reflektierte die wachsende Komplexität der modernen Welt und die Wahrnehmung, dass der innere Kern des Subjekts nicht autonom war (...) Das Subjekt (...) wird in einem kontinuierlichen Dialog mit den

kulturellen Welten „außerhalb“ und den Identitäten, die sie anbieten, gebildet und modifiziert. (...) Dadurch, dass wir „uns selbst“ in diesen kulturellen Identitäten entwerfen, (...) schließen wir unsere subjektiven Gefühle mit den objektiven Stellen, die wir in der sozialen und kulturellen Welt besetzen, zusammen.“ (Hall 2000:128).

Keupp spricht über kulturelle Identität als „gerade die Abweichung von der kulturellen Norm – soweit diese überhaupt noch beschreibbar ist.“ (Keupp u. a. 1999: 172) Zirfas mit Jörissen formulieren die Identität als die „übersetzte und übersetzende Identität zwischen Kulturen“ (Zirfas/Jörissen 2007: 149) und stellen fest, dass gerade Personen mit binationaler Abstammung, also vor allem die MigrantInnenkinder der zweiten oder dritten Generation, die mit zwei Kulturen aufwachsen, „ (...) ihre Identität aufgrund der ihnen entgegengebrachten Zuschreibungen und Erwartungshaltungen übersetzen und aushandeln müssen.“ (ebd.)

Der Prozess der Identitätsaushandlung von Jugendlichen aus Migrationsverhältnissen untersucht Kai-Uwe Hugger in seiner Studie, der ähnlich wie Keupp u. a. die soziale Zugehörigkeit und soziale Anerkennung als zentrale Bestandteile der Identitätsaushandlung beschreibt. Er meint, da hauptsächlich im Jugendalter „ (...) die Suche nach und Aushandlung von sozialer Zugehörigkeit eine zentrale Rolle spielt, bilden sich gerade bei Jugendlichen aus Erfahrungen von Zugehörigkeit bzw. Nicht-Zugehörigkeit Zugehörigkeitsverständnisse aus, die freilich jenseits von angestammten Herkunftsorten verortet sein können.“ (Hugger 2009: 31) Diese werden zu den gesellschaftlich vorherrschenden homogenen Zugehörigkeitskonzepten als perspektiv- fruchtbarer dargestellt, so Hugger. (vgl. Hugger 2009: 31)

Auch Stuart Hall (1992) versucht die Folgen der Globalisierung im Hinblick auf kulturelle Identitätsbildung zusammenzufassen, indem er drei mögliche Szenarien entwirft. Als erstes kommt es durch kulturelle Homogenisierung zur Auflösung von nationalen Identitäten und damit zur Entstehung von universellen homogenen Identitäten. Zweitens werden als Widerstandsantwort auf die Globalisierung die lokalen Identitäten gestärkt, bis sich daraus fundamentalistische Identitäten entwickeln können. Schließlich kann sich neben diesen zwei klassischen Universalisierungs- und Partikularisierungsmodellen noch eine dritte Möglichkeit der Identitätsbildung entwickeln: Das Modell der zwischen-Identitäten. (Hall 1992, zit. nach Singer 1997: 130)

Badawia (2003) verwendet für diese neuen dezentrierten kulturellen Mehrfachidentitäten den Begriff „dritter Stuhl“, auf welchem vor allem viele MigrantInnen der zweiten oder dritten Generation „sitzen“. Sie werden auch als postmigrantische Identitäten und als

künftige Identitätsmodelle bezeichnet. Badawia bezieht sich auf die These, dass „ (...) mein Mensch gleichzeitig einen mehrfachen kulturellen Sozialisationsprozess so durchlaufen kann, dass er über die Inhalte beider Kulturen permanent verfügt“ (Badawia 2003: 134) und sie situationsabhängig nützen kann.

Als idealtypische Handlungs- und Selbstzuschreibungsmerkmale von hybriden Identitäten fasst sie Folgendes zusammen (Badawia 2003, zit. nach Tauschitz 2010: 26):

- Zweisprachigkeit und „Switchen“, also das Wechseln zwischen den beiden Sprachen,
- Selbstzuordnung zu zwei Kulturkreisen,
- Anerkennung und Akzeptanz der Gleichwertigkeit von Einflüssen zweier Kulturwelten auf das Selbst,
- Basiskenntnisse über beide Kulturen,
- Untrennbarkeit der Kulturwelten und individuelle Selbstplatzierung in, zwischen, mit oder über diesen Kulturwelten,
- zwei vermittelte Sichtweisen von der Welt,
- offene Sichtweise für kulturelle Gegebenheiten,
- bewusster Umgang mit dem Neuen.

Polat meint, dass damit ein „(...) gleichzeitig subjektiv erlebte(s) Gefühl der Zugehörigkeit (...)“ (Polat 1998: 152), sowohl zur Mehrheits- als auch zur Minderheitsgesellschaft entsteht und diese gleichzeitige Verankerung eine stabilisierende Wirkung aufweist.

Mona Singer bringt ebenso die kulturellen Zwischen-Identitäten von Menschen auf den Punkt, die die nationalen Territorien überschreiten (müssen) und damit am stärksten von den verschiedenen kulturellen Kontexten ohne Möglichkeit des Zurückkehrens zu ursprünglichen Wurzeln geprägt sind. „Die Rückkehr zu einem Ursprung kann es schon allein deswegen nicht geben, weil der Kontext der Herkunft nicht so bleibt, wie er war, als man ihn verlassen hat.“ (Singer 1997: 130) Stuart Hall bezeichnet diese Menschen als Übersetzer:

„Menschen, die zu solchen Kulturen der Hybridität gehören, mussten den Traum oder die Ambition aufgeben, irgendeine „verlorene“ kulturelle Reinheit, einen ethnischen Absolutismus, wiederentdecken zu können. Sie sind unwiderruflich Übersetzer.“ (Hall 2000: 218)

Laut Zifras und Jörissen muss man sich jedoch vor Augen halten, dass diese ständige Identitätsaushandlung nicht ausschließlich nur die Bikulturelle mit sich und den anderen

führen, sondern auch der Mensch, der in einer posttraditionalen Risikogesellschaft lebt. (Zifras/Jörissen 2007: 151) Singer fasst das wie folgt zusammen: „Insofern stellt sich die Notwendigkeit von Übersetzungen und Grenzüberschreitungen nicht nur für übersetzte/übersetzende Menschen. (...) Was sich auflöst, ist nicht die Standortgebundenheit bzw. Positioniertheit jeder theoretischen, politischen Rede, sondern die Sicherheit traditioneller Verankerung ihrer Legitimierung.“ (Singer 1997: 159) Unter Kosmopoliten unterscheidet sie zwischen den Privilegierten, die im Gegensatz zu den Flüchtlingskosmopoliten zwar auch die Orte über die Nationsgrenzen hinweg wechseln, aber ihren Lebenszusammenhang dabei nicht ändern müssen. Für sie besteht damit immer die Möglichkeit der Rückkehr zu dem Ursprung. Allerdings aufgrund persönlicher Erfahrungen mit dem „Anderen“ können auch solche Menschen transkulturelle Identität entwickeln. Singer fordert auf alle Fälle eine tiefgreifende kritische Auseinandersetzung mit dem Begriff der kulturellen Identität, da sie hier ein wichtiges Potenzial im Kampf gegen Rassismus und Ausgrenzung sieht. (vgl. Singer 1997: 119 u. 153)

5.3 Transkulturelle Identität als Identitätskrise

Von einem eindeutigen Idealisieren der Hybridisierung als Form der neuen Weltkultur wird nicht nur gefeiert, sondern auch gewarnt. Es melden sich immer mehr kritische Stimmen, welche die erfolgreiche transkulturelle Identitätsverarbeitung von (kulturellen) GrenzüberschreiterInnen relativieren.

Das Privileg, die Grenzen zu überwinden und dabei alle Elemente einbeziehen zu können, welche oft von der Monokultur unterdrückt werden, muss laut Singer jedoch in einem „größeren ambivalenten Zusammenhang gesehen werden.“ (Singer 1997: 132) Das Risiko vor dem Hintergrund, *fremd* zu sein, ohne die Möglichkeit zu haben, nicht *fremd* zu sein, stellt sich vor allem im Falle von Diskriminierungserfahrungen heraus, wo die eigene Identität sowie das Verhältnis zu „homogenen“ anderen einen Verlust erleidet. (vgl. Singer 1997: 132f.) Die Gefahr besteht, wie Zygmunt Bauman behauptet darin, wenn man sich nicht sicher ist, wo man sich zugehörig fühlen kann:

„(...) one is not sure how to place oneself among the evident variety of behavioural styles and patterns, and how to make sure that people around would accept this placement as right and proper, so that both sides would know how to go on in each other's presence. Identity is a critical projection of what is demanded and/or sought upon what is.“ (Bauman 1997:18)

Im Gegensatz zu positivistischen Ansätzen gehen viele kulturelle Konfliktthesen davon aus, dass die doppelten kulturellen Identitäten zwischen dem Aufnahme- und dem Herkunftsland hin und her gerissen bleiben und damit nicht nur Instabilität aufweisen, sondern auch in ihrer Existenz permanent gefährdet sind. Laut solchen Ansätzen steht diese Identitätskrise „ (...) einem erfolgreichen gesellschaftlichen Eingliederungsprozess von vorherein entgegen.“ (Enders/Weibert 2009: 336)

Die Santina Battaglia (2000) zeigt in ihrer Studie über Alltagskommunikation von Binationalen, wie das Aushandeln der Identität des Fremden mit Problemen verbunden sein kann. Sie stellte fest, dass die Bikulturellen durch die Botschaften „der Nichtzugehörigkeit, des Nichtverstehen(-könnens) und des Nichtnormalseins“ seitens der Einheimischen eine paradoxe Situation herauslöst, da diese mit ihrem realen Empfinden nicht übereinstimmt und deshalb sogar zu seelischen Störungen und Kränkungen führen kann. (vgl. Zirfas/Jörissen 2007: 150)

„Outet“ man sich selbst als Binationaler, so führt man in den Augen der anderen eine Existenz, deren Zugehörigkeiten und Kompetenzen die eigenen Möglichkeiten übersteigt; versucht man dagegen, sich als Einheimischer zu beweisen, führt das zu einer ständigen Neuaushandlung der Identität und zu dem-eigenen wie ihm entgegen getragenen- Verdacht, dass er nicht in der Lage ist, sich „wirklich“ als Einheimischer zu fühlen.“ (Zirfas/Jörissen 2007: 150)

Keupp u.a. meinen, dass diese Ambivalenzen „mit der Notwendigkeit von Toleranz und wechselseitiger Anerkennung von Verschiedenheit zwischen den Subjekten“ (Keupp u. a. 1999: 180f.) auszubalancieren und auszuhandeln sind.

Auch Hugger kritisiert in seiner Studie über die Identitätsverarbeitung in Online-Welt die vorschnellen positivistischen Zusammenschlüsse. Er widerlegt, dass „(...) junge Migranten grundsätzlich und immer souverän mit ihrem mehrwertigen Selbstverständnis umzugehen in der Lage sind.“ (Hugger 2009: 252) Anhand seiner Ergebnisse stellt sich heraus, dass das Aushandeln von Identitäten in den sozialen Onlineforen nicht immer gelingen muss und die Verarbeitungstechniken von den einzelnen kulturellen wie auch persönlichen Aspekten abhängen. (vgl. Hugger 2009: 252f.)

In dieser Zeit, wenn Kultur als differenziertes bewegliches Machtfeld funktioniert, kann man über eine „Identitätspolitik“ sprechen. (vgl. Singer 2007:153) Seitz versucht in dieser Hinsicht die Problematik der transkulturellen Identitäten auf die Ebene der europäischen Politik zu bringen, indem er feststellt:

„Die Transkulturalität der Transmigranten hat in der Regel nichts mit der kosmopolitischen Weltkultur der global citizens aus den Chefetagen der transnationalen Konzerne zu tun, sie kann vielmehr auch Ausdruck einer tiefen kulturellen Entfremdung und Zerrissenheit sein. Dabei darf nicht übersehen werden, dass die aufenthaltsrechtlichen Bestimmungen der meisten europäischen Länder den neuen Formen der Transmigration noch kaum Rechnung tragen und unzählige Migranten ein Leben in der Illegalität und in der Sprachlosigkeit fristen müssen. (Seitz 2005: 61)

Weitere Kritik bezieht sich auf Hybridität als Modell für Intellektuelle und KünstlerInnen, welches nicht für die einwertigen „Klassenidentitäten“ des ethnisch segmentierten Ghettos zutrifft. In diesem Sinne fragt sich Hugger, ob doch nicht „ (...) das Hybriditätskonzept an klassische Differenzmuster [sic!] anschließt und sie lediglich auf neue Art und Weise reproduziert.“ (Hugger 2009: 27)

Aus den bisherigen Ansätzen kann festgehalten werden, dass heutzutage eine vernünftige oder erfolgreiche kulturelle Identitätsaushandlung dem Subjekte alleine überlassen wird. Es liegt vor allem an dem Individuum selbst, wie es die Identifikationsangebote verwendet, auslegt und neu umdeutet, um die damit verbundenen Bedrohungen bekämpfen bzw. die Möglichkeiten von seiner kulturellen Hybridität nutzen kann. Man muss sich aber ebenfalls vor Augen halten, dass die Mehrwertigkeit grade dort oft zum Problem wird, wo sie von anderen nicht anerkannt wird. (vgl. Hugger 2009: 27)

Es sind grade die Medien, die eine wichtige Rolle in dem Prozess der Verarbeitung und Anerkennung von hybriden Identitäten spielen und zur gelungenen multiplen Identitätsarbeit beitragen können. In dem Spannungsverhältnis zwischen der Tradition und Anpassung sind sie ein wichtiges Mittel, um dies zu überbrücken. Grade da aber scheinen meines Erachtens die Medien oftmals zu scheitern. Einen möglichen Wandel in diese Richtung versuchen die emanzipatorischen Ansätze hinsichtlich Kommunikation zu erklären.

5.4 Transkulturelle Identität und mediale emanzipatorische Ansätze

Nach Hall bedeutet Hybriditätsidentität keine Form von kultureller Mischung, sondern vielmehr eine Art der kulturellen Verhandlung, dass den Marginalisierten auf dem kulturellen Feld die Möglichkeit ermöglicht, sich gegen Hegemonie zu positionieren. Hierbei spricht man oft über eine subversive Identität. (vgl. Hall 2000: 41f.)

Bhabha (Bhabha 2007) verweist in seinen Ansätzen auf die gesellschaftlichen Machtverhältnisse mit ihren Diskriminierungspraktiken, ohne welche die Hybridisierung

nicht zu analysieren ist. Keupp u. a. (1999) meinen, dass grade die Benachteiligung und Diskriminierung der Ausgangspunkt der Übersetzung von solchen transkulturellen Identitäten darstellt.

Auf die mediale Kommunikation übertragen, sind es vielfältige theoretische Kommunikationsansätze, die versuchen, passive marginalisierte RezipientInnen mithilfe von Kommunikation zu emanzipieren bzw. stärkere politische Partizipation bei der Minderheitsgesellschaft herauszulösen. Zu einem solchen Ansatz gehört auch der bereits in den 1970er Jahren entstandene Hauptgedanke von Hans Magnus Enzensberger (1970), der besagt, dass die zentral gesteuerten und durch Eliten kontrollierten medialen Strukturen in ein dezentriertes interaktives und kritisches mediales Umgangsmodell umgewandelt werden sollen, um einen gesellschaftlichen Wandel zu erreichen. Er sieht die mobilisierende Kraft der künftigen elektronischen Massenmedien als Chance, die KonsumentInnen auch zu ProduzentInnen zu machen, was gegen die bisherige Entpolitisierung der Massen wirken soll. Er vergleicht daher „den repressiven Mediengebrauch“, der für ihn typisch für die traditionellen kapitalistischen Gesellschaften ist, mit „dem emanzipatorischen Mediengebrauch“, der für sozialistisch organisierte Gesellschaften typisch sein soll. (vgl. Burkart 2002: 518ff.):

Repressiver Mediengebrauch	Emanzipatorischer Mediengebrauch
zentral gesteuertes Programm	dezentralisierte Programme
ein Sender, viele Empfänger	jeder Empfänger ein potentieller Sender
Immobilisierung isolierter Individuen	Mobilisierung der Massen
passive Konsumentenhaltung	Interaktion der Teilnehmer, Feedback
Entpolitisierungsprozess	politischer Lernprozess
Produktion durch Spezialisten	kollektive Produktion
Kontrolle durch Eigentümer oder Bürokraten	gesellschaftliche Kontrolle durch Selbstorganisation

Ab.3 Vergleich der Medienmodelle (Enzensberger 1970)

Ein anderer emanzipatorischer Ansatz kommt von Rainer Geißler (1979). Er stellt sich die Frage, welche Leistungen die Massenmedien konkret erbringen müssen, um eine echte demokratische Basiskommunikation gewährleisten zu können. Er formuliert drei Funktionen, die in einer partizipatorisch pluralistischen Demokratie von Massenmedien zu erfüllen sind (vgl. Burkart 2002: 523ff.):

- Ideologiekritische Herstellung von Transparenz,
- Artikulation von Interessen,

-Pluralistische Kompensation.

Mit der Funktion der pluralistischen Kompensation ist gemeint, „ (...) dass alle gesellschaftlich relevanten Gruppen die Möglichkeit haben sollen, ihre Interessen über die Massenmedien öffentlich zum Ausdruck zu bringen.“ (Burkart 2002: 525) Die relevanten Gruppen sollten nicht nach ihrer Macht oder ihren Einfluss in der Gesellschaft in Medien zu Wort kommen, sondern „ (...) nach dem Kriterium, wie weit die jeweilige Gruppe in ihren Zugangschancen zur öffentlichen Kommunikation gefährdet ist.“ (Langenbucher/Mahle 1973, zit. nach Burkart 2002: 525) Es muss aber betont werden, dass diese Veränderungen nicht nur von Massenmedien selbst abhängen, sondern auch von den RezipientInnen, die bereit und auch fähig sein müssen, sich mit politischen Fragen auseinanderzusetzen. (vgl. Burkart 2002: 526f.)

Meines Erachtens stellen heutzutage gerade die transkulturellen MigrantInnen eine Gruppe dar, die sich im österreichischen Mediensystem langsam mit ihren politischen Anliegen einen massenmedialen öffentlichen Raum zu erkämpfen versuchen, der ihnen bis jetzt verwehrt wurde. Einen Beweis dafür stellen unter anderem die transkulturellen Pionierprojekte in der österreichischen Medienlandschaft dar, die näher in Kapitel 8.4 beschrieben wird.

6. Medien und Identität

6.1 Medien als dialektische Identitätsräume

„Diese „Zwischen“ – Räume stecken das Terrain ab, von dem aus Strategien – individueller oder gemeinschaftlicher – Selbstheit ausgearbeitet werden können, die beim aktiven Prozeß [sic!], (...) zu neuen Zeichen der Identität sowie zu innovativen Orten der Zusammenarbeit und des Widerstreits führen.“ (Bhabha 2007: 2)

In Anschluss an diese Worte von Homi. K. Bhabha versucht Brigitte Hipfl die Medien als solche Zwischen-Räume zu verstehen, welche als wichtige Identitätsräume ein neues kritisches Bewusstsein schaffen können. Sie plädiert vor dem Hintergrund der Kritik an der dichotomen Logik des Denkens der Moderne für ein komplexeres Verständnis der medialen Identitätsräume, die laut ihr ebenso durch „ (...) Hybridität, Mobilität und die Gleichzeitigkeit verschiedenster Aspekte gekennzeichnet sind.“ (Hipfl 2004: 45)

Die Medien werden neben Familie und Schule als wichtige Instrumente der Sozialisation und Enkulturation betrachtet, obwohl ihr Konformitäts- und Fremdbestimmungsdruck oft eine Entwicklungsgefahr für Identitäten darstellen kann. Wie Gabriela Muri hervorhebt, „soziale Vergleichsprozesse in parasozialen Interaktionen und Beziehungen können zu einem für das Selbstwertgefühl ungünstigen Fazit führen.“ (Ritter/Muri/Rogger 2010: 149)

Wie bereits in Kapiteln 3.2.1 und 3.2.2 deutlich werden sollte, kommt es aufgrund der globalen Kommunikation zu neuen Grenzziehungen, welche die hybriden (Medien-) Identitäten entstehen lassen. Diese sind wiederum in verschiedenen lokalen sozialen Handlungs- und Zugehörigkeitskontexten eingebettet und werden dadurch zugleich verändert. Daraus kann man nach Hepp weiter definieren, dass die Medien nicht direkt auf die Identitäten wirken, „ (...) vielmehr sind Medien eine der Ressourcen ihrer Artikulation.“ (Hepp 2006: 280) Die Rolle der Medien stellt deshalb die Verfügungsstellung von symbolischen Ressourcen dar, die zur Konstruktion der Identität helfen sollen. (vgl. Bräuchler 2005: 30)

Zusammenfassend lassen sich nach Heinz Bonfadelli drei Grundfunktionen von Medien in dem Prozess der Identitätsentwicklung feststellen (vgl. Bonfadelli 2008: 27):

- 1, Medien bieten Inhalte, die als Erfahrungsraum und Orientierungsressource zur Identitätskonstruktion beitragen.
- 2, Medien ermöglichen die Entstehung von parasozialen Identifikationen sowie Vergleich mit MedienakteurInnen.

3, Medien, vor allem das Internet, schaffen interaktive Aushandlungsräume für Identitätsprozesse.

Bonfadelli äußert sich jedoch zur aktuellen Situation, wie etwa zu der identitätsprägenden Kraft der Medien, misstrauisch. Im Unterschied zu österreichischen Jugendlichen, die auch nicht in einem völlig homogenen sozio-kulturellen Raum aufwachsen, stellt sich allerdings die Lage für bikulturell erzogenen Migrationsjugendlichen grundsätzlich komplizierter dar. Ihre ständig neu geleistete Identitätsarbeit verlangt Hilfe im Sinne einer Brückenfunktion, welche oft von Medien geleistet werden soll, „ (...) indem sie Informationen, Hintergrundwissen und Orientierung liefern“ (Bonfadelli 2008: 33) und das sowohl über die Aufnahmegesellschaft als auch über das Herkunftsland. (vgl.ebd: 33)

Laut Bonfadelli ist es aber empirisch nicht eindeutig, ob Medien eine Chance in Richtung des spielerischen vielfältigen aktiven Aushandels der eigenen Identität bedeuten oder eher als Risikoquelle für die Entstehung von verzerrten Selbst- und Weltbildern darstellen, die sogar zur geistigen Verunsicherung führen kann. Ausgehend von der Cultural Studies-Theorie werden die Medientexte aufgrund von sozialem und kulturellem Hintergrund unterschiedlich interpretiert. Unter diesen Bedingungen sind vor allem soziale und kulturelle Faktoren im Alltag gemeint, die durch Familie, Schule und Berufsausbildung, aber auch durch Diskriminierungserfahrung bestimmt sind. Bonfadellis stellt anhand eigener empirischer Ergebnisse fest, dass wenn es auch zur Entstehung von pluralistischen Selbstverständnissen von Migrationsjugendlichen kommt, diese im Gegensatz zur Medienberichterstattung wegen ihrer verzerrten oft negativen Wertungstendenzen über MigrantInnen stehen. (vgl. Bonfadelli 2008: 29ff.)

Er plädiert deshalb für eine Sensibilisierung der Medienschaffenden für das Problem der Stereotypisierung und Diskriminierung, da sie sonst aufgrund solcher eingeschränkten klassischen Identitätsmuster für die Betroffenen eine gefährliche Wirksamkeit erhalten können, besonders für die RezipientInnen aus den niedrigeren Sozial- und Bildungsschichten. (Bonfadelli 2008: 165)

6.2 Mediale Integration von transkulturellen Identitäten

Laut Geißler bildet das Konzept der „interkulturellen Integration“ den allgemeinen begrifflichen Rahmen für die Vorstellung zur „medialen Integration“. Es handelt sich um Konzept, „ (...) dass die kulturelle Heterogenität von einer Anerkennung gemeinsam

akzeptierter und respektierter Grundwerte eingerahmt sein muss und dass die Suche nach dem Optimum zwischen Homogenität und Heterogenität den Kern der Integrationsproblematik ausmacht (...).“ (Geißler 2005: 45)

Prinzipiell geht man davon aus, dass zwischen Medienwirkung/-nutzung und kulturelle Integration ein direkter Zusammenhang besteht. Wie stark er ist und in welche Richtung er geht, hängt von der Medienstruktur und der persönlichen Situation von RezipientInnen ab. Die hybriden Identitäten sind an die neue globale Medienkommunikation, vor allem auf Internet- und Satellitentechnologie angewiesen, weil sie dort im Gegensatz zu nationalen Mehrheitsmedien die Medieninhalte aus der Herkunftskultur sowie Einwanderungskultur (Hugger 2009: 49) finden. Kai Hafez spricht über *virtuelle Gemeinschaften*, die zwar einen engen Kontakt mit dem politischen und gesellschaftlichen Leben aus den Herkunftsländern schaffen, dies allerdings nicht als Integrationshemmnis zu betrachten ist, „ (...) da auch der regelmäßige Konsum dieser Medien nicht unbedingt als Zeichen der Abwehr gegen neue Gesellschaft und Kultur des Einwandererlandes zu verstehen ist (...).“ (Hafez 2005: 175) Da es grade oft die Kultur des Aufnahmelandes ist, die den Diaspora-Menschen eine emotionale sowie rationale Orientierung und Artikulationsfähigkeit ermöglicht, besteht daher eine hohe Akzeptanz gegenüber der Einwanderungskultur, so Hafez. (vgl. Hafez 2005: 176-180)

In der klassischen Medienforschung wurde Integration trotzdem meist immer noch als Assimilation verstanden, d. h. totale mediale Angleichung von Minderheiten an die Mehrheitsgesellschaft, wobei als Gegensatz dazu die Segmentation, d. h. Ghettoisierung genannt wurde. Dies bedeutet wiederum eine ausschließlich ethnospezifische herkunftslandbezogene Mediennutzung bei gleichzeitiger Ausgeschlossenheit der MigrantInnen aus dem institutionell-strukturellen Mediensystem. Das hat zur Folge, dass die MigrantInnen als JournalistInnen in Redaktionen von Mehrheitsmedien kaum vertreten sind, was sich schließlich auf der Ebene der verzerrten und stereotypen Medienberichterstattung über Menschen mit Migrationshintergründen widerspiegelt. Diese zwei Szenarien scheinen überwiegend die aktuelle Situation in dem deutschsprachigen Raum zu repräsentieren. Laut Geißler bleibt der Zugang zur Produktion von den Medieninhalten in den klassischen Medien den MigrantInnen der ersten und zweiten Generation in Österreich heutzutage noch immer verwehrt, was bedeutet, dass sie ohne jegliche Chance bleiben, ihre Perspektive und Sichtweise der Berichterstattung zu verleihen. Daher finden sich oft die MigrantInnen selbst in den klassischen Medien der Mehrheitsgesellschaft als negativ oder gar nicht repräsentiert und wenden sich statt Mehrheitsmedien entweder den Medien der Herkunftsländer oder den

ethnischen Medien zu, um ihre Identitätsbilder aushandeln zu können. (vgl. Geißler 2005: 73ff.)

Das von Geißler anzustrebende Modell von *interkultureller medialer Integration*, das seiner Meinung nach noch immer auf den Umbruch wartet, besteht aus folgenden wichtigsten Merkmalen:(vgl. Geißler 2005:73ff.)

1. In der Produktion besteht entsprechend dem Anteil der Menschen mit Migrationshintergrund zur Bevölkerung eine proportionale Teilnahme der MigrantInnen an der medialen Mehrheitsberichterstattung. Sie produzieren in Bezug auf ihre spezifischen Perspektiven, sowohl in der Mehrheits- als auch Ethnomedien. Die Ethnomedien sind meist zweisprachig gehalten.
2. Inhalt der Berichterstattung orientiert sich auf die Herstellung von Akzeptanz– hauptsächlich von soziokultureller Integration mit ihren Voraussetzungen. Es besteht Berücksichtigung von sowohl Minderheits- als auch Mehrheitsbesonderheiten. Bikulturelle Ausrichtung (Überbrückungsfunktion) von Ethnomedien ist wichtig, da die Mehrheitsmedien das nicht befriedigen können.
3. Eine ergänzende Nutzung von deutschen und ethnischen Medien durch die Bikulturellen schaffen eine notwendige Verbindung zwischen Minderheits- und Mehrheitsgesellschaft.

Ein weiteres interessantes Modell für mediale Integration schlägt Charles Husband vor, in dessen Zentrum die Politik die gegenseitige Anerkennung und Respekt steht. Er geht von einem Modell der polyethnischen Medienlandschaft aus, das aus vielen autonomen Minderheitenmedien besteht. Diese repräsentieren vielfältige Erfahrungen, Perspektiven und Unterschiede zwischen den einzelnen ethnischen Minderheiten. In einer polyethnischen Gesellschaft stellen sich idealerweise im Hinblick auf hybride Identitäten und Fragmentierung des Publikums zwei wichtige komplementäre Prinzipien heraus. (Husband 2001:19):

- Autonome Minderheitenmedien, welche den Dialog innerhalb der ethnischen Gemeinschaften herstellen und die vorhandene Diversität reflektieren.
- Komplementäre Medien, welche aktiv am Dialog über die ethnische Grenze hinweg arbeiten.

Da aber die Mehrheitsmedien noch immer in dem klassischen nationalen Kontext verankert bleiben und keine Politik der Unterschiede herrscht, wird die notwendige mediale Integration von beiden Seiten nicht gewährleistet. (vgl. Enders/Weibert 2009: 333f.)

6.3 Neue kollektive (Medien-) Identitäten

Mit der intensiveren Globalisierung der Medienkommunikation bilden sich die deterritorialen imaginären Gemeinschaften, was dadurch zu erklären ist, „dass die technologischen Möglichkeiten einer solchen kommunikativen Vernetzung bestehend-umgekehrt aber auch gerade mit der fortschreitenden Globalisierung ein Bedürfnis nach entsprechenden Vergemeinschaftungen“ (Hepp 2006: 295). Wie bereits deutlich gemacht werden sollte, sind die Identitäten auf translokale medial vermittelte Diskurse und Repräsentationen in der Gesellschaft angewiesen, welche nicht nur individuelle Identitätsverarbeitung hervorrufen, sondern auch kollektive Identitäten entstehen lassen. Hepp ist der Auffassung, dass man die (Medien-)Identitäten in einem Dreieck sehen muss: „(lokal rückbezogenen) Identifikationen einer Person mit bestimmten Identitätsressourcen, die (vorgestellten) Gemeinschaften, denen sie sich zugehörig fühlen, und die (medienvermittelten) Diskurse.“ (Hepp 2006: 274) Zurawski sieht Identität als Prozess der Abgrenzung zu anderen Menschen, wobei beruhend auf die ethnische Zugehörigkeit, dies sowohl für individuelle als auch kollektive Identität gilt. Diese „ (...) „Anderen“ sind dabei mal mehr, mal weniger bzw. gar nicht bekannt oder existieren nur in Form von Legenden, Märchen und Mythen“ (Zurawski 2000: 229). Er kritisiert dabei, dass die Globalisierung zwar als grenzabschaffend dargestellt wird, aber in Wirklichkeit nur neue Grenzen errichtet. (vgl. Zurawski 2000: 230)

Der Begriff Ethnizität bedeutet eine soziale diskursive Konstruktion, die durch die Vorstellung an „ (...) gemeinsame kulturelle Eigenschaften wie Sprache, Gebräuche, Tradition und Gefühle“ (Hepp 2006: 293) von einer Gruppe von Menschen entwickelt wird. Damit hat nach Husband dem Phänomen Ethnizität die Ambivalenz inne: „sich ständig erneuernde Identitäten statt verknöchelter Normen und Kennzeichnungen einer angeblich gemeinsamen Geschichte.“ (Husband 2001: 15) Ethnizität macht einen wichtigen Teil der kulturellen Identität aus, wobei man nach Zurawski heutzutage den Fokus gerade auf Ethnizität legen muss und nicht auf Nation und Staat, wenn man die kulturelle Identität untersuchen will. Er beschreibt Ethnizität als Reaktionsmobilisierung an aktuelle situativ vorhandene kulturelle Ressourcen, welche „ (...) in der Regel nicht territorial gebunden ist

und somit die Vielschichtigkeit und Komplexität globaler Prozesse besser erfassen kann.“
(Zurawski 2000: 109)

Im Anschluss daran ist festzustellen, dass die translokalen ethnischen Vergemeinschaftungen als kollektive Identitätsverarbeitungsräume immer mehr an Bedeutung zunehmen, weil die virtuellen medialen Gemeinschaftsräume für sie gute Möglichkeiten dafür bereitstellen. Als ein Beispiel dafür sind die virtuellen Diaspora-Gemeinschaften zu erwähnen, die aus dem Zusammenhang von internationalen Migrationsbewegungen und globalen Medien entstehen. Unter Diaspora-Gemeinschaft versteht man eine ethnische Netzwerkgruppe, die „dauerhaft außerhalb der Lokalitäten ihres geografischen Ursprungs über verschiedene Territorien unterschiedlicher (National) Staaten verteilt“ (Hepp 2006: 284f.) lebt. Aus dem transnationalen Blickwinkel geht es aber im Gegensatz zum essenziellen klassischen Diaspora-Ansatz nicht um eine unmittelbare Migrationserfahrung und daraus resultierte starke soziale kulturelle Bindungen an das Herkunftsland, sondern vielmehr um die Erfahrung eines gemeinsamen geteilten hybriden Bewusstseins: „Das Verständnis der Diaspora-Erfahrung (...) wird nicht von Essenz oder Reinheit bestimmt, sondern von der Anerkennung notwendiger Heterogenität und Verschiedenheit.(...) Die Identitäten der Diaspora produzieren und reproduzieren sich ständig aufs Neue, durch Transformation und Differenz.“ (Hall 2000: 41) Die Gefahr des alten Diaspora-Konzepts besteht wiederum im starken Differenzieren zwischen Kulturen. (Hugger 2009: 47f.)

Die im Westen seit dem 19. Jahrhundert konstruierte kollektive Identität, die durch kohärente Bilder unterstützt wurde, wie Benedict Anderson (Anderson 2006) formuliert, basiert auf der kollektiven Vorstellung über eine homogene Nation. Es geht dabei um die territorialisierenden Grenzziehungen von nationalen Bedeutungen, was von Anfang an eine wichtige Aufgabe von Massenmedien war. Bezogen auf die Globalisierung und die damit zusammenhängende deterritorialisierte transkulturelle Kommunikation, verliert aber dieses nationale Konstrukt für die kollektive Identifizierung immer mehr an Relevanz und ein neuer Identitätsrahmen tritt ein. (vgl. Hepp 2006:274ff.)

Brigitte Hipfl stellt ebenso in ihren Überlegungen die nationale „imagined community“ infrage. Sie kritisiert die Vorstellung einer homogenen Gemeinschaft, die eine gemeinsame aufgezwungene Solidarität zwischen NationalgefährtInnen konstruiert und damit andere Gruppen als fremde Elemente ausschließt. Sie versucht anhand der Studie „beyond imagined Communities“ von Kevin Robins zu demonstrieren, wie dieses nationale Identitätskonzept

für die Wirkungsweise so genannter transnationaler Medien nicht funktioniert. (vgl. Hipfl 2004:44-58) Anhand der Untersuchung von Medienaneignung der türkischen MigrantInnen plädiert Kevin Robins für unterschiedliche Denk- und Erfahrungsräume als Ausdruck ihrer Identitätsverhandlung und „(...) verwehrt sich insbesondere gegen die Gleichsetzung des Konsums türkischer Fernsehprogramme durch die türkischen MigrantInnen mit dem Eintritt in einen als national definierten Identitätsraum (...).“ (Hipfl 2004:57) Robins fordert den Begriff mentale Identitätsmobilität, der als Raum der Reflexion zu verstehen ist und eine gleiche Distanz, sowohl von Herkunftsland als auch von Aufnahmeland, bezeichnet. Er sieht deshalb Transnationalismus (jenseits national imaginierten Gemeinschaften) als geeigneteres Konzept für die neuen Ausdrucksformen kulturellen Wandels, die „ (...) die nationalen Fiktionen untergraben können und das natürlich nicht nur in Europa.“ (Robins 2004: 115) In diesem Zusammenhang widerlegt auch Bonfadalli die These über das Medienghetto von MigrantInnen durch neue Satellitentechnologien in seiner Studie, im Zuge derer die Mehrheit der jungen MigrantInnen zugegeben hat, Medien aus beiden Nationalkulturen zu rezipieren, wobei die Medien in der deutschen Sprache bevorzugt werden. (vgl. Bonfadelli 2008: 145)

Das von Castells vorgeschlagene Netzwerk-Paradigma¹ macht ebenso auf die Entstehung neuer dialektischer kollektiver Identitätsräume aufmerksam, „(...) die jenseits homogener, begrenzter nationaler, kultureller und ethnischer Einheiten liegen können.“ (Hugger 2009: 46) Aus der Krise der auf den Nationalstaat bezogenen Identität, entfaltet sich nach Castells heute vielfach die Macht der Widerstandsidentität als gruppenbezogene Konstruktion von Identität. Ihr Potenzial hat ausschließlich einen ablehnenden Charakter im Sinne der Ablehnung von legitimierenden Identitätspolitik, was grade identitätsstiftend wirkt.² Aus diesen Widerstandsidentitäten können sich weiter Projektidentitäten entwickeln, die kollektive Subjekte entstehen lassen. (z.B. die verschiedenen sozialen Bewegungen). (vgl. Hepp 2006: 280) Damit wird gezeigt, welche möglichen Herausforderungen als Resultat der Globalisierung von Medienkommunikation für die Identität bestehen. (vgl. Hepp 2006: 278ff.)

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Verarbeitung von hybriden Identitäten nicht nur aus den individuellen Konstellationen zu betrachten ist, sondern ein wichtiger Fokus auch auf gruppenbezogene kollektive Identitäten liegen muss. Diese sind aber genauso heterogen, fluid und vielfältig. Laut Husband ist eine kollektive Identität notwendig bzw. stark, „ (...)“

¹Siehe Kap. 3.1

²Siehe Emanzipationsansätze im Kap. 5.4

wie radikal postmodern der Biograph ist.“ (Husband 2001: 14) Ein idealer medialer Aushandlungsraum, der diesem hybriden Identitätsprozess entgegen zu kommen erscheint, ist die Online Welt.

7. Internet und Identität

7.1 Internet-Kommunikation

7.1.1 Konvergente Kommunikation

Als das Internet für den ersten öffentlichen *Web-browser* im Jahr 1993 zugelassen wurde, ist er schnell zu einem der wichtigsten Kanäle zahlreicher sozialer, kultureller, ökonomischer und politischer Veränderungen geworden. Es geht dabei um multimediale Kommunikation, d. h., durch Digitalisierung werden vielfältige konvergente Mediendarstellungsformen mithilfe eines Endapparats -meist Computer transportiert. Die öffentliche Empfängerschaft, einseitige und indirekte Kommunikation, die Maletzke als Voraussetzungen für die Massenkommunikation in seiner Definition (Maletzke 1963, S.32) formuliert hat, lässt sich nicht eins zu eins auf die Internet-Kommunikation übertragen. Gerade die Vermischung von der Massenkommunikation mit der individuellen Kommunikation formuliert Hasebrink als die Besonderheit von Online-Kommunikation. (vgl. Hasebrink 2004: 144)

Ebenso trifft der von Burkart formulierte klassische Kommunikationsbegriff nicht immer bei Online-Kommunikation zu. Seine Definition, „erst der wechselseitig stattfindende Prozeß [sic!] der Bedeutungsvermittlung soll als Kommunikation begriffen werden“ (Burkart 2002: 32f.)³, greift z. B. kommt Online Foren oder Chats zu kurz. Burkart schlägt deshalb ein Konzept „elektronisch mediatisierter Gemeinschaftskommunikation“ vor, wo er statt Rezipient den Begriff *Beteiligter* (User) und den *organisierenden Betreiber* (Betreiber des Internetdienstes, der im Extremfall gar keine Aussage produziert) verwendet, die über eine *Kommunikationsstruktur* (statt den Begriff *Medium*) seine *Medienangebote* weiter kommunizieren. (Burkart 2002: 501ff.)

Hasebrink behauptet, dass das Internet schwer und viel zu visionär bleibt, bis nicht gefragt wird, was genau die Nutzer mit dem Medium machen. „Die Vielfalt der möglichen Verbreitungswege für digitale Informationen sowie neuartige multifunktionale Endgeräte führen zur Auflösung technisch geprägter Unterscheidungen zwischen verschiedenen Medien und damit zur begrifflichen Verunsicherung.“ (Hasebrink 2004: 67) Er schlägt sechs Kriterien vor, die die Unterscheidung zwischen alten klassischen Medien und neuen online Medien leichter machen. (vgl. Hasebrink 2004: 78):

³Siehe Symbolisches Interaktionismus im Kapitel 4.1

1, *Kommunikationsstruktur*: Im Vergleich zu klassischen Medien mit „one to many“ geht es bei Online-Medien um „many to many“- Struktur. Die computervermittelte Kommunikation kann man weiter in „Eins-zu-Eins-Kommunikation (z. B. E-Mail), Eins-zu-Viele-Kommunikation (z. B. Homepages) und Viele-zu-Viele-Kommunikation (z. B. Chat“ (Braune 2008: 54) teilen.

2, *Verfügbarkeit*: Man unterscheidet zwischen „push service“, wo die Angebote „von alleine“ an die Nutzenden ausgestrahlt werden (wie z. B. beim Fernsehen) und „pull service“, wo nach Selektivität und Intentionalität von NutzerInnen gefragt wird.

3, *Interaktivitätsgrad*: Es geht darum, inwieweit ein Kommunikationsdienst in der Lage ist, sich auf die individuellen Bedürfnisse bzw. Handlungsoptionen einzustellen. Das Interaktivitätskontinuum geht von standardisierter Kommunikation bei klassischen Massenmedien bis zu den Modifikationsmöglichkeiten und Transaktionen wie Online-Bestellungen und -Buchungen bei Neuen Medien.

4, *Vorstellung vom Publikum*: Für die unterschiedlichen Kommunikationssituationen ist die Vorstellung wichtig, welche sich die NutzerInnen von den anderen NutzerInnen machen. Bei den Massenmedien stellen sich die NutzerInnen ein Massenpublikum im Vergleich zu den speziellen online Kommunikationsportalenvor, wo es z. B. um eine Gruppe der Menschen nur mit bestimmtem ethnischen Hintergrund geht.

5, *Aktualität*: Die Kommunikationsmodi entscheiden, in welchem zeitlichen Bezug die NutzerInnen informiert werden. In den klassischen Medien sind sie an Programmschemata gebunden, wobei die Neuen Medien oftmals viel schneller und aktueller berichten.

6, *Intensität der Rezeption*: Hinsichtlich der Intensität der Rezeption unterscheidet man zwischen Medien mit der Suggestivkraft (bewegte Bilder des Mediums Fernsehen) und den Medien, die mehr mentalen Aufwand verlangen. Bei den Neuen Medien kann sich der User die relevanten Inhalte selbst aussuchen.

Die einzelnen Kommunikationsmodi überlappen sich oft und eine eindeutige Unterscheidung zwischen ihnen ist schwer zu treffen. Hasebrink kommt aber zu dem Schluss, dass jede von diesen Kommunikationsmedien ihre spezifische psychische, soziale und kulturelle Bedeutung für die NutzerInnen hat, was oft zur Entstehung von Crossmedia führt. Statt Substitutionseffekte werden eher komplementäre Nutzungsmuster entwickelt. Während zum Beispiel eine steigende Verknüpfung im Bereich Unterhaltung zwischen Fernsehen und Internet besteht, sind es wiederum im Printsektor vor allem bei den

Jugendlichen die Substitutionseffekte durch Internet zu beobachten. (vgl. Hasebrink 2004: 81ff.)

„Die Integration alter und neuer Medien bedeutet nicht, dass die mit verschiedenen Medien verbundenen spezifischen Gebrauchsweisen und Alltagsroutinen sich nivellieren und in einer unspezifischen allgemeinen kommunikativen Aktivität aufgehen. Im Gegenteil: vorliegende empirische Befunde (...) verweisen auf die Herausbildung sehr spezifischer Arbeitsteilungen zwischen den verschiedenen Kommunikationsdiensten.“ (Hasebrink 2004: 84)

7.1.2 Online-Zeitungen

In vielen Studien wurde bestätigt, dass eine Substitution der Print-Medien durch die Online-Zeitungsversionen zunächst nicht droht. Was aber schon bereits passiert ist, dass die Online-Zeitungen den Printzeitungen, die ohnehin mit Leserschwund kämpfen, Marktanteile abnehmen. Die großen Vorteile der Online-Ausgaben gegenüber Printmedien liegen in ihrem geringen Aufwand beim Aktualisieren von Informationen sowie in ihren multimedialen und interaktiven Möglichkeiten. Viele Medienhäuser lösen deshalb die Verluste mit einer Kombination zwischen diesen beiden Kommunikationsmodi. Sie versuchen die Online-Aktivitäten als eine Erweiterung ihres traditionellen Produkts zu nutzen und umgekehrt. Über dem Erfolg entscheiden schlussendlich die Akzeptanz und der Umgang seitens der User, für die das Zusatzangebot nach den spezifischen Möglichkeiten des Mediums Internet optimiert werden muss. Vor allem die Einrichtung einer überschaubaren Web-Community spielt in den Diskussionen über gerechte Online-Präsenz von Tageszeitungen eine wichtige Rolle, was von vielen als Erfolgsrezept angesehen wird. (vgl. Neverla 1998: 281ff.)

Das bestätigt auch die ARD/ZDF-Studie, die als treibende Kraft von zunehmender Internetnutzung die Communities sowie Videoinhalte bestätigt. Während im Jahr 2009 44 Prozent aller NetzbesucherInnen in Deutschland die komplementären Onlineangebote von Zeitungen und Zeitschriften besuchten, haben dies im Jahr 2010 schon 51 Prozent aller User gemacht. Im Zeitungs-/Zeitschriften-Bereich ist der Zuwachs von Onlinenutzung im Vergleich zu anderen Medien am deutlichsten. Der Trend geht aber „ (...) in Richtung einer sporadischen, unregelmäßigen Nutzung.“ (Kamp 1998: 290) Das Rezipieren von Zeitungs-Onlineangeboten ist laut ARD/ZDF-Studie durchschnittlich auf die ab 30 Jährigen zurückzuführen. (vgl. ARD/ZDF-OnlineStudie 2010)

Die Gründe, die gegen Verzicht auf die Printzeitungen sprechen, sind „die fehlende Portabilität und Mobilität der Online-Zeitung, zum anderen die Anstrengung und Belastung der Augen durch das Leben am Bildschirm.“ (Kamp 1998: 291) Was die inhaltliche Struktur

betrifft, sieht sie bei beiden Ausgabenformen ungefähr gleich aus, wobei die Online-Zeitungen noch immer auf der Suche nach einer eigenen Rolle sind. Kamp fasst das im Folgenden zusammen:

„Die informationsorientierten Nutzer haben allein die Botschaft im Auge, deren entscheidende Qualität ihre Aktualität darstellt. Für die Online-Tageszeitungen bedeutet dies, dass sie mehr als bisher von der produktions- und distributionsunabhängigen Flexibilität des Mediums Gebrauch machen und Nachrichtenangebote laufend aktualisieren sollten, wie es beispielsweise auch im Videotext selbstverständlich ist.“
(Kamp 1998: 296)

7.1.3 Virtuelle Gemeinschaften

In modernen Gesellschaften leben die Leute nach wie vor in sozialen Netzwerken. Sie reichen von persönlichen bilateralen Beziehungen über Netzwerke mit intensiverer Dichte bis zu den Gruppen, die gemeinsam eine eigene Identität entwickeln und ein bestimmtes Ziel verfolgen. Obwohl die persönlichen Netzwerke, die lokal verankert sind, immer noch große Rolle spielen, werden immer mehr Netzwerke mithilfe von technischen Möglichkeiten über die geografischen Räume hinaus verankert, wo es zur virtuellen Gruppenbildung kommt. (vgl. Heintz 2000: 199ff.)

Wie in Kapitel 4 bereits beschrieben wurde, gehören zu den internetspezifischen Gratifikationen die *Integration*, *Identifikation* und *Interaktion*, was gerade innerhalb der virtuellen Gemeinschaften stärker gesucht wird. Wenn man von einer virtuellen Gemeinschaft bzw. Gruppe spricht, gelten für sie dieselben Kriterien wie für soziale Gruppen, mit dem Unterschied, dass der Austausch zwischen den Mitgliedern computervermittelt passiert: „Zusammengehörigkeit empfinden, gemeinsame Ziele verfolgen, Aufgabenteilung und Rollendifferenzierung vollziehen und sowohl den Zugang zur Gruppe als auch das Verhalten innerhalb der Gruppe Regeln unterwerfen.“ (Döring/Schestag 2000: 316) Es geht also um eine Art von Erweiterung der sozialen Gemeinschaften. Nicht jedes Online-Forum stellt gleich eine virtuelle Gruppe dar, da die Regelmäßigkeit der immer wiederkehrenden aktiven NutzerInnen eine wichtige Voraussetzung für virtuelle Gemeinschaft bedeutet. Oft gibt es ein paar Stamm-Mitglieder, die durch „ (...) regelmäßige Teilnahme, Community, das Kennenlernen und Befolgen der gruppenspezifischen Normen, das Liefern konstruktiver Beiträge und vertiefte Kontakte zu anderen Mitgliedern (...)“ (ebd.320) die Community am Leben erhalten. Es muss ebenso viel Zeit und Engagement investiert werden, um in virtueller Gemeinschaft Respekt und Sympathie zu erringen. Weiteres gibt es ein Mittelfeld von Forum-Beteiligten, die nur ab

und zu mitreden und eine Gruppe von peripheren Zufallsgästen, für die die Online-Foren eher eine unterhaltsame Funktion erfüllen. (vgl. Döring/Schestag 2000: S.319f.)

Die fünf wichtigsten Funktionen von Online Communities formulieren Brunold, Merz und Wagner, die einem typischen zeitlichen Community-Verlauf entsprechen (vgl. Brunold 2000: 130-145)

1. Orientierungsfunktion: Am Anfang geht es darum, sich orientieren zu können bzw. sich mit der neuen Seite zurechtzufinden. Die neuen Mitglieder sollten sich schnell mit den Infos-, Blog-, Chat-Seiten usw. zurechtfinden.
2. Informationsfunktion: Es geht um eine (passive) Informationsphase, ohne in direkte Kommunikation treten zu müssen. Funktionen, wie Artikelverzeichnisse, elektronische Bibliotheken oder Datenbanken bilden eine wichtige Informationsquelle.
3. Dialog- und Kommunikationsfunktion: Es geht um eine der wichtigsten Funktionen, welche aktive oft kontroverse Diskussionen ermöglicht. Man unterscheidet zwischen asynchrone (zeitversetzte) Kommunikation, wie z. B. bei E-Mail oder Mail-Foren und synchrone (zeitgleiche) Kommunikation, wie z. B. bei Chat-Foren oder Konferenzen.
4. Teilhabenfunktion: Diese Funktion ist sehr wichtig, hier können die Mitglieder neben „klassischen“ Möglichkeiten aktiv durch Beurteilung und Kritik in Form von Umfragen, Rezensionen oder Events außerhalb des Internets mitwirken.
5. Transaktionsfunktion- Doing Business: Zur Professionalisierung von Communities trägt auch die Möglichkeit zu kommerziellen Transaktionen, wie Bestellungen oder Kaufempfehlungen durchzuführen, bei.

7.1.4 Virtuelle Räume als neue demokratische Orte?

Für viele BefürworterInnen des Netzes stellt Internet eine neue Hoffnung für eine bessere Demokratie. Die neue Online-Öffentlichkeit sei im Vergleich zu konventionellen Medien viel dezentrierter, globaler, zwangsloser und antihierarchisch und bietet eine Vielfalt von Informationen unterschiedlichster Qualität. Es bietet oft Zugang zu Informationen, die in klassischen Medien nicht präsentiert werden. (vgl. Rheingold 1994: 324)

„Der Zugang zu alternativen Informationen und, was noch wichtiger ist, die Möglichkeit, andere Menschen mit Informationen zu versorgen, die nicht die offizielle Sichtweise der Ereignisse wiedergeben, sind genuin politische Eigenschaften des Netzes. Ändern sich die Formen und die Menge der Informationen, zu der die verschiedenen gesellschaftlichen

Gruppen Zugang haben, dann ändert sich auch ihr Anteil an der politischen Macht.“
(Rheingold 1994 324f.)

In den Online-Sphären werden damit viele Gegenöffentlichkeiten hergestellt, die zu den Mainstream-Massenmedien ein Gegenbild darzustellen versuchen. Gleichzeitig sind die Oppositionelle auch in den Diskussionsforen von „Meinungsmachern“ wie spiegel-online.de oder standard.at aktiv, um aus anderer Seite über die Erfahrungen zu schreiben und überhaupt mit der Mainstream-Gesellschaft zu kommunizieren. (Kissau/Hunger 2009:113)

Jürgen Habermas schreibt der Öffentlichkeit in demokratischen Gesellschaften folgende Eigenschaften zu: freiwillige Teilnahme außerhalb institutionalisierter Rollen, Meinungsfreiheit, die Freiheit über Staatsangelegenheiten sowie Organisationsform staatlicher Macht zu diskutieren und kritisieren. Ähnlich wie früher, wenn die Kaffeehäuser einen Ort der unabhangeschlossenen und freizugänglichen Diskussionen waren, wird diese Funktion heute von der Online-Kommunikation übernommen. Die neuen Medien eröffnen einen egalitären Perspektivenort für Öffentlichkeit, die frei von Geschlecht, Alter, Herkunft, Aussehen und sozialer Status miteinander kommunizieren kann. Dies hat sich jedoch nicht ganz bestätigt. Die jeden Tag in Online-Netzwerken stark vertretene Phänomene wie Rassismus, Nationalismus oder Missbrauch von Daten beweisen, dass die Vision eines rein von BürgerInnen kontrolliertes egalitäres globales Kommunikationsmittels eher eine Utopie ist. Den freien online politischen Diskurs steht laut Rheingold, wie das auch bei den klassischen Medien der Fall ist, die zunehmende Kommerzialisierung im Weg. (vgl. Rheingold 1994:27)

„Die Art, wie kommerzielle Medien mit ihrer Bilder- und Tonflut den politischen Diskurs zwischen den Bürger übernehmen, ist Teil des politischen Problems, das die Kommunikationstechnologien seit Jahrzehnten für eine Demokratie darstellen. Die Tatsache, dass sich die Mittel der Telekommunikation in den Händen einer immer kleiner werdenden Elite befinden, während gleichzeitig Reichweite und Leistungsfähigkeit dieser Medien immer zunehmen, ist für die Bürger eine immer offensichtlicher Bedrohung.“(Rheingold 1994:27)

7.2 Multiple Identitätsarbeit im Internet

7.2.1 Online- vs. Offline- Identitäten

Die Neuen Medien werden von Mainsah als Orten „(...) of struggle rather than escape.“ (Mainsah 2011: 182) bezeichnet. „It is a space where the domains of the real and the virtual are inseparable.“ (ebd.) Nils Zurawski hebt als Hauptaugenmerk seiner Untersuchung die gegenseitige Beziehung zwischen Ethnizität und neuen Informations- und Kommunikationstechnologien hervor. In seinem Konzept *Virtual Ethnicity* bezeichnet er das gegenseitige Zusammenspiel der realen Ethnizität mit den virtuellen Elementen, wie z. B. das Imaginäre in Form von Legenden oder Mythen. „Damit kann auch eine „virtuelle“ Ethnizität im Cyberspace nicht eine beliebige Form annehmen, sondern steht immer in historischer Verbindung zu einer ihr vorangegangenen Form von Ethnizität, die sich lokal (im kulturellen als auch geografischen Sinne) verorten läßt [sic!].“ (Zurawski 2000:170) Informations- und Kommunikationstechnologien stellen in diesem Zusammenhang eine Art von Übersetzungsbrücke dar, die auch das konstruktivistische Potenzial von Identität mit sich birgt. Laut Zurawski beeinflusst Ethnizität die Nutzung des Internets viel stärker, als zum Beispiel die Kategorien Geschlecht oder Alter. Allerdings wird Ethnizität nicht als einziges Ziel bei Online-Kommunikation betrachtet, sondern überwiegend als Ausgangspunkt, um mit anderen NutzerInnen mit ähnlicher Situation und Problemen in Kontakt zu treten und zu diskutieren.⁴ (vgl. Zurawski 2000: 169f. und 203f.)

Wichtig ist hier, die Wechselwirkung zwischen Online- und Offline-Welt nicht zu unterschätzen, so Bräuchler, da sich diese im Hinblick auf die wichtigen Faktoren der Identitätskonstruktion wie Authentizität, Anonymität, Status und Autorität sehr viel ergänzen. Während in den Online-Communities eine uneingeschränkte und strategische Selbstrepräsentation herrscht, die zur erhöhten persönlichen *Authentizität* motivieren könnte, kommt es jedoch bei kollektiven Identitäten durch den Offline-Kontext zur Beschränkung von diesen Freiheiten. (vgl. Bräuchler 2005: 36)

Was jedoch die WebautorInnen betrifft, können sie mit der Authentizität von (Gruppen-) Identitäten durch technische Performanz viel weiter gehen, als z. B. die JournalistInnen in Printmedien. Ein weiterer „online Unterschied“ zu der Offline-Welt stellt der *Anonymitätsaspekt* dar. Sich dem prüfenden Blick der Öffentlichkeit zu entziehen und damit oft den Sanktionen des Kollektivs zu entgehen, ist für viele als sehr attraktiv. Allerdings

⁴Siehe „Virtuelle Gemeinschaften“ im Kap. 7.1.3

durch Ausschluss aus Foren, Löschen von Kommentaren oder durch verbale Hinweise, können die AkteurInnen seitens der Öffentlichkeit bestraft werden. Gerade bei kollektiven Identitätsprojekten kann die Anonymität des Akteurs/der Akteurin oftmals ein Grund für das Scheitern des Identitätsprozesses bedeuten. Dabei ist wichtig zu erwähnen, dass das Online-Bild, welches sich die anderen von Person machen, auch nur eine Konstruktion der *Persona* (mithilfe Nickname, Identitätsprofil etc.) darstellt. „Nun ist es aber so, dass auch diejenigen, die Anerkennung bekunden, ausschließlich als *Personae* handeln (...) und die Personen (...) keine direkten Rückschlüsse auf die Person hinter der *Persona* ziehen können.“ (Hugger 2009: 63) Daher müssen die AkteurInnen selbst das Fiktive und Reale aktiv in Verbindung bringen.

Weiter wurde der Gedanke über die Online-Welt als ideale egalitäre public sphere (Habermas 2001) teilweise durch die neuen Untersuchungen widerlegt, da auch hier, wie in der Offline-Welt, eine Bildung von Hierarchien festzustellen ist. Die wichtigsten Faktoren scheinen einen höheren Status in der Online-Community zu haben als die anderen, sie müssen Folgendes mit sich bringen: „entsprechende paraverbale Mittel, Flaming, eine Moderatorenrolle, technische Expertise und finanzielle Mittel, Qualität und Quantität der Beiträge, die online verbrachte Zeit, Ansprüche auf Real-Life-Fachkenntnisse, die richtige Motivation, das Beantworten von Fragen in Newsgroups etc.“ (Bräuchler 2005: 39) Was sich jedoch aufgrund des Internets verändert hat, sind die stabilen Autoritätsinstanzen, die heute ihre Macht mit vielen anderen AkteurInnen teilen müssen. Das Internet hat ermöglicht, dass sich z. B. internationale politische Gruppen mit Autoritäten herausbilden, die mit dem Nationalstaat in einem entsprechenden Bereich konkurrieren. Durch die Interaktion im Cyberspace kommt es zur Auflösung „ (...) bestehender Mechanismen sozialer Kontrolle und politischer Repräsentation.“ (ebd.) Eine weitere Verbindung zur Offline-Welt besteht darin, dass man, um einen höheren Status online zu erlangen, dazu zuerst Ressourcen aus dem realen Leben zur Verfügung haben muss. Das bedeutet, man braucht vor allem Zeit, Geld, Fähigkeiten usw., um überhaupt eigene Integrität präsentieren und Vertrauen bei anderen aufbauen zu können. (vgl. Bräuchler 2005: 39f.)

Die wichtige Zusammenwirkung der Online- und Offline-Welt bestätigt auch Kai Uwe Hugger in seiner Studie über die Identitätsverarbeitung von Jugendlichen mit Migrationshintergrund in Online-Netzwerken, indem er schreibt:

„Der Zusammenhang zwischen ‚prekärer‘ Zugehörigkeit und Anerkennungssuche, der bisher ausschließlich für den Offline-Kontext theoretisch wie empirisch festgestellt werden konnte, ist -so zeigt mein Datenmaterial- auch im Online-Kontext relevant und für das dortige Handeln der Jugendlichen wirksam, was freilich wiederum in die Offline-Welt zurückwirkt.“ (Hugger 2009: 287)

Das Potenzial des Internets ist nach Bräuchler generell groß. Das Wichtigste ist, dass es einem großen Publikum von Leuten ermöglicht, an dem Öffentlichem grenzenlos teilzunehmen, die sonst nicht die Möglichkeit gehabt hätten, sich zu informieren und ihre Stimmen öffentlich weiterzuverbreiten. Gleichzeitig bleibt sie aber vorsichtig, was die pauschalisierenden positiven Zusammenschlüsse angeht. (vgl. Bräuchler 2005: 40)

„Damit ist dem Internet auch ein erhebliches Potential an möglicher Einflussnahme und Machtzugewinn im Online- wie im Offline-Bereich zuzugestehen. Letztendlich hängt dies aber entscheidend davon ab, inwiefern die Stimmen im Netz überhaupt gehört werden und ob eine dauerhafte Wirkung daraus erwächst, wofür es keine Garantie gibt.“ (Bräuchler 2005:40)

Identitätsprojekte können insbesondere im Internet aufgrund der technischen Möglichkeiten sehr vielfältig ausgetragen werden. Das breite symbolische Material bedeutet ein ständiges interaktives Wechselspiel von Selbst- und Fremdentitäten, was sehr hilfreich für hybride Identitätsarbeit sein könne. Die im Alltag diskriminierenden Praktiken können mithilfe der spezifischen Möglichkeit des Internets besser ausgehandelt werden. Ausgehend von den zentralen theoretischen Ansätzen dieser Arbeit, die die globale Medienkommunikation und die Identitätsbildung im Mittelpunkt der Betrachtung stellen, wird deutlich, dass die Internet-Welt eine gute Alternative für die oftmals starren Medienstrukturen und ihre Identitätsmöglichkeiten bieten kann. (vgl. Ritter/Muri 2010: 176)

7.2.2 Virtuelle hybride Identitätsarbeit

Das Internet entwickelte sich zu einem Ort des dezentrierten und multiplen Experimentierens, was für ein postmodernes Leben und seine Identitäten sehr attraktiv erscheint.

Das Leben im Netz bedeutet nach Turkle,

„uns in unsere persönlichen Dramen zu projizieren, in denen wir zugleich ProduzentIn, RegisseurIn und Star sind. (...) Computerbildschirme sind die neuen Drehorte für unsere Fantasien (...) Wir nutzen das Leben auf den Computerbildschirmen, um uns mit neuen Arten des Denkens über Evolution, Beziehungen, Sexualität, Politik und Identität vertraut zu machen und anzufreunden.“ (Turkle 1996, zit. nach Hipfl 2004:339)

In seinem Buch bezeichnet Anderson (Anderson 1996) mediale Netzwerke als die wichtigste Anbindungskraft in der Diaspora lebender Menschen an ihr Herkunftsland. Anderson führt seine Gedanken über nationale imaginäre Gemeinschaften weiter, indem er in seinem *Long-Distance Nationalism*-Modell erklärt, wie durch mediale Netzwerke unterstützte Imagination an die Online-Diaspora-Gemeinschaften das Nationalitätskonzept mit seinem Territorialprinzip überwunden wird. „Die Imagination, in die Räumlichkeit in Form von gemeinsamen Ideen, Vorstellungen, Zielen und Zugehörigkeiten hineinprojiziert wird, ist eine äquivalente Grundlage zur Herausbildung von Gemeinschaften.“ (Bräuchler 2005: 25) Bräuchler, ausgehend von Andersons *imagined communities* und Appadurais *imagined worlds*, behauptet, dass gerade in der Zeit der Orientierungslosigkeit, in denen sich viele soziale und kulturelle Identitäten in den Krisenzeiten befinden, das Internet ein wichtiger gemeinschafts- und identitätsfördernder Faktor sein kann. Inspiriert von Appadurais (1998) Untersuchung kritisiert Bräuchler die Theorien über Virtualität, welche die lokalen offline Gegebenheiten außer Acht lassen. (vgl. Bräuchler 2005: 22-26)

Wenn man von der dialektischen (Netzwerk-)Theorie globaler Kommunikation ausgeht, stellt das Internet mit seiner technischen Struktur selbst ein Vorbild für die tatsächliche aktuelle postmoderne Identitätsverarbeitung dar. Für Enders und Weibert erwiesen sich die neuen sozialen Online-Netzwerke als attraktivere Kommunikationsräume, die im Vergleich zu klassischen Medien eine neue Form des Identifikationsraums darstellen. Aufgrund des globalen Wandels und seiner technischen Möglichkeiten gruppieren sich laut aktuellen Studien immer mehr Leute überwiegend um die ethnischen oder religiösen Internetgemeinschaften. (vgl. Enders/Weibert 2009: 339f.)

Henry Mainsah ist deshalb folgender Auffassung: „(...) it is important to study the internet in relation to the representation of identity (...) the web offers new possibilities for self-determination and self-representation, whereby ethnic minorities can construct their own identities in their own image.“ (Mainsah 2011: 182) Kai Uwe Hugger postuliert, dass die hybriden Identitäten von Personen mit Migrationshintergrund „(...) mithilfe dieser Sozialräume im Internet ihre national-, ethnisch-, kulturellbezogene „Ortlosigkeit“ verorten können.“ (Hugger 2009: 283) Die virtuellen Räume, im Gegensatz zu homogenen fixierten und nationalen Einheiten, ermöglichen den MigrantInnen ihre Zugehörigkeit und die Anerkennungsprobleme zu verarbeiten. (vgl. Hugger 2009: 283)

Mainsah meint, dass gerade die interaktive Ebene der Internetnutzung eine wichtige Art von “identities-in-action“ ermöglicht, wo die Identitäten bewusst getestet, erlebt, hinterfragt und

dekonstruiert werden. Bei jungen Menschen mit Migrationshintergrund spielt vor allem das Dekonstruieren von dominantem ethno- kulturellem Diskurs eine wichtige Rolle. „With the process of globalization, transnational tourism, migrant labour and a significant penetration of the internet beyond the global and local axis, the new communication technologies are pulling down the hierarchical media.“ (Ojo 2006: 170) Das bedeutet, dass trotz unterschiedlichen ethnischen, religiösen und geschlechtlichen Hintergründen die Identitäten online bewusst verarbeitet werden und eine Stabilität aufweisen können. Interaktive Online-Foren stellen eine neue Herausforderung in dem medialen Raum dar, indem sie die negativen und essenziellen Fremd-Bilder durch eigene Selbst-Präsentation und -Reflektion ermöglichen durchzubrechen. Allerdings geschieht das alles vor dem Hintergrund des Realitätskontexts, was man berücksichtigen muss. In Bezug auf die Zugehörigkeitsfunktion der Online-Communities bei Migrationsjugendlichen tendiert Goelim Gegensatz zu Castells eher dazu, über Zufluchtsort zu sprechen, wenn es um die ethnischen Minderheiten geht. Sie genießen hier das Privileg, „unmarkiert zu sein, nicht aufgrund von zugeschriebener Herkunft aufzufallen, Individuum zu sein.“ (Goel 2007, zit. nach Hugger 2009: 58) Castells wiederum bevorzugt diesbezüglich die Widerstandstheorie und räumt dem Internet ein großes Mobilisierungspotenzial aufgrund der Möglichkeiten des Aufbaus von Widerstandsnetzwerken ein. (vgl. Mainsah 2011: 182-190)

Virtuelle Kommunikationsräume erwiesen sich laut Muri als Orte der Differenz- und Identitätsproduktion, wo Ausgrenzung und Ablehnung von „jugendlichen Fremden“ genauso erlebt wird wie die Akzeptanz. Sie verweist weiter darauf, dass bei der transkulturellen Identitätsbildung im Kontext Migration bei Jugendlichen die ästhetische Ausdrucksmöglichkeit im Internet eine große Rolle spielt.

„Solche Erfahrungen verlangen nicht nur nach ständiger Befragung der eigenen (kulturellen) Identität und nach einer steten Beobachtung und Überprüfung des Verhältnisses zur Herkunftskultur und zur Kultur des Aufnahmelandes, sondern auch nach einer ständigen Weiterentwicklung des Lesens der Codes der anderen und des Aussendens eigener Codierungen.“ (Ritter/Muri 2010: 157)

Sie bezieht sich dabei auf den Kulturbegriff der Cultural Studies, der als Kampf um Bedeutungen beschrieben wird, „ (...) durch ein Wechselspiel von Artikulationen und Performanz über den Sinn bzw. Wert von Traditionen und Repräsentationen bestimmt wird.“ (ebd. 155)

Das Internet schafft die Grenzen zwischen privater und öffentlicher Sphäre ab, was in Bezug auf ethnische Sphären nach Kissau und Hunger eine besondere Rolle spielt, „denn dort

werden persönliche (Identitäts-) Prozesse öffentlich und so für viele nachvollziehbar, was der gegenseitigen Akzeptanz dienen kann.“ (Kissau/Hunger 2009: 112) Was die Internetsprache betrifft, reflektiert diese die multiplen Alltagssprachpraktiken von den hybriden Jugendlichen. Mainsah stellt fest: „ (...) the incorporation and use of signs associated with the different variety of backgrounds (...) underscores the complex semiotic process and patterns of interpretative work manifested in the everyday social interactions of such groups of youth.“ (Mainsah 2011: 189) Mainsah hebt in seiner Forschung anhand von selbstpräsentierten Beiträgen von MigrantInnen im norwegischen Web vor allem „language mixing“ und „metaphorically creative exercise in code switsching“ hervor, was als Hilfsmittel für die ethno-kulturelle hybride Identitätsartikulation bei jungen MigrantInnen verwendet wird. (vgl. Mainsah 2011: 189) Für Bräuchler ist die Online-Kommunikation durch hoch emotionale Kommunikationsmodi gekennzeichnet. Die Variationen in der „Parasprache (strategische Großbuchstaben, Arrangieren von Textzeichen in so genannten Emoticons, absichtliche Rechtschreibfehler, Wortwahl, Schreibstil und -struktur etc.) übernehmen die Ausrichtung involvierter affektiver und sozioemotionaler Prozesse im Online-Bereich“(Bräuchler 2005: 35)

Hugger warnt trotzdem vor vorschnellem Jubeln von Online-Netzwerken, da die Online-Identitätsverarbeitung auch mit vielen Problemen verbunden sein kann. „Online-Communities können vor allem dann einen Beitrag leisten, wenn der Verortungsprozess dadurch begleitet wird, dass es den Jugendlichen gelingt starke soziale Verbindungen zu anderen [sic!]herzustellen. Scheitert jedoch der Aufbau (...) können diese also (...) als nur schwach und wenig vertrauenswürdig gekennzeichnet werden.“ (Hugger 2009: 284f.) Für Bräuchler bleibt das Internet, was seine Identitätsfunktion betrifft, auch ambivalent, da für sie seine Unsicherheitsfaktoren wie Anonymität und Unverbindlichkeit die gewohnten Merkmale der persönlichen und sozialen Identität verschwinden lassen. Internet kann neben seiner zunehmenden identitätsstiftenden Bedeutung als Konstruktions- und Präsentationsmedium leicht zur Stärkung einer Identitätskrise beitragen. Sie erklärt dies anhand der persönlichen Identitäten, die immer ausgetauscht werden können und mit den Gemeinschaften nicht lokalisierbar seien. Damit können die Gruppenzugehörigkeiten unverbindlich und für das Individuum leer und ineffektiv bleiben. (vgl.Bräuchler 2005: 34f.)

8. MigrantInnen und Medien in Österreich

8.1 MigrantInnengenerationen in Österreich

Es gibt keine offizielle Definition von Migration und Migrant auf der österreichischen oder europäischen Ebene. Was in jedem Fall die Bezeichnung „Migrant“ bedeutet, beschreibt die *Internationale Organisation für Migration* in Folgendem:

„The term migrant was usually understood to cover all cases where the decision to migrate was taken freely by the individual concerned for reasons of ‚personal convenience‘ and without intervention of an external compelling factor; it therefore applied to persons, and family members, moving to another country or region to better their material or social conditions and improve the prospect for themselves or their family. The United Nations defines migrant as an individual who has resided in a foreign country for more than one year irrespective of the causes, voluntary or involuntary, and the means, regular or irregular, used to migrate.“ (IOM; 03. 03. 2012)

In Österreich kann man von drei Haupt-Migrationswellen sprechen, welche auf den öffentlichen Diskurs in der Geschichte einen starken Einfluss hatten. Die erste Welle fand in den 1960er Jahren statt - die sogenannten GastarbeiterInnen aus dem ehemaligen Jugoslawien und der Türkei, die schnell ein negatives Image in der österreichischen Gesellschaft gewonnen haben. Die klassische ethno-kulturelle Dichotomisierung, die auf den Unterschied zwischen „Wir“ und die „Anderen“ beruht, hat die kollektive österreichische Identität geprägt. Als Reaktion darauf startete die Bundesregierung damals eine Kampagne mit dem berühmten Poster „Kolaric“ (Bild unten), womit eine Sensibilisierung und Akzeptanz in der österreichischen Gesellschaft erhöht werden sollte.



Ab.4.: Aktion Mitmensch, Quelle: Aktion "Mitmensch 1973"

Die zweite Welle der Migration stellten nach der „Sanften Revolution“ die MigrantInnen hauptsächlich aus den benachbarten Ländern dar. Auch damals wurde eine fremdenfeindliche Atmosphäre durch die Medien, vor allem durch die Boulevardzeitung „Neue Krone Zeitung“ geschürt, wobei die MigrantInnen als Bedrohung für die Gesellschaft präsentiert wurden. Es wurde in den Medien wenig über ihre Situation berichtet, sondern nur ihre ökonomische Bedrohung für das Land diskutiert. Die letzte Welle ist durch die Migrationsströme aus der Türkei und aus anderen Kontinenten wie Asien und Afrika gekennzeichnet, wo in diesem Fall vor allem die schwarzen MigrantInnen in der Medienberichterstattung negativ ausfallen. (vgl. Migration in der IPKW; 03. 03. 2012)

Alle diese in unterschiedlichen Zeitwellen nach Österreich gekommenen MigrantInnen mit nicht-österreichischer Staatsbürgerschaft, die in einem anderen Land geboren sind und sich hier niedergelassen haben, zählen zu der ersten MigrantInnengeneration. Ihre Nachkommen, die entweder vor dem schulpflichtigen Alter (d. h. vor dem sechsten Lebensjahr) nach Österreich gekommen und hier aufgewachsen sind oder in Österreich geboren wurden, gehören zu der Zweiten Generation. Die Nachkommen, die während der Schul- oder Ausbildungszeit nach Österreich gekommen sind und hier leben, gehören zur 1,5 Generation. (vgl. Punzenberger 2003: Die „2. Generation“ an zweiter Stelle?; 03. 03. 12)

Laut Untersuchung des Integrationsfonds und der Statistik Austria lebten zu Jahresbeginn 2011 rund 753.200 Frauen ausländischer Herkunft (Frauen mit ausländischer Staatsangehörigkeit oder im Ausland geborene Staatsbürgerinnen) in Österreich (17,5 Prozent der weiblichen Gesamtbevölkerung, ca. 4,3 Mio.) und 699.400 Männer mit ausländischer Herkunft. Ihre Herkunftsländer sind meist: Deutschland (118.100), Serbien, Montenegro, Kosovo (zusammen 107.400), die Türkei (86.300), Bosnien-Herzegowina (65.000) sowie Rumänien (37.900). (Fast 800.000 Migrantinnen; 03. 03. 2012)

Herzog Putzenberger versucht anhand von drei Typologien unterschiedliche Integrationsprozesse, in denen sich die MigrantInnen in der österreichischen Gesellschaft befinden, zu klassifizieren. Diese sind in hohem Maße vorstrukturiert, aber auch gleichzeitig mitgestaltet. (vgl. Punzenberger 2003: Die „2. Generation“ an zweiter Stelle?; 03. 03. 12):

1, Der erste Prozess bedeutet wachsende Akkulturation und parallele Integration in die Mittelschicht der Mehrheitsgesellschaft. Dies betrifft vor allem Leute mit dem erwünschten „Humankapital“, was laut Puzenberger viele Nachkommen von Flüchtlingen aus dem 20. Jahrhundert aus Osteuropa betrifft.

2, Zu dem zweiten Prozess zählen MigrantInnen aus ethnisch-nationalen Gruppen, die wenig Humankapital besitzen und deshalb nicht willkommen sind. Die ausgegrenzte sozialräumliche Platzierung lässt eine Widerstandskultur entstehen, die sich mit der damit verknüpften Armut auf die weiteren Generationen weitervermittelt. Diese Form ist als Folge der „GastarbeiterInnenpolitik“ in Österreich zu befürchten, die vor allem die Gruppen mit türkischen und ex-jugoslawischen Wurzeln betrifft.

3, Der dritte Prozess stellt eine erfolgreiche Verknüpfung von ökonomischem Aufstieg mit der Beibehaltung von Werten und Solidarität dar, wobei das soziale Kapital das mögliche Fehlen Ausbildung und Berufserfahrung auch bei der Zweiten Generation kompensiert. Dieser Prozess ist in Österreich wenig anzutreffen. Die wahrscheinlich einzige größere Gruppe sind die deutschen MigrantInnen, die sogenannte „Elitewanderung“.

8.2 Zweite MigrantInnengeneration „auf den zwei Leitern“

Bezüglich der Zweiten Generation der MigrantInnen muss zunächst erwähnt werden, dass es bisher wenige empirische Studien zu dieser Gruppe in Österreich gibt. Daher bietet sich als einzige geeignete Quelle die Studie der Soziologin Hilde Weiss an, die sehr ausführliche Daten über diese Generation bietet. Genauso gibt die Diplomarbeit von Agata Cwierz wertvolle Daten über ihre Lebenssituation, Identität und Einstellungen her. Beide Autorinnen haben mit MigrantInnen der zweiten Generation in Österreich Interviews durchgeführt.

Das Leben für die Kinder aus den sogenannten GastarbeiterInnenfamilien bedeutet oft ein Leben in sozial benachteiligten Lebensverhältnissen und noch dazu in einem kulturellen Erziehungszwiespalt zwischen den Traditionen des Elternlandes und Aufnahmelandes. Die Sozialisation geschieht oftmals durch normative Sichtweisen und Werte von Eltern und sowie durch die Außeneinflüsse und Erfahrungen in der Schule, Massenmedien, Peersgruppen usw. Falls diese Einflüsse und Werte sich widersprechen, kann es zu Ambivalenz bzw. Identitätskrise kommen, muss aber nicht. Als andere Werthaltungen, die in Österreich Konflikte in der Gesellschaft auslösen können, sind zum Beispiel die nicht demokratischen oder nicht individualistischen Werte. Ob das stabile Zugehörigkeitsgefühl zu einer, zu keiner oder zu beiden Kulturen bei der Zweite Generation entwickelt wird, hängt größtenteils von sozioökonomischen Netzwerken ab. (vgl. Weiss 2007:S.21ff.)

Was die Bildungsmobilität betrifft, schließen aktuell immer noch die Jugendlichen mit Migrationshintergrund häufiger mit einem niedrigeren Abschluss die Schule ab als die Jugendlichen aus der österreichischen Mehrheitsgruppe. Hierbei muss aber festgestellt werden, dass es beträchtliche Unterschiede innerhalb der zweiten Generation gibt. Während Jugendliche aus dem ehemaligen Jugoslawien eine Mittelposition einnehmen, schneiden die Jugendlichen türkischer Herkunft am schlechtesten ab. In den höheren Bildungssektoren befinden sich hauptsächlich die Jugendlichen aus osteuropäischen Ländern. Weiss sieht die Ausbildung von Eltern, Deutschkenntnisse und Schulnoten als weitere Faktoren, die die besseren Chancen für strukturelle Integration der Jugendlichen erhöhen. (ebd. 35-52) Es fehlen einerseits die Unterstützungsmöglichkeiten bei Lernschwierigkeiten seitens Eltern, denen die entsprechende Sprachkompetenz fehlt und andererseits die vorbildlichen Bildungs- und Berufsbilder bei den Eltern, so Herzog-Putzenberger. (vgl. Punzenberger 2003: Die „2. Generation“ an zweiter Stelle?; 03. 03. 12)

Als meistvorkommende Quelle der Konflikte zwischen Eltern und Kindern in den MigrantInnenfamilien bezeichnet Weiss den starken Leistungsdruck, von dem das soziale Generationsaufsteigen auf der Seite der Eltern erwartet wird sowie deren normativen Vorstellungen bezüglich FreundInnen- und PartnerInnenwahl. Sie stellt fest, dass gerade diese elterlichen Erwartungen und Vorstellungen eine Zwiespältigkeit der sozialen Identität bei Jugendlichen der Zweite Generation hervorrufen können. Mit zunehmendem Alter und der immer schwächer werdenden Verbundenheit mit dem Elternhaus werden diese Spannungen immer jedoch kleiner. (vgl. Weiss 2007: 148f.)

Die religiöse Praxis ist im Vergleich zu der Elterngeneration bei der Zweiten Generation weniger verbreitet, wobei die Bedeutung von Religion bei MigrantInnenen Jugendlichen vor allem mit türkischen Wurzeln eine immer größere Rolle spielt als bei Jugendlichen ohne Migrationshintergrund. Die jungen gläubigen Frauen distanzieren sich zwar immer mehr von den religiösen Sitten, die ein traditionsbewahrendes Element in sich haben, doch die innere Religiosität wird als Instrument der kulturellen Orientierung und Zugehörigkeit immer behalten. Anzumerken ist, dass die Hinwendung zur Religion unabhängig vom Bildungsniveau entsteht. Weiss führt weiter an, dass zwar keine Korrelation zwischen starker innerer Religiosität und Isolation oder Diskriminierungsgefühlen besteht, dafür aber eine Korrelation zwischen Religiosität und eigenethnischen Freundschaften bei türkischstämmigen Jugendlichen. (ebd.165-177) Daraus kann man Folgendes schließen: Die Jugendlichen verbinden „ (...) mit dem Islam nicht nur Religion, sondern Zugehörigkeit zur türkisch-islamischen Kultur.“ (Weiss 2007: 178)

Aber nicht nur die türkischstämmigen Jugendlichen, sondern auch die Mehrheit der polnischen Jugendlichen fühlt sich sehr der polnischen Kirche zugehörig. Cwierz meint, dass der Kirchenbesuch sowohl von den Sprachkenntnissen als auch von der Art und Weise, wie die Festtage in der Familie gefeiert werden, abhängt. Die Mehrheit der Befragten hat jedoch zugegeben, sich in polnischen sowie österreichischen Bekanntenkreisen wohlfühlen und dies, obwohl die meisten in homogenen polnischsprachigen Familien leben. (vgl. Cwierz 2007:76 und 84)

Das Interesse an Politik ist generell bei den Jugendlichen ziemlich klein, wobei die Bereitschaft an politischen Wahlen sowohl bei Jugendlichen ausländischer Herkunft als auch bei Einheimischen groß ist. Zwischen den Jugendlichen findet keine Differenzierung statt, was politische Partizipation betrifft. Bezüglich der Berufsorientierung werden Frauenrollen ähnlich wie bei einheimischen Jugendlichen wahrgenommen. Einen beträchtlichen Unterschied wird aber bei dem privaten Frauenbild festgestellt, da besonders bei türkischstämmigen Mädchen und Frauen ein stärker durch Familie, Weiblichkeit und Mütterlichkeit geprägtes Bild der Frau herrscht. Zusammenfassend zeigen sich „die in den unmittelbaren sozialen Beziehungen gelebten Traditionen und Normen (...) als ‚resistent‘ gegenüber Veränderungen, während allgemeine demokratische Normen in überraschend hohem Ausmaß befürwortet werden.“ (Weiss 2007: 183)

Zum Schluss ihrer Studie präsentiert Weiss Befunde, die die Zusammenhänge über die ethno-kulturelle Identität der Zweiten MigrantInnen-Generation erklären sollen:

Mehrheit der Jugendlichen mit Migrationshintergrund hat angegeben, Österreich als Heimat zu empfinden. Gleichzeitig hat aber rund die Hälfte geantwortet, sich genauso in Österreich wie auch im Herkunftsland zu Hause zu fühlen. Dies bestätigt auch Cwierz, indem sie anhand ihrer Ergebnisse feststellt, dass die polnischstämmigen MigrantInnenjugendliche sich mehrheitlich „ (...) beiden Ländern zugehörig fühlen.“ (Cwierz 2007: 91) Was jedoch auffällt ist, dass etwa die Hälfte der Kinder mit polnischen Wurzeln sich schon bereits entschieden hat, ihr zukünftiges Leben in Polen zu verbringen, obwohl die meisten gerne in Österreich leben. (vgl. Cwierz 2007: 85-89) Nur ein kleiner Teil der MigrantInnenjugendlichen fühlt sich jedoch nirgendwo richtig zu Hause. Was interessant ist, ist fast die gleiche nicht so stark emotionale Beziehung zu Österreich bei den einheimischen Jugendlichen wie auch bei jenen der Zweiten Generation. Dies kann ein Verweis auf eine postnationale Ausrichtung sein, so Weiss. Laut Weiss stehen die doppelten Identitäten mit der Beherrschung der Herkunftssprache und Akkulturation in Zusammenhang. „Beherrscht

man die Herkunftssprache sehr gut, so bleibt auch die Bindung an die Herkunftskultur lebendig, beherrscht man sie nicht mehr, so führt der Weg viel stärker in Richtung einer „eindeutigen“ kollektiven Identität.“ (Weiss 2007: 196) In vielen polnischen MigrantInnenfamilien werden laut Cwierz beide Sprachen konsequent eingesetzt und daher auch beide Sprachen von den Kindern in ihrem sprachlichen Alltag gut bewältigt. Es besteht „(...) eine positive Einstellung gegenüber den beiden Sprachen.“ (Cwierz 2007: 94) Während bei marginalen Gefühlen auf die reale Verunsicherung zurückzuführen ist, ist bei Bikulturellen keine deutliche psychosoziale Struktur erkennbar. Gemeinsam weisen beide Gruppen eine gewisse Distanz zu modernen Werthaltungen auf. (vgl. Weiss 2007: 193-212) Cwierz fasst zusammen, dass für MigrantInnenjüngliche zwar Österreich ein Zuhause darstellt, sie sich aber gleichzeitig auch in Polen zu Hause fühlen. „Sie bauen eine balancierte Ich-Identität auf, die polnische und österreichische Anteile in sich trägt. Der momentane Zustand zeigt keine Spur von Assimilation der Kinder, denn sie werfen ihr Herkunftsland und ihre Kultur nicht ab, sondern versuchen beides unter einen Hut zu bringen.“ (Cwierz 2007: 95)

Aufgrund der lückenhaften Daten- und Forschungslage über die Mediennutzung von jungen MigrantInnen in Österreich werden in folgendem Kapitel die Daten aus den deutschen ARD/ZDF-Studien zitiert. Da die ethnische MigrantInnengruppen beider Länder vergleichbar sind und vorwiegend aus ähnlichen Regionen kommen, kann man vermuten, dass das Medienverhalten dieser Menschen in beiden deutschsprachigen Ländern nicht signifikant differiert

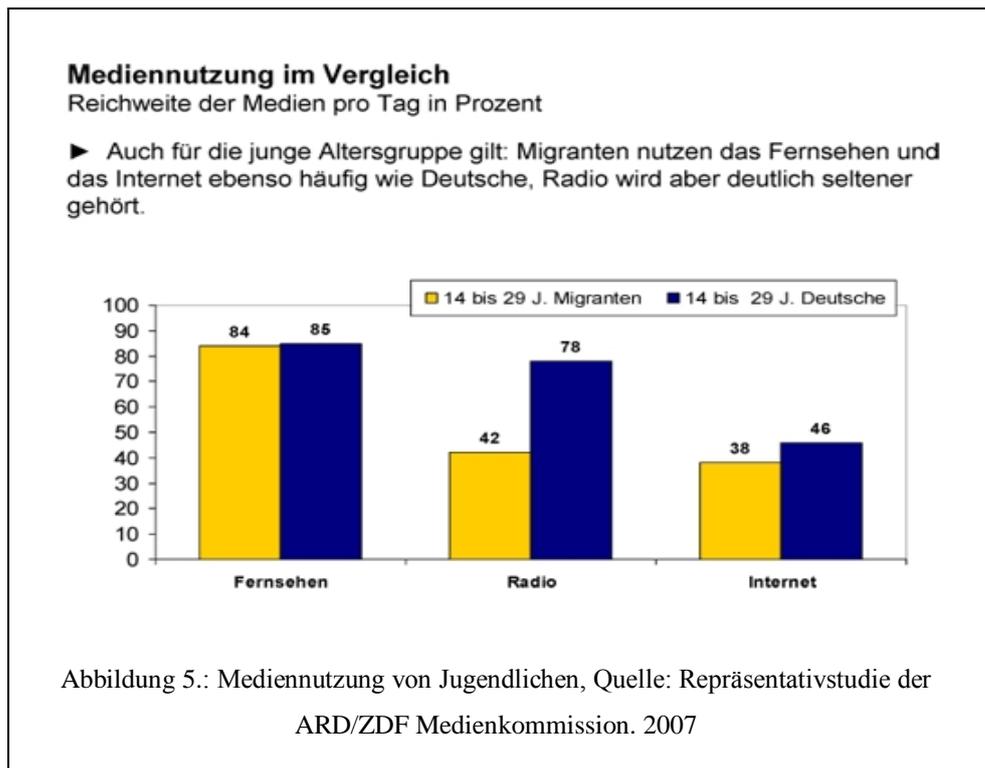
8.3 Mediennutzung von jungen MigrantInnen

Schon seit 1997 wird innerhalb der ARD/ZDF-Onlinestudie untersucht, wie sich der Internetumgang im Vergleich zu anderen Medien bei der deutschen Bevölkerung entwickelt. Die neuesten Ergebnisse der ARD-ZDF-Onlinestudie zeigen, dass die längste durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer des Internets bei jüngeren Menschen bis 29 Jahre ist, gefolgt von Jugendlichen bis 19 Jahre.

Schon bereits die ARD/ZDF-Online-Studie aus dem Jahr 2002 charakterisiert die sehr aktiv-dynamischen OnlinenutzerInnen als jünger, überwiegend männlich und mit einem höheren formalen Bildungsgrad. Es wurde festgestellt, dass diese Gruppe viel häufiger und kontinuierlicher im Alltag online ist als die anderen NutzerInnen. Sie benutzen das Medium sehr vielfältig, sowohl im beruflichen als auch im privaten Leben. Aktiv-dynamische

NutzerInnen eignen sich die neuen Entwicklungen sehr schnell an und neben ihren rational zielgerichteten Vorgehensweisen im Internet nutzen sie häufig auch die Unterhaltungsmöglichkeiten. Diese Gruppe ist sehr kommunikativ im Internet, wobei sie aber ein geringeres Interesse an Politik aufweist. Wahrscheinlich aufgrund ihres Alters und oft noch nicht abgeschlossener Ausbildung interessieren sich mehr für die Unterhaltungsinhalte. (vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie-2002;04.03.2012)

Eine weitere Studie ist die ZDF/ARD-Studie „Migranten und Medien“, die im Juni 2007 als erste bundesweite repräsentative Studie zum Stellenwert deutscher und herkunftsprachiger Medien bei in Deutschland lebenden Menschen mit Migrationshintergrund veröffentlicht wurde. Die Studie hat bestätigt, dass das Leitmedium bei jungen Deutschen sowie jungen MigrantInnen das Fernsehen bleibt, allerdings für MigrantInnen eine stärkere Unterhaltungsfunktion erfüllt. Das Internet stellt sich insbesondere bei jüngeren MigrantInnen als das wichtigste Informations- und Kommunikationsmedium dar, wobei es oft die Brückenfunktion zum Herkunftsland übernimmt. Die Tageszeitungen lesen regelmäßig rund 40 Prozent vor allem der älteren MigrantInnen, wobei deutschsprachige Zeitungen häufiger rezipiert werden als die aus der Heimat. Die Ausnahme sind nur die älteren türkischen MigrantInnen, die sich stärker als die anderen MigrantInnengruppen an die Herkunftslandzeitungen richten, obwohl von jüngeren türkischen MigrantInnen mehrheitlich deutschsprachige Printmedien gelesen werden. Generell kann man aber festhalten, dass bei den türkischen MigrantInnen im Vergleich zu anderen MigrantInnengruppen die herkunftsstämmigen Medien eine größere Rolle spielen. Das Rezipieren von Herkunftslandmedien hängt vor allem von sprachlichem Integrationsgrad, Aufenthaltsdauer und Angebot bzw. Verfügbarkeit von heimat Sprachigen Medien ab. (vgl. „Migranten und Medien 2007“ ; 04. 03. 2012) In der folgenden Tabelle wird gezeigt, dass das Fernsehen und das Internet gleichviel von jungen Deutschen und jungen MigrantInnen rezipiert werden, womit bestätigt wird, dass es keine mediale Kluft zwischen den Jugendlichen in Deutschland besteht:



Die nächste Tabelle über die Fernsehnutzung aus der ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“ bestätigt, dass sich auch in dem Fall keine medialen Parallelgesellschaften d. h. keine Medienghettos von MigrantInnen bilden. Nur ein kleiner Teil hat angegeben, ausschließlich die Herkunftslandmedien zu nutzen. Hinzu besteht laut der Studie ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Nutzung von deutschen Mehrheitsmedien und guten Deutschkenntnissen von MigrantInnen. Das bestätigt, dass die deutschen Sprachkenntnisse eine der wichtigsten Voraussetzung für gegenseitige Integrationsleistung mithilfe der deutschsprachigen Medien darstellen. (vgl. „Migranten und Medien 2007“; 04. 03. 2012)

Fernsehnutzung

Nutzergruppen (Stammnutzung: 4 bis 7 Tage pro Woche in Prozent)

► Die meisten Migranten werden mit deutschen Fernsehprogrammen erreicht. Nur eine Minderheit - 14 Prozent - sieht ausschließlich heimat Sprachiges Fernsehen. Ein Viertel sieht deutsch- und heimat Sprachige Fernsehprogramme.

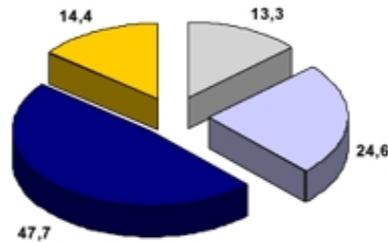
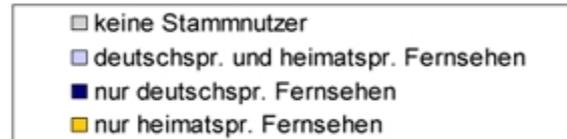


Abbildung 6.: Fernsehnutzung von MigrantInnen, Quelle: Repräsentativstudie der ARD/ZDF Medienkommission. 2007

Aufgrund der Studienergebnisse kann man feststellen, dass bezüglich der Mediennutzung die MigrantInnen keine homogene Gruppe sind, sondern hier große Unterschiede zwischen einzelnen ethnischen MigrantInnengruppen sowie MigrantInnengenerationen formuliert werden können. In weiterer Folge werden die aussagekräftigsten Mediennutzungsdaten aus der Studie zu den einzelnen größten MigrantInnengruppen in Deutschland dargestellt, welche ebenso zu den größten MigrantInnengruppen in Österreich gehören:

Rund 76 Prozent der Menschen mit türkischem Migrationshintergrund nutzen den Computer, wobei die durchschnittliche Online-Dauer 32 Minuten beträgt und mehr deutschsprachige als heimat Sprachige Printmedien rezipiert werden. Bei den Gruppen aus dem ehemaligen Jugoslawien haben 77 Prozent der ProbandInnen einen Computer im Haushalt, wobei täglich durchschnittlich 41 Minuten das Internet genutzt wird. Die Printmedien werden ebenso mehrheitlich aus dem deutschsprachigen Raum rezipiert. (vgl. „Migranten und Medien 2007“; 04. 03. 2012)

8.4 Transkulturelle mediale Räume in Österreich

Die heutige Gesellschaft, die sich durch transzendierende Kulturen und multiple instabile Identitäten auszeichnet, braucht dazu entsprechende Medien. Diese Rolle übernehmen die sogenannten transkulturellen Medien, die eine Identifizierungsplattform für ständig ausgehandelte nicht mehr homogene nationale Identitäten bieten sollen.

Es muss daher eine neue Fragestellung in der Medienforschung eröffnet werden, weil es in der heutigen ausdifferenzierten Mediengesellschaft nicht nur um herkömmliche Mainstreammedien einerseits und Minderheitenmedien andererseits geht, sondern es entstehen auch ganz neue Medienformen, die eine Stellung „dazwischen“ übernehmen. (vgl. Jarren 2002: 128)

Laut Johanna Wögerer, die die transkulturellen Zeitschriften in Österreich untersucht hat, lassen sich diese durch folgende Merkmale kennzeichnen. (Wögerer 2004: 84):

- multi-, inter- und transkulturelle Inhalte,
- kritischer und teilweise auch semiprofessioneller Journalismus,
- Verbundenheit zu einer sozialen Bewegung,
- Anliegen einer Gegenöffentlichkeit: Kommunikation von Integration, die über etablierte Medien nicht gegeben ist.

Da grade in Österreich eine geringe Medienvielfalt herrscht und dafür eine dichte Boulevardblattszene „den öffentlichen Dialog“ in der Gesellschaft bestimmt, was sich demnach an dem Defizit bestimmter gesellschaftlichen Themen widerspiegelt, besteht aktuell eine große Nachfrage an solchen neuen transkulturell orientierten Medien. Diese Medien, überwiegend sind es die Printmedien und Online-Community-Medien, machen sich die Probleme mit Migration und Integration als zentrale Agenda. Das entsteht vor allem aus der Tatsache, dass Österreich längst ein Einwanderungsland ist, was aber in dem öffentlichen Diskurs sehr wenig berücksichtigt wird. (vgl. Wögerer 2004: 82ff.)

Migration und Integration sind jedoch nicht die einzigen Hauptthemen. Diese Medien sehen sich als Sprachrohr für jeden und jedes, was aus anderer Perspektive und Erfahrung spricht und keinen Raum in den Mainstreammedien bekommt. Diese Medien stellen eine Art von Agenda-Setting (McCombs/Shaw 1972) dar, was durch Aufgreifen bestehender oder neuer Themen einen neuen Repräsentationsraum von Code-Botschaften schafft, die den nationalen öffentlichen medialen Diskurs zu brechen versuchen. Nicht zuletzt bieten sie eine alternative Möglichkeit für viele JournalistInnen, die vielfältige Themen aus verschiedenen Bereichen

und Blickwinkeln mitbringen. Sie sammeln damit wichtige Berufserfahrung, was vielen JournalistInnen gerade mit Migrationshintergrund in den österreichischen Medien weitgehend verwehrt bleibt. (vgl. Wögerer 2004: 87)

Da ein relativ großes Potenzial seitens der Zielgruppe besteht, müssen die transkulturellen Medien nicht unbedingt nicht-kommerziell sein. Es wurde laut aktuellen Studien bestätigt, dass die Menschen mit Migrationshintergrund sogar zu einer der stärksten Kaufkräfte in Österreich gehören, was eine Anziehungskraft der Werbebranche bedeuten soll. Laut der Hajek-Studie aus dem Jahr 2007 hat 61 Prozent der Befragten mit Migrationshintergrund bestätigt, Spaß beim Geldausgeben zu haben, wobei: „(...) nur 30% der Gesamtbevölkerung kann diese Einstellung teilen.“ (Hajek-Studie 2007, nach Cucujkic 2009: 108) Noch dazu bilden jene Menschen die Zielgruppe, die zwar ohne Migrationshintergrund sind und auch zu keiner Minderheitsgruppe gehören, die aber darauf abzielen, informativ, wahr und aktiv mithilfe von Medien auf die Missstände aufmerksam zu machen und sie zu verändern. Ein weiterer Grund seien die immer stärker verbreiteten postnationalen Identitäten, die nicht nur die Menschen mit Migrationshintergrund besitzen, heißt es in der Hajek-Studie.

Vor allem die Zweite Generation der MigrantInnen in Österreich scheint heutzutage die perspektivreiche Generation zu sein, die durch ihre perfekten sprachlichen Fähigkeiten neue Ansichten, Erfahrungen und ihre „Dazwischen-Sein“-Situation eine notwendige Bereicherung für die österreichische Medienlandschaft darstellen kann. Allerdings sind für sie die aktuellen Möglichkeiten in Medien immer noch in vielerlei Hinsicht begrenzt und bleiben daher unausgeschöpft.

Es ist zwar in den vergangenen Jahren in den Ethno- sowie Mainstream-Medien einiges in dieser Richtung passiert, trotz allem muss seitens der Politik vielmehr versucht werden, die österreichischen Mainstreammedien in den Prozess der Integration einzubinden.

In weiterer Folge werden die bereits funktionierenden trans-kulturellen medialen Räume sogar auch als Teil der Leitmedien im Überblick dargestellt.

8.4.1 Transkulturelle Printmedien

Den größten transkulturellen Raum in Österreich bilden die Printmedien, die sich laut Wögerer (Wögerer 2007) in fünf Gruppen einteilen lassen: erstens *Vereins- und Spendezeitschriften* (z. B. „Die Gute Zeitung“ des Wiener Integrationshaus oder „Zebratl“ des Vereins Zebra), zweitens *Migrationspolitische Zeitschriften* (z. B. „Die Bunte Zeitung“

oder „Liga“), drittens *MigrantInnenmedien* (z. B. deutsch-türkische Monatszeitung Öneri, bosnisch-kroatisch-serbische Zeitschrift KOSMO oder deutsch-serbokroatisch-türkische BUM-Zeitung), viertens *Jugendzeitschriften* (z. B. deutschsprachiges Stadtmagazin „Biber“⁵) und zum Schluss sind es die *internationalen Zeitschriften* (z. B. The African Courier mit eigenem österreichischen Teil).

Unter den Leitmedien startete im Jahr 2008 ein Pionierprojekt der Qualitätszeitung „die Presse“, wobei wöchentlich die JournalistInnen mit Migrationshintergrund eine ganze Seite gestalten. Das Ziel ist, MigrantInnen die Chancen zu geben, jenseits von Ghettoisierung Selbstbilder in den Mainstreammedien zu produzieren und aus der anderen Perspektive zu berichten. (vgl. Migranten schreiben für die Presse; 04. 03. 2012)

Ein sehr aktuelles Förderungsprojekt ist die „Akademie mit scharf“ für junge JournalistInnen mit Migrationshintergrund. Sie hat mit finanzieller Hilfe des Bundesministeriums für Inneres das transkulturelle Magazin „biber“ vorbereitet. Es wurden ab Juni 2011 zwanzig Stipendien mit zweimonatiger journalistischer Grundausbildung und darauf folgendem Praktikum im österreichischen Leitmedium an interessierende KandidatInnen mit Migrationshintergrund vergeben. („biber“ Stipendium; 04. 03. 2012)

Das Magazin „Biber“ wird als Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit noch später auch mit seinem Online-Forum in Details vorgestellt.

8.4.2 Transkulturelle Rundfunkräume

Das Medium Radio Afrika TV, das über das Wiener Ballungsraumfernsehen OKTO und über den ORF sowie Radio ORANGE das Bild Afrikas jeden Tag dem österreichischen Publikum näher bringt, bietet eine vielfältige Plattform für transkulturellen Austausch in Österreich. Es setzt sich zum Ziel, eine Brücke zwischen österreichischen und afrikanischen Kulturen zu schaffen, um die sämtlichen Kommunikationsbarrieren und damit gegenseitige Vorurteile abzuschaffen. (www.radioafrika.net; 04. 03. 2012)

Weiter stellt eine Ergänzung zum öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Fernsehen das OKTO TV, das den engagierten ProduzentInnen aus der Öffentlichkeit eine technische Infrastruktur zur Verfügung stellt. Menschen aus verschiedenen ethnischen, sozialen und kulturellen Communities können selbstbestimmend auf Deutsch oder auch in anderen Sprachen ihre Ideen und Erfahrungen in den einzelnen Sendungen präsentieren. (www.okto.tv; 04. 03. 2012)

⁵Siehe „biber“ Offline im Kap. 9.1

Ein ähnliches unabhängiges Projekt heißt ORANGE 94.0, Das Freie Radio in Wien. Das Radio präsentiert sich selbst als alternatives Medienprojekt, das mit 500 ehrenamtlichen MitarbeiterInnen, darunter auch mit vielen mit Migrationshintergrund, diverse Sendungen bietet. (www.o94.at; 04. 03. 2012) Freies Radio „Radiofabrik“ stellt die größte Radio Community Westösterreichs von Jugendlichen, Kindern, SeniorInnen, MigrantInnen und Frauenorganisation dar, die auf einer eigenen Radiofabrik-Homepage reagieren können und dabei ihre unterschiedlichen Sichtweisen in Form von Kommentaren oder Blogs auf Türkisch, Englisch, Portugiesisch, BKS usw. austauschen können. (www.radiofabrik.at; 04. 03. 2012)

Auch der öffentliche Rundfunk strahlt trotz vielfacher finanzieller Bedrohungen und Reduzierungen noch immer eine eigene mehrsprachige Radiosendung „Heimat, fremde Heimat“ aus, die im Schnitt von 67.000 Zusehern gesehen wird. Diese Sendung orientiert sich hauptsächlich an MigrantInnen und ÖsterreicherInnen, die sich an ethnische Themen interessiert sind, um das Miteinander in Österreich zu fördern. Es soll genauso den JournalistInnen mit Migrationshintergrund helfen, in andere Redaktionen des ORF zu übersteigen und sich damit aus dem „Ghetto-Journalismus“ zu befreien. (derneue.orf.at; 04. 03. 2012)

8.4.3 Transkulturelle Online-Räume

Da zahlreiche Studien bereits bestätigt haben, dass die MigrantInnen Gehör und eine für sie wertvolle politische, soziale und kulturelle Kommunikation zu verschaffen, sich immer mehr dem Onlineraum zuwenden, sollen in weiterer Folge die größten multiethnischen Onlineforen in Österreich beschrieben werden. Diese stellen zwar keinen direkten Ersatz zu den klassischen Medien und ihrem Potenzial dar, sie bieten aber eine wichtige Möglichkeit, eigene Angelegenheiten öffentlich zu präsentieren und ausdiskutieren.

Ein neuer sich zurzeit verbreiteter Bereich in der Online-Welt stellen die transkulturellen Online-Magazine dar, die überwiegend von MigrantInnen betrieben werden. Ein solches Projekt ist auch *migrazine.at*, das mehrsprachige Online-Magazin aus Linz. Das Magazin erscheint vierteljährlich als Mix von Reportagen, Kommentaren, Analysen und Interviews zu vielfältigen Themen, wobei es sich primär als Plattform für unterrepräsentierte Stimme positioniert. Ein jederzeit mögliches Interaktionseingreifen seitens Publikums übernimmt der Rubrik-Migrablog. Die Redaktion meint selbst, ihren eigenen journalistischen Blick durch die Kategorie „Migrantin“ beeinflusst zu haben, die sie als politische Identität

verstehen, „d. h. als Bezeichnung eines „oppositionellen Standorts“ und im Sinne einer feministischen und antirassistischen Parteilichkeit.“(vgl. *migrazine.at*; 04. 03. 2012)

Für die MigrantInnen mit afrikanischer Herkunft gibt es das Informationsforum *Afrikanet*, das über das alltägliche Leben dieser Menschen in Österreich berichtet und nur sehr selten über Afrika. Für Dialog- und Kommunikationsfunktion gibt es unter jedem Beitrag die Möglichkeit, Kommentare und Meinungen auszutauschen.

Dasseit sieben Jahrenfunktionierende Online-Forum *balkanforum.at* bietet vielfältige Teilforen für unterschiedliche Themen, welche meist von Menschen aus dem ehemaligen Jugoslawien in Österreich und Deutschland benutzt werden. Die Zielgruppe wird selbst von den ForumbetreiberInnen als „Balkanese und Jedermann, der sich betroffen fühlt“ definiert. Nach der Registrierung kann jedes Mitglied neue Themenbereiche in einzelnen Teilforen erstellen, Beiträge schreiben und ändern, auf andere Beiträge antworten, private Nachrichten an andere Benutzer senden, Alben erstellen, Bilder hochladen, Kommentare abgeben, an Umfragen teilnehmen, Termine im Kalender eintragen und eine Kontaktliste herstellen. Das Themenspektrum reicht von Themen wie Politik, Wirtschaft, Bildung, Soziales, Religion, Kriminalität bis zu Frauenpower, Diaspora und Sport, wobei die meisten Beiträge in deutscher Sprache erfasst sind und sowohl österreichischen als auch ex-jugoslawischen und ausländischen Bezug haben. (vgl. *balkanforum.at*; 04. 03. 2012)

Die Qualitätszeitung „der Standard“ gestaltet seit Februar 2010 auch ein eigenes Online-Projekt *daStandard.at*, das ausschließlich von jungen NachwuchsjournalistInnen mit Migrationsbiografien betreiben wird. Hier haben die JournalistInnen die Möglichkeit, sich selbst zu präsentieren und können auch versuchen, eine authentische Online-Berichterstattung mit ihrem speziellen Blick auf die „alten“ und „neuen“ ÖsterreicherInnen zu geben, die laut *daStandard.at*-Redaktion ein erfolgreiches Rezept in Richtung medialer Integration darstellt. (vgl. *dastandard.at*, 04. 03. 2012)

Ich bin der Auffassung, dass auch die Beiträge in den Diskussionsforen von „MeinungsmacherInnen“ wie *spiegel-online.de* oder *standard.at*, die von „Transkulturellen“ geschrieben werden und vom Mehrheitspublikum ausdiskutiert werden, aufgrund anderen Perspektivenschreibens genauso zum wichtigen kulturellen und sozialen Wandeln auf jeder Seite beitragen.

Das M-Media-Handbuch, das im Rahmen der Fachtagung 2011 „Messe.Migration.Medien“ veröffentlicht wurde, teilt die österreichischen MigratInnenmedien nach Communitys zusammenfassend ein, wobei hier beide, sowohl „Mono-Ethnocommunity-Medien“ als auch

„Ethnocommunity-übergreifende Medien“ berücksichtigt werden. (vgl. Medienhandbuch;04. 03. 2012):

	Anzahl	Typ	Sprachen
Afrikanische Medien	6	Print, Online, Rundfunk	Deutsch, Englisch, Französisch
Arabisch/Muslimische Medien	4	Online, Print	Arabisch, Deutsch
Bosnische/Kroatische/Serbische Medien	6	Online, Print	BKS, Deutsch
Bulgarische Medien	2	Print	Deutsch, Bulgarisch
Chinesische Medien	2	Print	Chinesisch
Jüdische Medien	7	Online, Print	Deutsch
Lateinamerikanische Medien	4	Print, Online, Rundfunk	Deutsch, Spanisch
Pakistanische Medien	2	Online	Englisch, Urdu
Persische Medien	1	Online	Deutsch, Persisch
Polnische Medien	7	Online, Print	Deutsch, Polnisch
Russische Medien	3	Online, Print	Deutsch, Russisch
Türkische Medien	22	Print, Online, Rundfunk	Deutsch, Türkisch

Ab. 7. Österreichische MigrantInnenmedien- Medienhandbuch 2011

Laut dem Medienhandbuch gibt es in der Kategorie „Community-übergreifend“ insgesamt 23 Print-, Online- und Rundfunkmedien mit unterschiedlicher Ausrichtung und Zielgruppe. Darunter fällt auch ein von den meistrezipierten kommerziellen transkulturellen Medien, das Stadtmagazin „biber“, das einen Mainstream-Anspruch aufweist und auch von M-Media als „Community-übergreifend“ eingestuft wurde. (vgl. Medienhandbuch, 04. 03. 2012)

9. „biber“- Das transkulturelle Stadtmagazin und seine Online-Community

9.1 „biber“ OFFLINE

Die Zeitschrift „biber“ stellt sich selbst als das erste transkulturelle Magazin im deutschsprachigen Raum dar, das jene ansprechen soll, die die kulturelle Vielseitigkeit schätzen. Die primäre Zielgruppe der Zeitschrift stellen die WienerInnen der Zweiten und Dritten Generation im Alter zwischen 15-45 Jahren dar. Allerdings versteht sich „biber“ nicht als klassische Minderheitenzeitschrift, weil die Zeitschrift die „Sprache der Einheimischen“ benutzt, um möglichst viele MigrantInnen, wie auch die Mehrheitsgesellschaft anzusprechen und somit einen bestimmten Mainstream-Anspruch aufweist. „Die Redakteure bieten den LeserInnen eine scharfe Mischung aus Lifestyle, Entertainment, Politik, Wirtschaft und Society jenseits des Mainstreams österreichischer Massenmedien.“ (dasbiber.at/wasistbiber; 04. 03. 12)

Die Zeitschrift erscheint in deutscher Sprache, wobei in einer Redaktion die RedakteurInnen mit sowie ohne Migrationshintergrund gemeinsam die Texte publizieren.

„Ein Haufen junger, ambitionierter Journalistinnen und Journalisten [sic!] mit türkischen, bosnischen, serbischen, kroatischen, kurdischen, brasilianischen, kärntnerischen, oberösterreichischen, slowenischen, und soweit -ischen Hintergrund, sorgt für authentische Berichte.“ (dasbiber.at/wasistbiber; 04. 03. 12)

Das „biber“ wurde im Jahr 2006 im Rahmen eines Non-Profit-Projekts unter der Leitung von Bülent Öztoplu (Leiter vom Jugend-, Kultur- und Integrationsverein Echo) und von dem aus Österreich stammendem *Kurier*-Redakteur Simon Kravagna gegründet. Herausgegeben wird das Magazin von der *Biber Verlagsgesellschaft mbH*. (vgl. Tauschitz 2010: 51)

Mit einer Auflage von 65.000 Stück erscheint das Magazin zehnmal jährlich und hat sich mittlerweile ein dichtes Vertriebsnetzwerk mit Handelsketten, Shopping-Centers, Lokalen, Schulen und U-Bahnstationen aufgebaut, wo das „biber“ gratis verteilt wird. Das Magazin finanziert sich durch Werbeanzeigen und ist gewinn ausgerichtet, wobei neben der Kernredaktion die meisten JournalistInnen ehrenamtlich arbeiten. (dasbiber.at/mediadaten)

Die RedakteurInnen berichten größtenteils über Lifestyle, Politik, Wirtschaft und Society der Zweiten und Dritten Generation, womit sie der österreichischen Bevölkerung damit eine andere Sichtweise über die MigrantInnen zu eröffnen versuchen, um gegenseitige Vorurteile

und Stereotypen abzubauen. Die Zeitschrift stellt sozusagen eine Überbrückungsplattform zwischen den MigrantInnengruppen und der Mehrheitsbevölkerung und nicht so sehr ein Integrationshilfsmittel dar, wie das bei den meisten Ethnomedien ist. Das breite Themenspektrum mit „scharfen“ vielfältigen Sichtweisen aus MigrantInnen- sowie ÖsterreicherInnen-Perspektive ergibt sich durch die gemischte Redaktion selbst. (vgl. dasbiber.at/wasistbiber; 04. 03. 12)

Das Magazin versucht auch, durch eigene Kampagnen die öffentlichen Diskussionen mitzugestalten. Die mediale Info- und Mobilisierungskampagne im Auftrag der Stadt Wien hat sich zum Beispiel zum Ziel gesetzt, die Jugendlichen mit Migrationshintergrund zur Gemeinderatswahl 2010 zu mobilisieren. Andere Kampagnen wie „Wiens Wirtschaft spricht alle Sprachen“ oder „Sag’s multi!“ versuchen, auf die spezifischen Fähigkeiten dieser Generation innerhalb der österreichischen Öffentlichkeit aufmerksam zu machen. (dasbiber.at/mediadaten)

„biber“ wurde laut Branchenblatt „Journalist“ sogar als das beste Gratismagazin des Landes ausgezeichnet: „Das Themenangebot - ein nicht enden wollendes Feuerwerk, ein 20-gängiges Menü.“ (derStandart.at; 04.03.2012), so die Jury.

9.2 „biber“-ONLINE- www.dasbiber.at

Ab.8. Ausschnitt der Einstiegseite www.dasbiber.at

Die Zeitschrift „biber“ versucht ferner seine LeserInnen interaktiv an ihre Berichterstattung zu binden, indem sie eine Biber-Online-Community gegründet hat. Wie „biber“ selbst auf eigener Homepage präsentiert, gestalten diese 5.000 Mitglieder die Online-Community mit. „Sie sind die Opinion-Leader ihrer Communities und schreiben, was sie wirklich bewegt. Das macht uns unique.“ (dasbiber.at/mediendaten)

Dasbiber.at bietet ein breites Spektrum an interaktiven Funktionen, um einen Online-Treffpunkt mit einem breiten Angebot für Biber-Community zu ermöglichen. Ohne zuerst registriert zu sein, hat jede/r BesucherIn der Seite die Möglichkeit, aktuelle sowie ältere Artikel aus der Printausgabe sowie die Kommentare von Community-Mitgliedern unter dem Artikel zu lesen. Außerdem können auch die einzelnen Blogs, die entweder von RedakteurInnen oder von User gefasst sind, gelesen werden. Falls aber die Besucher selbst Kommentare schreiben oder eigene Blogs verfassen möchten, müssen sie sich zuerst registrieren.

Die Registrierung ist kostenlos und wird nach Angaben von persönlichen Daten per E-Mail von BetreiberInnen des Portals bestätigt. Im Willkommen-E-Mail bekommt man nach erfolgreicher Registrierung die wichtigsten Informationen über die Community-Homepage, was die Orientierungsfunktion gleich am Anfang erfüllen soll.

Für jedes Mitglied gibt es dann die Möglichkeit, unter dem Button „Mein Profil“ das eigene Profil zu bearbeiten. Im Zuge der eigenen Identitätspräsentation können einerseits soziodemografische Daten (Geschlecht, Ausbildung, Beruf, Lebensstatus, Wohnort, Bezirk, Herkunftsland und Geburtsort) und andererseits lebensstilbezogene Daten (Lieblingmusik, Interessen, Lebensmotto) angegeben werden. Zudem gibt es die Möglichkeit, sich durch eigenen Avatar⁶ zu präsentieren. Jeder User hat auch seine eigene „Pinnwand“, wo ihm die anderen NutzerInnen verschiedene Kommentare und Einträge hinterlassen können. Unter „Freundschaftsbuch“ kann man durch Freundschaftsanfragen ein eigenes Freundesnetzwerk ausbauen. Als User hat man weiteres die Möglichkeit, unter „Inhalt erstellen“ Blogs und Kommentare selbst zu schreiben. Unter derselben Rubrik gibt es auch Möglichkeit, Bilder und Videos hochzuladen.

Dasbiber.at stellt den Mitgliedern generell, sowohl asynchrone als auch synchrone Kommunikationsdienste zur Verfügung. Zu asynchronen Kommunikationsdiensten gehört die Möglichkeit, private E-Mails an andere Mitglieder der Community zuzusenden. Als synchroner Kommunikationsdienst zwischen den Mitgliedern stellt dasbiber.at eine Art Chatbereich auf der Hauptseite zur Verfügung, wo man jederzeit schnell eine kurze Textmeldung („tweet“) hinterlassen kann, die für alle sichtbar ist.

Eigene Einstellungen oder Vorschläge können die User über die regelmäßig neu gestellten Umfragen den AdministratorInnen weitervermitteln. Jede Woche wird ebenso das Video der Woche auf der Hauptseite gepostet, das als Unterhaltungsfunktion dienen soll. Unter der Rubrik „Upcoming Events“ wird über die anstehenden kulturellen Events, Community-Treffen oder Partys informiert, womit den Mitgliedern die Möglichkeit geboten wird, die Online-Bekanntschafen auf die Offline-Welt zu übertragen.

Wenn wir diese Merkmale des Biber-Online-Community mit den Merkmalen aus der Funktionsliste von Brunold, Merz und Wagner⁷ vergleichen, erfüllt die Online-Seite alle Kriterien der Online-Community. Das einzige, was fehlt, sind die Möglichkeiten der

⁶ Avatar bedeutet grafische Selbstdarstellung im eigenen Profil

⁷Siehe Kap. 7.1.3

kommerziellen Transaktionsdienste, was daran zurückzuführen ist, dass es sich in der Zeitschrift vor allem um gesellschaftliche und nicht kommerzielle Motive handelt.

Die „biber-Online-Seite“ wurde ebenso mit einem Preis ausgezeichnet. Von dem „Österreichischen Journalistinnen Club“ hat sie den New Media Journalism Award 2010 aufgrund ihres vorbildlichen Umgangs mit den Neuen Medien in dem offenen Community-Forum verliehen bekommen.

9.3 Bisherige Studie über die JournalistInnen der Zeitschrift „biber“

Ein wichtiges und inspirierendes Sprungbrett meiner Arbeit stellt die Diplomarbeit von Anna Tauschitz dar. Sie hat sich die Frage gestellt, welche Identitäten besitzen die JournalistInnen der transkulturellen Zeitschrift „biber“ und wie vermitteln sie das in ihrer Berichterstattung. Sie hat im Rahmen ihrer Forschung qualitative Interviews mit sechs „Biber“-JournalistInnen geführt sowie eine qualitative Inhaltsanalyse der Artikel als Untersuchungsmethode gewählt, wobei sie zu folgenden Ergebnissen über die RedakteurInnen des Magazin „Biber“ kam (Tauschitz 2010):

-Soziodemografische Daten

Sie gibt an, dass der Großteil der RedakteurInnen zur Zweiten Generation zählt und seit ihrer Geburt oder seit dem Kindesalter in Österreich lebt. Die meisten besitzen die österreichische Staatsbürgerschaft. Die Länder, aus denen ihre Eltern kommen, sind Bosnien und Herzegowina, Serbien und die Türkei. Alle befragten JournalistInnen haben entweder einen Bakkalaureat- oder Magisterabschluss, wobei ihre Eltern zur Hälfte nur einen Maturaabschluss haben und als GastarbeiterInnen nach Österreich gekommen sind. In Bezug auf die religiöse Zugehörigkeit gehören die Befragten mit serbischen Wurzeln dem serbisch-orthodoxen Glauben, die aus Bosnien und Herzegowina entweder zum römisch-katholischen Glauben oder dem Islam und die türkischstämmigen RedakteurInnen gehören mehrheitlich zum Alevitentum⁸.

- Selbst- und Heimatbild

Die meisten JournalistInnen definieren sich als bikulturelle oder tri-kulturelle Mischung und kombinieren ihre ethnischen und nationalen Zugehörigkeiten. Fast alle sehen Österreich bzw. Wien als ihre Heimat, wobei aber die meisten gleichzeitig auch das Herkunftsland (der Eltern) als ihre Heimat bzw. Urlaubsheimat bezeichnen. Einige verbinden mit Heimat kein

⁸ Islamische Konfession

konkretes Land oder den Geburtsort und schaffen es nicht, das Heimatgefühl in Worten wiederzugeben. Der Großteil von ihnen hat aber einen positiven Bezug zu Österreich und das vor allem im Hinblick auf die Infrastruktur, das Sozialsystem, Sicherheit und Multikulturalität in Wien. Zu den negativen Seiten zählen die Mentalität der Wiener und der Druck ihrerseits, sich anpassen müssen. Zum Herkunftsland haben viele eine sehr starke emotionale Bindung und fühlen sich im Hinblick auf die Mentalität der Menschen dort zu Hause. Das schlechte Sozialsystem, Korruption, geringe Berufschancen usw. sind wiederum die Faktoren, die sie am Herkunftsland stören.

- Schule, FreundInnen und Partnerschaft

Alle einigen sich darauf, dass zuerst das Erlernen der Sprache wichtig war, um sich den Respekt bei den MitschülerInnen und LehrerInnen in der Schule zu erkämpfen. Diskriminiert fühlen sich die RedakteurInnen in ihrem Leben gar nicht oder nur sehr selten. Worauf ihre Eltern achteten, war der Freundeskreis ihrer Kinder, weil sie nicht wollten, dass sie nur Freunde aus MigrantInnengruppen haben. Die Mehrheit gibt zu, mehrere Freundeskreise zu haben, die unterschiedlicher ethnischer Herkunft sind. Sie haben sowohl mit „echten“ ÖsterreicherInnen zu tun, als auch mit Menschen mit Migrationshintergrund, wobei sie sich emotionell etwas mehr mit den „Ihresgleichen“ verstehen. Dasselbe gilt auch bei der PartnerInnenwahl, weil der/die PartnerIn auf Dauer wegen Mentalitätsunterschiede und Sprachunterschiede lieber mit ähnlichem ethnischen Background bevorzugt wird.

- Kultur, Tradition und Religion

Mit der Kultur aus dem Herkunftsland fühlt sich ungefähr die Hälfte der RedakteurInnen sehr vertraut, was davon abhängt, wie ihre Eltern ihnen die Sprache und Kultur beigebracht haben. Manche haben erst später selbst die Sprache gelernt und sich durch Bücher mit kulturellem Hintergrund des Herkunftslandes beschäftigt. Obwohl die meisten einer Religion angehören, üben sie ihren Glauben kaum aus. Sie stellen sich primär als weltoffene Menschen dar, die den Glauben anderer respektieren. Was die religiöse Feste betrifft, werden nur die größten gefeiert. Der Großteil beherrscht im Durchschnitt vier bis sechs Sprachen, wobei alle Deutsch, die Sprache ihrer Eltern und Englisch können. Die Sprache, in der die meisten denken und fühlen, und sie deshalb als Muttersprache bezeichnen, ist die Sprache der Eltern. In emotionalen Situationen wird ebenso die Muttersprache gewählt, wobei deutsch in offiziellen Bereichen überwiegend verwendet wird. Das sogenannte Code-Switching wird unter MigrantInnen der Zweiten Generation oder Familienmitgliedern

verwendet. Alle RedakteurInnen haben angegeben, sowohl österreichische als auch herkunftsländliche Medien zu rezipieren.

Wenn wir die Aussagen von JournalistInnen aus dem Magazin „Biber“ mit jenen aus den Studien von Weiss und Cwiesz vergleichen, sieht man, dass sich daraus ähnliche Schlüsse ziehen lassen.

Man kann generell feststellen, dass die RedakteurInnen des Magazins größtenteils zur Zweiten MigrantInnengeneration gehören, die ein Zugehörigkeitsgefühl gleichzeitig zu Österreich wie auch zu ihrem Herkunftsland entwickelt hat. Ganz bewusst nehmen sie die Vorteile und Nachteile beider Länder wahr und gestalten daraus die Grundlage für ihre Identitätsbilder. Österreich schnitt bei ihnen besser als Nationalstaat mit seinen soziopolitischen Vorteilen ab, während das Herkunftsland nach emotionalen Kriterien besser bewertet wird. (vgl. Tauschitz 2010: 96)

Meines Erachtens liegt es daran, dass die Eltern (und teilweise auch sie selbst) darauf achteten, dass sie beide Sprachen lernten und den Kontakt zu Menschen auch aus anderen ethnischen Freundschaftskreisen pflegten. Das Bildungsniveau der Eltern und die sozialen Verhältnisse scheinen nicht so eine große Rolle zu spielen, da viele die ersten Akademiker in den Familien sind. Ihre Wertansichten kann man generell als offen und liberal bezeichnen. Diesbezüglich hebt Tauschitz vor, dass die „biber“-JournalistInnen keine Merkmale der gespaltenen Identitäten aufweisen, wie oft in Bezug auf hybride Identitäten kritisiert wurde. „Im Gegenteil- sie stehen zu ihren kulturellen Wurzeln und nutzen diese, wie auch ihre multilinguale Kompetenz, für die Erschaffung neuartiger, kreativer Produkte, in diesem Fall für die Produktion des transkulturellen ‚biber‘-Magazins.“ (Tauschitz 2010: 97)

-Qualitative Analyse der Berichterstattung des Magazins „biber“

Die Autorin hat anhand einer qualitativen Analyse die einzelnen Themenbereiche aufgelistet, welche in der Berichterstattung vorkommen. Laut Tauschitz kommen häufig die Porträts der MigrantInnen der Zweiten und Dritten Generation vor, die beruflich erfolgreich sind, liberal und oftmals auch kontrovers. Weiter sind es die länderspezifischen Themen in Form von Reiseberichten, dann wirtschaftliche, politische und soziokulturelle Themen. Eine spezifische Aufmerksamkeit wird innerhalb der politischen Themen der Migration gewidmet. Tauschitz hat in Bezug auf die Sprache des Magazins geschlossen, dass die

JournalistInnen bewusst eine Mischsprache in Form von Ethnolekt⁹ wählen, weil sie sich vom Schreibstil der klassischen Mainstreammedien abgrenzen möchten sowie von der Sprachidentität der ersten MigrantInnengeneration und österreichischen Gesellschaft. Einen anderen Identifikationsaspekt bieten die Fotos, die meist Porträtfotos sind und eine Identifikation mit dem Text und vor allem mit dem/der AkteurIn des Textes beeinflussen. (vgl. Tauschitz 2010: 88-95)

Tauschitz stellt fest, dass vor allem durch die Porträts der MigrantInnen der Zweiten und Dritten Generation in der Berichterstattung die hybride Identität von RedakteurInnen in das Medium mittransportiert wurde. Laut ihr bestehen gewisse Ähnlichkeiten zwischen den AutorInnen und porträtierten MigrantInnen. (Tauschitz 2010: 92)

Meines Erachtens muss hier die Frage gestellt werden, ob auch die Zielgruppe von „biber“ der selben Generation mit ähnlichen sozialen Merkmalen, wie die RedakteurInnen haben, gehört und sich somit in den angebotenen Identitätsbildern wiederfinden kann. Die Antwort auf diese komplexe Frage versuche ich, mithilfe meiner empirischen Untersuchung zu finden.

⁹ Ethnisch-gemischte Ausdrücke

Empirischer Rahmen

10.1 Forschungsentwicklung

Als einer der wichtigsten theoretischen Rahmen dieser Arbeit dient das Kreislaufmodell der medialen Artikulationsebenen von Hepp. Dabei geht man davon aus, dass sich die drei medialen Artikulationsebenen, d. h. Produktions-, Repräsentations- und Aneignungsebene gegenseitig beeinflussen. Ausgehend von Tauschitzs Untersuchung von JournalistInnen der „biber“-Zeitschrift, über die festgestellt wurde, dass sie ihre eigenen transkulturellen Hybrididentitäten in den medialen Text mittransportieren, konzentriere ich mich in meiner Arbeit wiederum auf die Repräsentations- und Aneignungsebene.

Mithilfe der Inhaltsanalyse vom medialen Text und seinen Codes, die die Identitätsrahmen für die RezipientInnen bieten, werde ich zuerst untersuchen, welche Identitätsbilder seitens Zeitschrift der Zielgruppe angeboten werden. Anschließend versuche ich zu erklären, wer die RezipientInnen sind und wie genau sie sich diese identitätsstiftenden Bilder aus der Zeitschrift aneignen. Zum Schluss gehe ich mithilfe einer vergleichenden Analyse den Identifikationsprozessen seitens RezipientInnen nach, um feststellen zu können, ob die angebotenen inhaltlichen und formalen Merkmale von ZeitschriftakteurInnen und ihre Repräsentation von den RezipientInnen positiv aufgenommen oder abgelehnt werden.

Um die Identitätsangebote des Textes umfangreich und komplex analysieren können, habe ich die Methode der quantitativen Inhaltsanalyse gewählt. Die Aneignungsebene wurde anschließend ebenso mithilfe der quantitativen Inhaltsanalyse von Online-Kommentaren analysiert, welche unter untersuchten Artikeln auf der „biber“- Onlineseite erscheinen.

Zusammengefasst kann man sagen, dass Fokus meiner Arbeit in der Untersuchung des Zusammenspiels von der Medienrepräsentationsebene und Medienaneignungsebene im Falle der Zeitschrift „biber“, liegt, um zu wissen, wie ihre transkulturellen Identitätsbilder von Online-RezipientInnen im Rahmen des Online-Kommentierens angeeignet, verhandelt und angenommen werden.

10.2 Die methodische Vorgehensweise

10.2.1.Forschungsfragen

Ausgehend von theoretischen Annahmen im Hinblick auf die empirischen Ergebnissen sollen folgende Forschungsfragen als Ziel dieser Studie beantwortet werden:

1. Welche inhaltlichen und formalen Identitätsbilder werden im medialen Text von Zeitschrift „biber“ vermittelt?

(Repräsentationsebene)

2. Von wem und wie werden die Identitätsbilder des repräsentierten medialen Textes aus der Zeitschrift „biber“ anhand des Online-Kommentierens angeeignet?

(Aneignungsebene)

3. Wie ist der Identifikationsprozess seitens Online-KommentatorInnen in Bezug auf AkteurInnen aus der Zeitschrift „biber“?

(Identifikationsebene)

Die Formulierung der drei Hauptfragestellungen dieser Studie, die einen explorativen Anspruch haben, beeinflussten primär die theoretischen Vorannahmen über mediale Identitätsverhandlung von Menschen mit Mehrfachidentitäten bezogen auf die Zeitschrift „biber“ und ihre Online-Community. Alle drei Fragestellungen beziehen sich auf das theoretische Kreislaufmodell von Hepp, das in Kapitel 4.3.1 dargestellt wurde und gehen primär von seinen zwei Artikulationsebenen aus. Die Ebene der Produktion wurde aus den Gründen der vorliegenden wissenschaftlichen Studien, die sich mit dieser Ebene bereits qualitativ beschäftigt haben, ausgelassen, aber für die Interpretation der Zusammenhänge natürlich mit einbezogen. Die dritte Fragestellung behandelt die ethnisch-kulturelle Identifikation, die ebenso laut Hepp in einer wechselseitigen Beziehung mit den Artikulationsebenen aus dem Kreislaufmodell steht und sich dabei konstituiert. Das bedeutet, dass die zwei beforschten Hauptebenen, sowohl Repräsentation, als auch Aneignung, einen wichtigen Blick auf die Identifikationsprozesse bei RezipientInnen bieten und umgekehrt.

10.2.2 Quantitative Inhaltsanalyse als Untersuchungsmethode

Um die Antworten auf die Fragestellungen mithilfe empirischer Daten zu erhalten und diesbezüglich einen komplexeren Überblick über die einzelnen Ebenen zu schaffen, habe ich mich für die quantitative Inhaltsanalyse als Untersuchungsmethode entschieden. Diese Methode erschien als geeignet, insbesondere wegen ihrer Möglichkeit der Verarbeitung von größeren Textmengen.

„Die Inhaltsanalyse ist eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen.“(Rössler 2010: 22)

Durch die vorbestimmten Regeln wird der Kodiervorgang kontrolliert und nachvollziehbar. „(...) sie arbeitet mit operationalisierten Kategorien, die den Interpretationsvorgang transparent machen.“(Grimm 1986:21) Es handelt sich bei Inhaltsanalyse aber nur um eine bestimmte Interpretationsweise des Textes und nicht um einen absoluten einzigen richtigen Textinhalt. (vgl. Früh 2007: 138)

„Inhaltsanalyse ist als eine spezifische Leseweise von Texten anzusehen, in der die Subjektivität des Inhaltsanalytikers einer methodischen Kontrolle unterworfen wird. Sie erfolgt gemäß einer vom Forscher gewählten Untersuchungsperspektive, die mit der jeweiligen Fragestellung wechselt.“ (Grimm 1986: 23)

Es kann sich anhand des IA-Instrumentariums entweder um eine einfache deskriptive Beschreibung der Berichterstattung handeln oder um reflektorische Schließung von Inferenzschlüssen, die die gesellschaftliche Konstruktion von Wirklichkeit darstellen. Diese Inferenzschlüsse geben der Inhaltsanalyse eine wichtige Aussagekraft, wobei die jeweilige Kontextualisierung noch oftmals eine ergänzende Datenerhebung braucht. „Erst der sinnvolle Vergleich führt zur Kenntnis, nicht die reine Auflistung von Zahlenkolonnen (...).“ (Rössler 2010: 36)

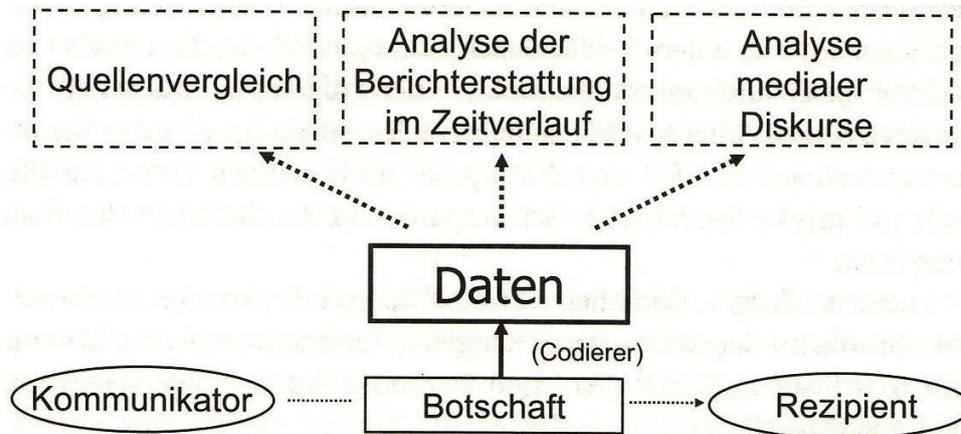
Als die wichtigsten Kontexte für Inferenzschlüsse gelten:

- 1, der Kommunikator,
- 2, der Rezipient,
- 3, die historische, politische oder soziale Situation.

Es kann also laut Rössler „auf Basis der analysierten Berichterstattung auch auf Merkmale der RezipientInnen geschlossen werden, für die die Medieninhalte produziert werden. Einflüsse auf deren Wahrnehmungen sind zu erwarten, direkte Wirkungen auf Einstellungen oder Verhalten der Menschen hingegen weniger.“ (Rössler 2010: 31ff.)

Wenn nur auf die Beschreibung von Merkmalen geschlossen wird, gibt es dennoch eine Reihe von zweckmäßigen Anwendungen, wie in der nächsten Tabelle dargestellt ist:

Ab. 9. Beschreibungsstrategien der Medienberichterstattung (Rössler 2010: 28)



Für die vorliegende Arbeit ist sowohl der Vergleich medialer Quellen (Zeitschrifttext vs. Online-Kommentare) als auch die Ebene der medialen Diskurse von Bedeutung, da hier die Struktur des Diskurses über transkulturelle Identität im Medium „biber“ aufgearbeitet wird. Neben diesen deskriptiven Aspekten der Untersuchung handelt es sich auch um reflektorische Kontextschließung primär auf Online-RezipientInnen, über die Zusammenschlüsse in Bezug auf ihre Wahrnehmung und Identitätsverhandlung gezogen werden. Dies alles lässt dann aufgrund kontextueller Darstellung von Gemeinsamkeiten und Unterschieden, eine sinnvolle Interpretation von Fragestellungen zu. (vgl. Rössler 2010: 32)

10.2.3 Untersuchungsdesign

10.2.3.1 Untersuchungssample und -zeitraum

Da sich alle drei Forschungsfragen auf die Zeitschrift „biber“ beziehen, hob ich alle Ausgaben dieser Zeitschrift von Dezember 2009 bis Jänner 2011 für die Analyse hervor. Das Untersuchungssample aus der Zeitschrift umfasste daher insgesamt **11 Ausgaben** (Dezember-Jänner/09-10, Februar/10, März/10, April/10, Mai/10, Juni/10, Juli-August/10, September/10, Oktober/10, November/10, Dezember-Jänner/10-11), wobei ich immer jeden zweiten Artikel für Untersuchung einbezog. Die Stichprobe bestand dann insgesamt aus **149 Artikeln**. Durch diese Auswahl wurde versucht, die Zeitschrift „biber“ und seine Printberichterstattung repräsentativ darzustellen.

Es wurden ebenfalls zu jedem untersuchten Artikel aus den oben erwähnten Printausgaben die Online-Kommentare hervorgehoben, die unter dem einzelnen Artikel auf der „biber“ - Internetseite ebenso von Dezember 2009 bis Jänner 2011 erschienen. Das Untersuchungssample aus der „biber“-Onlineseite umfasst insgesamt **523 Online-Kommentare**. Der Zugang zu den Kommentaren erfolgte durch elektronische Archive auf der „biber“ - Onlineseite.

10.2.3.2 Kategorienbildung, Operationalisierung und Kodierregeln

Um die Regeln und Prinzipien der Inhaltsanalyse in der Arbeit transparent zu halten und um damit eine intersubjektive Nachvollziehbarkeit der Erhebung zu sichern, werden nun einzelne Analyseneinheiten und Kodierregeln detailliert beschreiben und ausformuliert. Es werden in diesem Kapitel auch die einzelnen Kategorien präsentiert und dort, wo es notwendig erschien, operationalisiert und ihre Bedeutung erklärt. Die näheren Details zur Operationalisierung sind im Anhang nachzuschauen.

Analyseneinheiten

Die Grundgesamtheit: gesamte Berichterstattung und Online-Kommentare der österreichischen Zeitschrift „biber“ .

Die Auswahlinheit: Berichterstattung der österreichischen Zeitschrift „biber“ und ihre Online-Kommentaren vom Dezember 2009 bis Jänner 2011. (Manche Artikel, die elektronisch nicht veröffentlicht wurden oder unkommentiert blieben, werden unter dem Merkmal „kein Kommentar“ kodiert.)

Die Analyseinheit: Artikel als Ganzes innerhalb Zeitschriftanalyse. (Als Artikel werden alle Beiträge redaktioneller Natur, Lesebriefe und veröffentlichte Onlineblogs verstanden, jedoch nicht bezahlte Werbungsbeiträge, Intro und kurze Event- und Produktmeldungen.) Onlinekommentar als Ganzes innerhalb Onlineanalyse.

Die Kodiereinheit: Jede Kategorie repräsentiert eine Kodiereinheit.

„Die Codiereinheit benennt diejenigen Aspekte, die an dem Medienmaterial interessant sind, um die Forschungsfrage zu beantworten und durch die Kategorie adressiert werden.“(Rössler 2010: 44)

In Anlehnung an Rösslers Einteilung (Rössler 2010: 44) beinhaltet das Kategoriensystem der vorliegenden Arbeit sowohl formale als auch inhaltliche Kodiereinheiten, die in die einzelnen Teilanalysen eingeteilt sind:

Kategoriensystem

1. Formale Kodiereinheiten:

- Ausgabedatum,
- journalistische Darstellungsform (*Gestaltungsanalyse*),
- Sprache bzw. Wortwahl (*Gestaltungsanalyse*).

2. Inhaltliche Kodiereinheiten

a) referenziell:

„Einheiten, die sich auf bestimmte Personen (Akteure), Objekte, Orte oder Ereignisse beziehen“ (ebd.)

- Geschlecht, Alter, Bildung, Beschäftigung, Wohnort, ethnische und religiöse Zugehörigkeit (*Akteuranalyse sowie Kommentatoranalyse*),
- Eigenschaften von AkteurInnen (*Eigenschaftsanalyse*),
- Werte, nach denen die AkteurInnen sowie KommentatorInnen Entscheidung treffen (*Werteanalyse*).

b) thematisch:

„Einheiten, die auf abstrakter Ebene die Zugehörigkeit zu übergreifenden Diskursstrukturen (Themen) festhalten.“(ebd.)

- Themen der Berichterstattung sowie der Online-Kommentare (*Themenanalyse*).

c) propositional:

„Einheiten, die sachliche oder wertende Feststellungen über Personen, Tatsachen oder Vorgänge treffen.“(ebd.)

- Darstellungsweise von AkteurInnen in Zeitschrift,
- Themenbehandlungsweise in Zeitschrift,
- Bewertungsanalyse in Zeitschrift sowie in Online-Kommentaren,
- Kommentierungsweise seitens Online-KommentatorInnen,
- wertende Aussagen zur ethnischen und religiösen Identität in Zeitschrift sowie in Online-Kommentaren (*Aussageanalyse*).

A, Kodierbuch für Zeitschrift (Repräsentationsanalyse)

(Für nähere Details siehe Kodierbuch im Anhang)

Kategorie: Ausgabedatum

Die Zeitangabe der Artikelausgabe.

AkteurInnenanalyse

Auf der Inhaltsseite kommen insbesondere folgende Aspekte als AkteurInnenmerkmale in Betracht, die durch das Kategoriensystem ermittelt werden sollen:

Kategorie: Anzahl der AkteurInnen

Wie viele AkteurInnen kommen vor?

Kategorie: AkteurIn 1

Welche/r AkteurIn kommt in Artikel vor?

1. Einzelperson,
2. Gruppierungen,
3. Institution/Organisation,
4. Staat,
5. Sonstiges.

Kategorie: Geschlecht

Welches Geschlecht hat der/die AkteurIn?

Kategorie: Alter

Zu welcher Altersgruppe gehört der/die AkteurIn? (explizit sowie implizit)

Kategorie: Bildung

Welchen Bildungsstand hat der/die AkteurIn? (explizit sowie implizit)

Kategorie: Beschäftigung

Wo ist der/die AkteurIn tätig? (explizit sowie implizit)

Kategorie: Wohnort

Auf welchem Ort hält sich der/die AkteurIn am meisten auf? (explizit sowie implizit)

Kategorie: Ethnische Zuordnung

Zu welcher nationalen Ethnizität gehört der/die AkteurIn bzw. fühlt sich zugehörig?
(explizit sowie implizit)

Diese Kategorie operiert zwar aufgrund praktischer Gründe mit ethnisch homogenen Ausprägungen, wie zum Beispiel österreichische oder türkische Zugehörigkeit, diese repräsentieren aber oft in der Realität eine zumindest doppelte ethnische Identitätszuschreibung, da fast alle AkteurInnen und Online-Kommentierende mit Migrationshintergrund auch bestimmte österreichische Identitätsmerkmale besitzen, die meisten in Österreich leben und wohnen und daher auch auf Deutsch kommunizieren. Bei dieser Kategorie ist wichtig zu erheben, ob AkteurInnen (bzw. KommentatorInnen) überhaupt einen Migrationshintergrund haben oder nicht. Falls bei ihnen sowohl explizit als auch implizit keinen Migrationshintergrund erwähnt wird, werden sie als „österreichisch“ zugeordnet.

Erklärung zu einzelnen Ausprägungen der Kategorie „Ethnische Zuordnung“:

Österreichische Zuordnung: Personen, die in Österreich leben und keinen Migrationshintergrund haben oder ihn sowohl explizit als auch implizit nicht erwähnen.

Ex-jugoslawische Zuordnung: Personen, die einen ex-jugoslawischen Herkunft.

Türkische Zuordnung: Personen, die einen türkischen Herkunft haben.

Osteuropäische Zuordnung: Personen, die einen ost-europäischen Herkunft haben.

Kategorie: Religiöse Zuordnung

Welcher Religion gehört der/die AkteurIn an bzw. fühlt sich zugehörig? (explizit sowie implizit)

Eigenschaftsanalyse (0=Nein,1=Ja)

(Explizite sowie implizite Eigenschaftszuschreibung)

In dieser Analyse sind die beschreibenden Aspekte von AkteurInnen von Bedeutung, d. h., die Zuweisungen von Eigenschaften der AkteurInnen sollen hier anhand folgender Kategorien ermitteln werden:

Kategorie: Eigenschaft „kosmopolitisch“,

(AkteurIn ist Weltbürger und offen für andere Menschen mit unterschiedlichem Hintergrund.)

Kategorie: Eigenschaft „nationalistisch“,

(AkteurIn fühlt sich emotional sehr verbunden mit dem eigenem Land oder der eigenen Ethnizität und stellt die eigene Nation über die Anderen.)

Kategorie: Eigenschaft „patriotisch“,

(AkteurIn fühlt sich mit dem eigenen Land oder der eigenen Ethnizität verbunden, ist aber gleichzeitig offen für Menschen mit anderem ethnischen Hintergrund)

Kategorie: Eigenschaft „traditionell“,

(AkteurIn ist rückständig. Das Rückständige hängt oft auch mit der Armut, Begrenztheit, Diktatur sowie mit dem Aberglauben zusammen.)

Kategorie: Eigenschaft „modern“,

(AkteurIn ist fortschrittlich. Das Fortschrittliche hängt oft mit dem Fortschritt, Westen, Technik, Reichtum, Aufklärung, Demokratie und Entwicklung zusammen.)

Kategorie: Eigenschaft „konservativ“,

(Laut AkteurIn sind alte gegebene gesellschaftliche Ordnung, Werten, Traditionen und Positionen zu bewahren und das Neue muss mit Vorsicht aufgenommen werden.)

Kategorie: Eigenschaft „liberal“,

(AkteurIn betrachtet die individuellen Werte und Freiheiten als sehr wichtig und ist gegenüber dem Neuen offen.)

Kategorie: Eigenschaft „kriminell“,

Kategorie: Eigenschaft „gesetztreu“,

Kategorie: Eigenschaft „heimisch“/„österreichisch“,

(Verhalten, Handeln und Sichtweise von AkteurInnen sind in Bezug auf Österreich bekannt und gut zu verstehen.)

Kategorie: Eigenschaft „fremd/anders“,

(Verhalten, Handeln und Sichtweise von AkteurInnen in Bezug auf Österreich sind fremd und schwer zu verstehen.)

Kategorie: Eigenschaft „begabt/intelligent“,

Kategorie: Eigenschaft „nicht begabt/dumm“,

Kategorie: Eigenschaft „fleißig“,

Kategorie: Eigenschaft „faul“,

Kategorie: Eigenschaft „emotional“,

Kategorie: Eigenschaft „rational“,

Kategorie: Eigenschaft „kollektiv“,

Kategorie: Eigenschaft „individuell“,

Kategorie: Eigenschaft „zufrieden“,

Kategorie: Eigenschaft „unzufrieden“,
Kategorie: Eigenschaft „tolerant“,
Kategorie: Eigenschaft „nicht tolerant“,
Kategorie: Eigenschaft „aggressiv“,
Kategorie: Eigenschaft „friedlich“,
Kategorie: Eigenschaft „selbstbewusst“,
Kategorie: Eigenschaft „unsicher“/ „ängstlich“,
Kategorie: Eigenschaft „reich“,
Kategorie: Eigenschaft „arm“.

Darstellungsweise von AkteurInnen

Im nächsten Schritt wird überprüft, wie die AkteurInnen sich selbst präsentieren sowie von der Redaktion dargestellt werden, die zur bestimmten Identifikation seitens RezipientInnen einladen. Es wurden drei gegensätzliche Paare entworfen, die jeweils nach Selbst- und Fremddarstellung mithilfe einer 5-stufigen Skala bewertet werden.

Selbstdarstellungsweise: *Wie sich der/die AkteurIn selbst darstellt.*

Fremddarstellungsweise: *Wie der/die AkteurIn von Redaktion dargestellt, bzw. von den anderen AkteurInnen im Artikel wird.*

Kategorie:1. Paar: *kritisch x x x x x lobend*

Kategorie:2. Paar: *sachlich x x x x x wertend*

Kategorie:3. Paar: *humorvoll x x x x x ernst*

Kategorie: AkteurIn 2 (NebenakteurIn)

Operationalisierung vgl. (Haupt-)AkteurIn 1.

Werteanalyse (0=Nein, 1=Ja):

Im Sinne des Werte-Hierarchie-Tests werden in weiterer Folge die allgemeinen Zielorientierungen von AkteurInnen gemessen, die ihnen helfen, in Konfliktsituationen und im Alltagsleben generell „moralisch“ richtige von der Gesellschaft akzeptierte Entscheidungen zu treffen.

Die Werte-Kategorien sind anhand von Jürgen Grimms (2006) Wertehierarchie gelistet, welche er auf Basis der Universalwerte nach Schwartz (1992) formuliert hat.

1. Sozialwerte (gesellschaftliche Werte, die auf den sozialen Zusammenhalt gerichtet sind): **Hilfsbereitschaft, Vertrauen, Harmonie, Liebe;**
2. Strukturwerte (gesellschaftliche Werte, die einen strukturellen Soll-Zustand beschreiben): **Gerechtigkeit, Gleichheit, Sicherheit, Ordnung;**
3. Vermittlungswerte (Werte, die zwischen Individuum und Gesellschaft vermitteln): **Anpassung, Tradition, Toleranz, Leistung;**
4. Individualwerte der Selbstverwirklichung (auf Selbstverwirklichung des Einzelnen ausgerichtet): **Wissen, Freiheit, Macht, Schönheit;**
5. Individualwerte der Gratifikation (zielen auf persönliche Gratifikationen ab): **Abwechslung, Spaß, Erfolg, Wohlstand.**

Themenanalyse

Die Themenanalyse untersucht die wichtigsten Inhaltsaspekte der Zeitschrift, welche die RezipientInnen ansprechen sollen.

Die Kategoriererstellung im Hinblick auf die Themenfelder erfolgte teils theoriegeleitet und teils empiriegeleitet in der Form einer qualitativen Prä-Inhaltsanalyse des potenziellen Datenmaterials.

1. Kategorie: LEBENSERFOLG
2. Kategorie: POLITIK
3. Kategorie: WIRTSCHAFT
4. Kategorie: KULTUR
5. Kategorie: KRIMINALITÄT
6. Kategorie: KONFLIKT
7. Kategorie: HOBBY(FREIZEIT)
8. Kategorie: KULINARISCHES THEMA

Themenbehandlungsweise

Die inhaltlichen Fakten werden immer in einer bestimmten tendenziösen Form beschreiben, welche anhand der Themenbehandlungsanalyse erhoben wird.

Daher werden hier immer vier gegensätzliche Paare anhand einer 5- stufigen Skala kodiert, welche die Themenbehandlungsweise überprüfen sollen.

Kategorie: 1. Paar: *problemzentriert* *x x x x x* *lösungsorientiert*

Kategorie: 2. Paar: *sachlich* *x x x x x* *wertend*

Kategorie 3. Paar: *humorvoll* *x x x x x ernst*

Kategorie 4. Paar: *kritisch* *x x x x x lobend*

Gestaltungsanalyse

Es geht hier hauptsächlich um eine Untersuchung von formalen Faktoren im Rahmen der Inhaltsdarstellung, mithilfe derer die Aneignung und Identifikation durch sprachliche Mittel analysiert wird.

Kategorie: Journalistische Darstellungsformen

Bei dieser Kategorie wurde überprüft, ob der kodierte Artikel eine tatsachenbetonte oder meinungsbetonte Form hat oder ob es sich um eine Mischform von beiden handelt, was den Identifikationsgrad bei RezipientInnen beeinflusst.

Tatsachenbetonte Genres:

1. **Interview** (Frage-Antwort-Schema),
2. **Reportage** (Erlebnisbericht über soziale Ereignisse und Tatsachen),

Meinungsbetonte Genres:

3. **Kommentar** (die Sachverhalte werden subjektiv erklärt und bewertet),
4. **Porträt** (reflexives Bild über eine Person, das aus seinen Charakterzügen, Lebenseinstellungen und -Konflikten besteht),
5. **Mischform** (Beschreibung des Sachverhalts basierend auf Fakten, gemischt mit subjektiver Bewertung).

Sprachanalyse

Kategorie: „Abwertende Ausdrücke“

Hier wird überprüft, ob und in welcher Form ein abwertender Ausdruck im Artikel vorkommt?

Kategorie: „Dialektausdrücke“

Welche Dialektausdrücke werden im Artikel in deutscher Sprache verwendet?

Kategorie: „Fremdsprachige Ausdrücke“

Welche fremdsprachigen Ausdrücke werden im Artikel verwendet? Unter Neologismen werden neue ethnisch gemischte Begriffe, wie Balkanos oder Ösitürke, kodiert.

Bewertungsanalyse im Hinblick auf Integrationsprozess

Hier geht es um die Analyse der tendenziösen Beschreibung der Integrationsproblematik, indem einzelne ihre Aspekte und Bewertungen anhand von Kategorien erhoben werden.

Kategorie: Integrationsmodelle

Trägt das Modell zur Integration in der Gesellschaft bei?

1. Assimilationsmodell

Modell der einseitigen kulturellen Anpassung an die Mehrheitsgesellschaft auf Seite der Personen mit Migrationshintergrund.

2. Separationsmodell

Modell der Isolierung von ethnischen Minderheitsgruppen und ihrer Mitglieder der Mehrheitsgesellschaft.

3. Interaktionsmodell

Modell der gegenseitigen Interaktion und Anpassung sowohl von Mehrheits- als auch Minderheitsgruppen im Integrationsprozess.

Kategorie: Sprachkenntnisse

Welche Sprachkenntnisse auf der Seite der Personen mit Migrationshintergrund werden im Hinblick auf Integration bevorzugt?

Kategorie: Politik

Wie werden die einzelnen politischen Parteien oder Gruppen im Hinblick auf Integration bewertet?

Kategorie: Kommunikationskompetenz

Wie werden die Kommunikationskompetenzen der Mehrheits- und Minderheitsgesellschaft im Hinblick auf Integration bewertet?

Kategorie: Fähigkeiten

Wie werden die Fähigkeiten und Handlungen von Mitgliedern der Mehrheits- und Minderheitsgesellschaft im Hinblick auf Integration bewertet?

Kategorie: Religionen

Wie werden die einzelnen Religionen und ihre Identitäten im Hinblick auf Integration bewertet?

Aussageanalyse

Anhand einzelner Aussagen zur natio-ethnischen sowie religiösen Identität werden die wertenden subjektiven Identitätszugehörigkeiten überprüft. Die explizit erwähnten Aussagen werden kodiert und sollen die folgenden ethnischen und religiösen Identitätsbilder repräsentieren:

Kategorie: „Ich bin überall in der Welt zu Hause!“

Es handelt sich um eine weltbürgerliche kosmopolitische ethno-kulturelle Identität.

Kategorie: „Ich bin ÖsterreicherIn.“

Es handelt sich um eine homogene nationale österreichische Identität.

Kategorie: „Ich bin nicht ÖsterreicherIn.“

Es handelt sich um eine homogene auf Herkunftsland bezogene nationale Identität.

Kategorie: „Ich bin Wiener.“

Es handelt sich um eine lokale wienerische ethnische Identität.

Kategorie: „Ich bin gemischt.“

Es handelt sich um eine hybride multiple ethnische Identität.

Kategorie: „Ich bin religiös.“

Es handelt sich um eine gläubige Person.

Kategorie: „Ich bin traditioneller Muslim.“

Es handelt sich um eine konservative religiöse muslimische Identität.

Kategorie: „Ich bin traditioneller Christ.“

Es handelt sich um eine konservative religiöse christliche Identität.

Kategorie: „Ich bin liberaler Muslim.“

Es handelt sich um eine liberale religiöse muslimische Identität.

Kategorie: „Ich bin liberaler Christ.“

Es handelt sich um eine liberale christliche Identität.

Kategorie: „Ich bin nicht religiös.“

Es handelt sich um eine atheistische Identität.

B, Kodierbuch für Online-Kommentare (Aneignungsanalyse)

Das Kodierbuch für Online-Kommentare umfasst dieselben Kategorien mit gleicher Operationalisierung wie das Kodierbuch für die Zeitschrift. Der einzige Unterschied ist, dass sich diese Kategorien auf Online-KommentatorInnen und ihre Kommentierungsweise beziehen. Kategorien über AkteurInnendarstellungen werden hier ausgelassen, da die Eigenschaftsanalyse ausreichend wichtige Auskünfte über die AkteurInnen seitens Online-KommentatorInnen bietet.

C, Vergleichende Medienanalyse: ZeitschriftakteurInnen vs. Online-KommentatorInnen (Identifikationsanalyse)

Den letzten Teil der Kodierung stellt die vergleichende Medienanalyse zwischen AkteurInnen aus der Zeitschrift und Online-KommentatorInnen mit ihren Kommentaren dar. Für den Vergleich wurden zuerst aus der Datenbank für Zeitschriftanalyse die Artikel herausgefiltert, in dem der/die HauptakteurIn eine österreichische, ex-jugoslawische oder türkische Herkunft vorzuweisen hat (die drittgrößten ethnischen AkteurInnengruppen aus der Zeitschrift) Danach werden diese Artikel anhand der Daten aus der zweiten Datenbank für Online-Analyse analysiert, d. h., mit ihren Online-Kommentaren verglichen, um zu sehen, wie genau der Aneignungsprozess bei RezipientInnen aussieht, wenn ein/eine konkrete/r ethnische/r AkteurI vorkommt. Aufgrund dieser Ergebnisse können dann weitere wichtige Schlussfolgerungen über die Identifikationsprozesse zu einzelnen AkteurInnen seitens der Online-RezipientInnen formulieren werden.

Testphase

Im Rahmen der Testphase führe ich zuerst eine Probekodierung durch. Anhand dieser Testkodierung nehme ich anschließend kleine Änderungen vor, wie die Reduzierung von Ausprägungen bei manchen Kategorien, die ganz wenige Fallwerte haben. Weiter führe ich eine Probekodierung mit Reliabilitätstest in den Kalenderwochen 7-8/2011 durch, für die zwei Kodierer eingeschult werden. Es handelt sich also um eine Interkodier-Reliabilität, wo zwei Kodierer beim Kodieren desselben Materials zu selben Ergebnissen kommen müssen.

„Eine angemessene Reliabilität des Messinstruments ist unabdingbare Voraussetzung für die Objektivität der Inhaltsanalyse (...) der Reliabilitätstest weist durch eine numerische Kennzahl aus, wie exakt und sorgfältig sich die in den Definitionen vorgegebenen Mitteilungsmerkmale mit dem Instrument erfassen lassen.“ (Früh 2007: 188f.)

Für die Berechnung des Reliabilitätskoeffizienten, habe ich die Formel nach Holsti (1969) gewählt:

$$R = (2\ddot{U}) / (C_1 + C_2)$$

R=Reliabilität

\ddot{U} =Anzahl der übereinstimmenden Kodierungen

C_1 =Anzahl der Codierungen von Kodierer 1

C_2 =Anzahl der Codierungen von Kodierer 2

„Die Beurteilung von Reliabilitätskoeffizienten kann nur anhand des Schwierigkeitsgrades der jeweiligen Kategorie erfolgen; tendenziell sind für inhaltliche Kategorien Werte ab .80, für formale Kategorien Werte nahe an 1.0 zu fordern.“ (Rössler 2010: 204)

Aus dem Interkoderreliabilitätstest wird in Bezug auf formale Kategorien ein Koeffizient von .94 erreicht, in Bezug auf inhaltliche Kategorien .87, welche auf Zuverlässigkeit des Messinstruments der Inhaltsanalyse für diese Arbeit hinweisen.

10.2.3.3 Datenauswertung

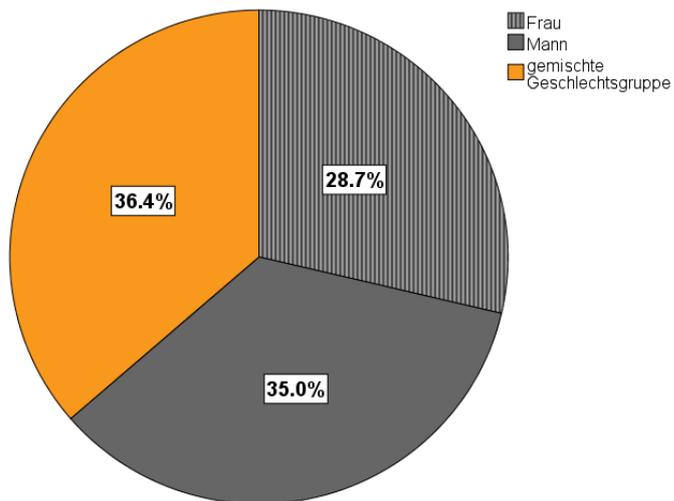
Nach der Datenerhebung und Bereinigung von Daten werte ich mithilfe des statistischen Computerprogrammes SPSS die einzelnen Daten aus. Ich versuche zuerst explorativ durch sorgfältige Erforschung einzelner Kategorien die wichtigsten Merkmale beider Offline- und Online-Artikulationsebenen zu entdecken und auszuformulieren, um damit auf neue Schlussfolgerungen zu kommen. Anschließend konzentriere ich mich speziell auf die Beantwortung der Fragestellungen mit Inferenzen auf den repräsentieren Text und seine Aneignung durch Online-RezipientInnen. Aufgrund des Vergleichs dieser zwei Ebenen versuche ich zum Schluss im Rahmen der Identifikationsanalyse, Schlussfolgerungen über den Identifikationsprozess seitens Online-RezipientInnen zu formulieren, was die Beantwortung der 3. Forschungsfrage darstellen soll.

11. Darstellung der Ergebnisse

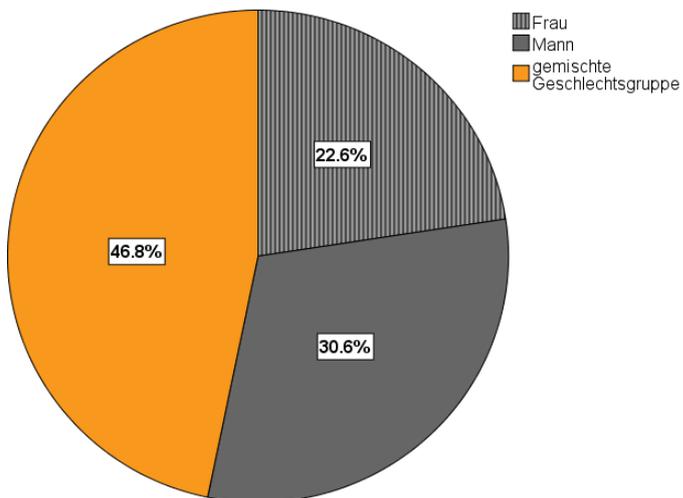
11.1 Zeitschrift (Repräsentationsanalyse)

11.1.1 Soziodemografische Daten von AkteurInnen aus der Zeitschrift

Ab.10. Geschlecht der HauptakteurInnen



Ab.11. Geschlecht der NebenakteurInnen

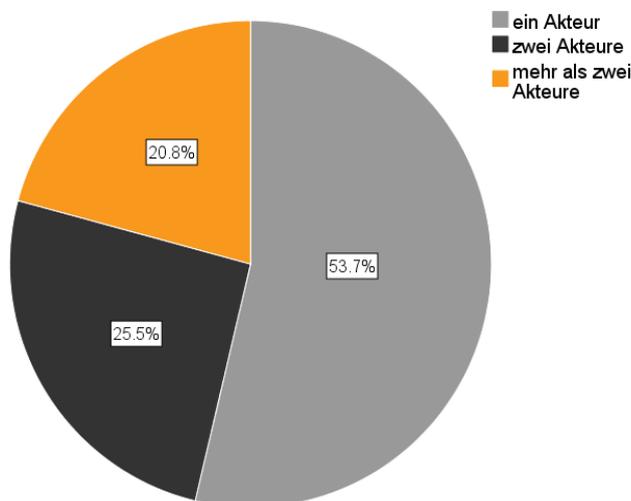


Die soziodemografischen Daten aus der Stichprobe der Artikel zeigen, dass die Verteilung der Geschlechter fast gleichmäßig ist. Beim Hauptakteur handelt sich in 36% der Fälle um eine gemischte Gruppe, d.h. die Gruppe besteht aus beiden Geschlechtergruppen. Um etwas weniger ist der männliche Hauptakteur vertreten, der in 35% der Fälle vorkommt. Der

weibliche Anteil beträgt 29% und stellt die drittgrößte Fallgruppe dar. Die fast proportionale Verteilung der GeschlechtsakteurInnen in der Berichterstattung weist darauf hin, dass es der Zeitschrift gelingt, ein Identifikationsangebot für beide Geschlechtergruppen des Zielpublikums anzubieten. Was die NebenakteurInnen betrifft, handelt es sich am häufigsten ebenso um eine gemischte Geschlechtergruppe (47%), gefolgt von Männern (31%) und Frauen (23%).

Im Falle des/r NebenakteurIn ist aber wichtig zu bedenken, dass in 54% Prozent der Gesamtfälle gar kein/e NebenakteurIn vorhanden ist, wie die nachstehende Grafik zeigt.

Ab. 12. Anzahl der AkteurInnen



Das bedeutet, dass mehr als die Hälfte aller Artikeln (54%) nur eine/n AkteurIn aufweist und in fast 80% aller Fälle ein oder maximal zwei AkteurInnen vorkommen.

Tab. 1. HauptakteurIn

HauptakteurIn	Frequency	Percent	Valid Percent
Einzelperson	80	53.7	53.7
Gruppierungen	47	31.5	31.5
Organisation	13	8.7	8.7
Staat	7	4.7	4.7
Sonstiges	2	1.3	1.3
Total	149	100.0	100.0

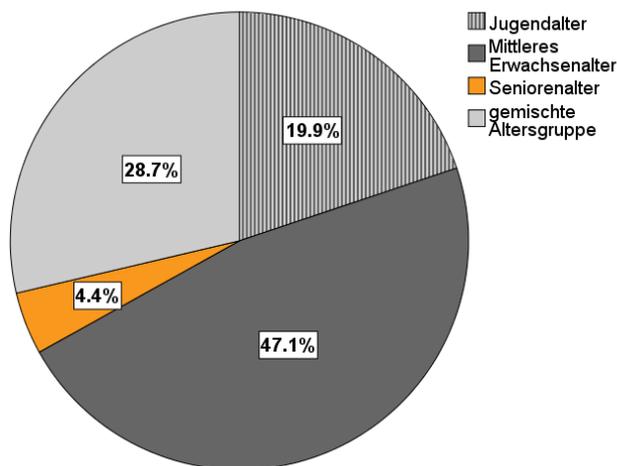
Wie die Tab.1. zeigt, sind es vor allem Einzelpersonen, die der Berichterstattung dominieren (Hauptakteur In: 54% der Gesamtfälle). Um etwas weniger sind die Gruppierungen (32%)

vertreten, gefolgt von Organisationen (9%) und Staaten (5%). Bei den NebenakteurInnen ist die Verteilung sehr ähnlich, wie man in Tab.2. sieht.

Tab. 2: NebenakteurIn

N=149 NebenakteurIn	Frequency	Percent	Valid Percent
Einzelperson	32	21.5	46.4
Gruppierungen	17	11.4	24.6
Organisation	15	10.1	21.7
Staat	5	3.4	7.2
Total	69	46.3	100.0
Missing	80	53.7	
Total	149	100.0	

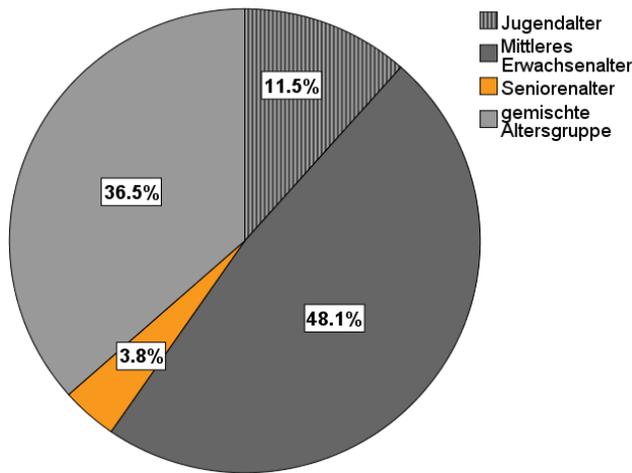
Ab.13. Alter der HauptakteurInnen



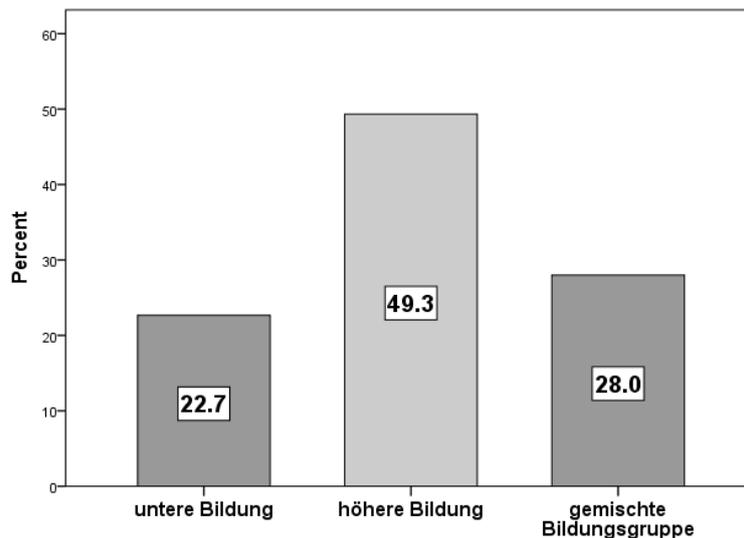
Die größte Altersgruppe mit 47% stellen die HauptakteurInnen zwischen 26 und 59 Jahren dar. Fast 29% sind gemischte Altersgruppen, gefolgt von AkteurInnen im Jugendalter zwischen 15-25 Jahre mit 20%. Hauptakteuren im Senioralter (ab 60 Jahre) treten nur in 4% der Gesamtfälle auf.

Eine ähnliche Altersgruppenverteilung weist auch der/die NebenakteurIn auf. Die größten Werte fallen auf die AkteurInnen im mittleren Erwachsenenalter zwischen 26-59 Jahren (48%), dann kommen die gemischten Altersgruppen mit 37%, gefolgt von Jugendlichen mit 12% und zum Schluss sind es die Senioren nur mit 4%.

Ab.14. Alter der NebenakteurInnen

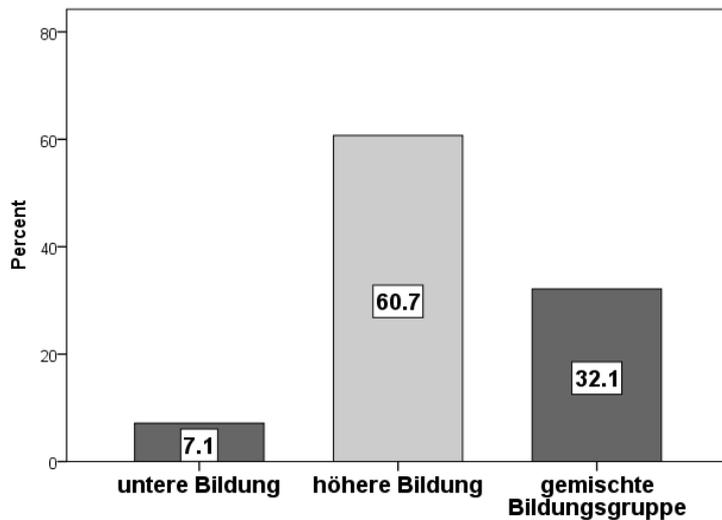


Ab. 15. Bildung von HauptakteurInnen

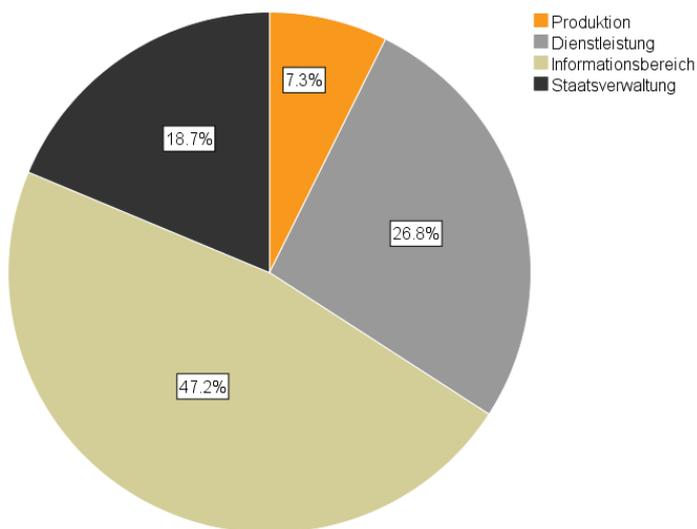


Die Mehrheit der HauptakteurInnen (49%) sowie der NebenakteurInnen (60%), deren Bildung in der Zeitschrift erwähnt wird, hat eine höhere Bildung. Es muss aber gleich gesagt werden, dass genau bei der Hälfte der AkteurInnen der Bildungsstand in der Berichterstattung nicht erwähnt wird, was bedeutet, dass seitens der Redaktion Bildung keine große Rolle bei Repräsentation spielt.

Ab. 16. Bildung von NebenakteurInnen

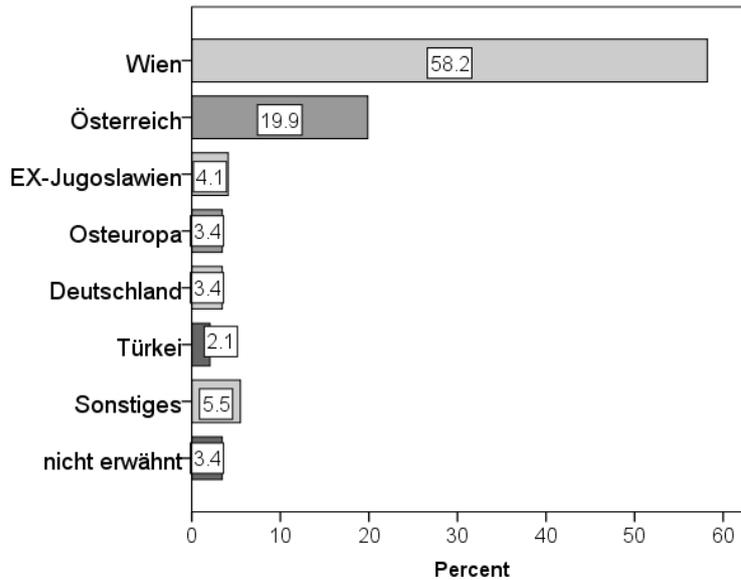


Ab. 17. Beschäftigungsbereich der HauptakteurInnen

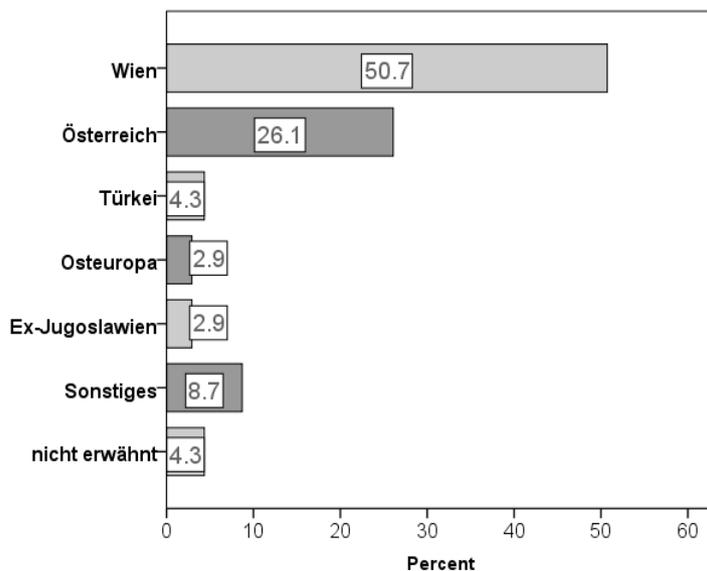


Die dargelegten Ergebnisse aus Abb. 17. zeigen, dass fast die Hälfte der HauptakteurInnen (47%), bei welchen ihr Beschäftigungsbereich erkennbar wird, im Informationsbereich arbeitet. Im Dienstleistungsbereich arbeiten fast 27% und in der Staatsverwaltung 19%. Die niedrigsten Werte (7,3%) verzeichnen die AkteurInnen, die im Produktionsbereich arbeiten. Wie aus der Grafik 18. unten abzulesen ist, wohnen die meisten HauptakteurInnen mit genau 58% in Wien Stadt, woher die meisten MigrantInnen aus Österreich kommen. Die zweitgrößte Gruppe mit fast 20% stellt die AkteurInnengruppe dar, die ihren Wohnort in einer anderen österreichischen Stadt hat. Eine ähnliche Verteilung gilt auch bei den NebenakteurInnen. Die übrigen Wohnorte weisen nur ganz geringe Prozentanteile auf.

Ab.18: Wohnort der HauptakteurInnen



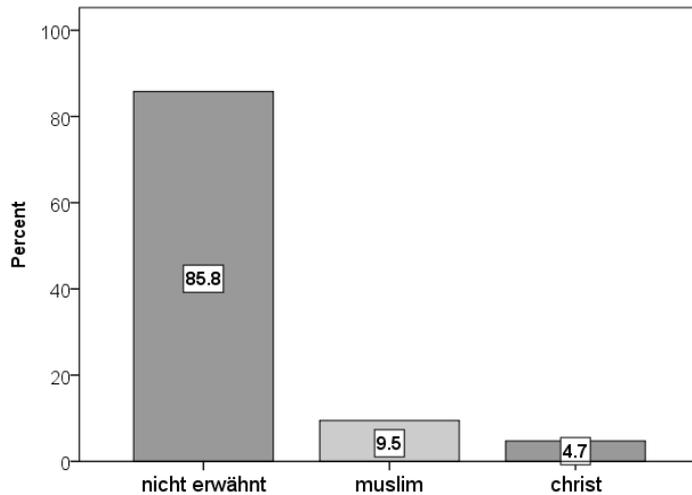
Ab.19 Wohnort der NebenakteurInnen



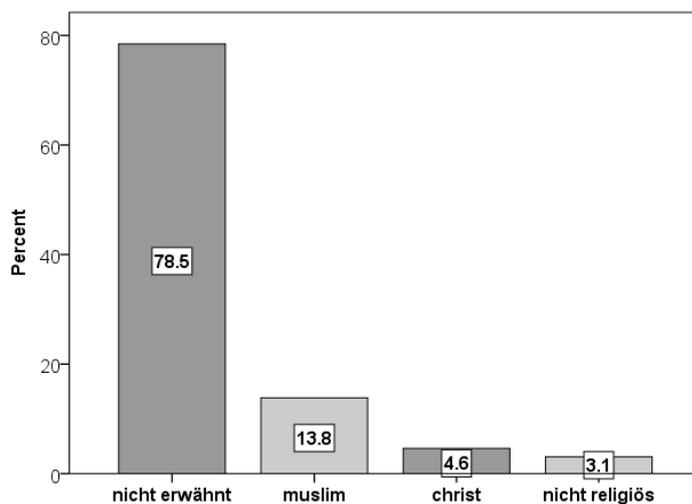
Wie Abbildung 20. zeigt, kommt die eigene Religionsfrage der HauptakteurInnen in der gesamten Berichterstattung nur ganz selten vor. Wenn das der Fall ist, sind es mit fast 10% die muslimischen Gläubigen und mit 5% die Christen.

Beim Nebenakteur/bei der Nebenakteurin ist die Gruppenverteilung ähnlich. Die Mehrheit (79%) erwähnt den Glauben nicht. 14% sind Islam-Gläubige und mit 5% sind die Christen vertreten. Der Unterschied dabei ist, dass sich 3% der NebenakteurInnen nicht religiös ist. (Siehe Ab. 21.)

Ab. 20. Religiösität der HauptakterInnen

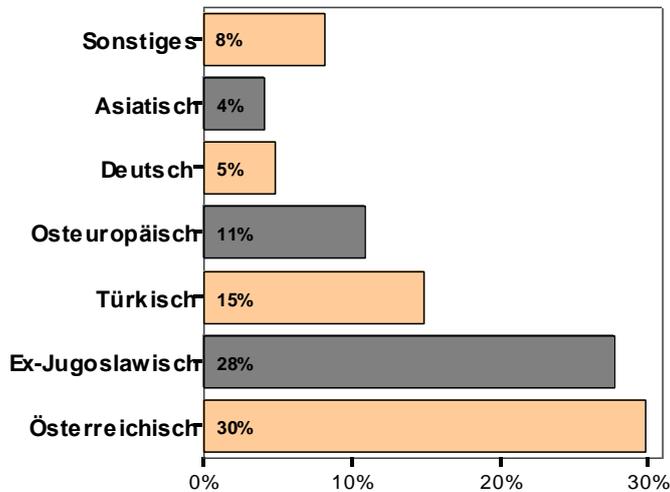


Ab. 21. Religiosität der NebenakteurInnen



Wie die Abbildung 22. zeigt, geht es in 30% der Fälle in der Berichterstattung um österreichische HauptakteurInnen, gefolgt von ex-jugoslawischen (28%), türkischen (15%) und osteuropäischen HauptakteurInnen (11%). Die AkteurInnen aus Deutschland und aus den asiatischen Ländern kommen in der gesamten Berichterstattung nur selten vor (insgesamt rund 4%). Unter „Sonstiges“ (8%) kommen unterschiedliche Länder, wie Kanada, Armenien oder Großbritannien sowie ethnische Mischungen, vor. Das ist dann der Fall, wenn die AkteurInnen für sich keine genaue ethnische Zuschreibung finden können, weil sie mehr als zwei verschiedenen Wurzeln haben und daher multiple ethnische Identitäten besitzen.

Ab. 22. Ethnische Zugehörigkeit der HauptakteurInnen



Der/die NebenakteurIn weist hier eine ähnliche Verteilung wie der/die HauptakteurIn auf: 24% werden als österreichisch präsentiert und bilden damit die größte Gruppe. Zweitgrößte Gruppe ist nicht die ex-jugoslawische, wie es beim Hauptakteur/bei der Hauptakteurin ist, sondern die türkische Gruppe mit 7%, gefolgt von ex-jugoslawischen AkteurInnen mit 6% und 5% haben osteuropäische Wurzeln.

Für die weitere Interpretation werden aufgrund der Übersicht nur die ersten vier größten ethnischen Identitätsgruppen herangezogen: Österreichisch (Österr.), Ex-Jugoslawisch (Ex-Jugosl.), Türkisch und Osteuropäisch (Ost-Eu).

Tab.3. Verteilung der Haupt- und NebenakteurInnen nach ethnischer Zugehörigkeit

N ₁ =23, N ₂ = 15, N ₃ =11, N ₄ =5		Ethnische Zugehörigkeit von NebenakteurIn				Total
		Österr.	Ex-Jugosl.	Türkisch	Ost-Eu	
Ethnische Zugehörigkeit von HauptakteurIn	Österr.(N ₁)	56.5%	8.7%	8.7%	26.1%	100.0%
	Ex-Jugosl.(N ₂)	40.0%	46.7%	13.3%	0.0%	100.0%
	Türkisch (N ₃)	54.5%	0.0%	45.5%	0.0%	100.0%
	Ost-Eu (N ₄)	40.0%	0.0%	20.0%	40.0%	100.0%
Total (N=54)		50.0%	16.7%	18.5%	14.8%	100.0%
Untersuchungszeitraum: 1.1.2010-1.1.2011						
Signifikanztest: <0,01						

Im Falle, dass der/die österreichische HauptakteurIn auch mit einem/r NebenakteurIn im Artikel vorkommt und welche in einem signifikanten Zusammenhang zueinanderstehen, tritt die Kombination „ein/e österreichische/r HauptakteurIn mit einem/einer österreichischen NebenakteurIn“ (57%) am häufigsten vor. Falls ein/e ex-jugoslawische/r HauptakteurIn

vorkommt, wird er/sie am häufigsten mit einem/einer ex-jugoslawischen NebenakteurIn präsentiert (47%), d. h. ebenso mit einem/einer AkteurIn, der/die gleiche Wurzel hat. Dies lässt vermuten, dass die ethnische Vielfalt in den einzelnen Artikeln doch nicht so groß ist und die AkteurInnen wiederum in Zusammenhang mit ihrer Community bzw. „mit den gleichartigen“ repräsentiert werden. Die Ausnahme stellen die türkischen AkteurInnen dar, die etwas häufiger mit einem/einer österreichischen NebenakteurIn auftreten (55%), als mit einem/einer türkischen AkteurIn (46%).

11.1.2 Eigenschaften der HauptakteurInnen

In der Tabelle 4. werden die Daten zu den Eigenschaften des/r Hauptakteurs/Hauptakteurin aufgelistet. Es fällt aufgrund der allgemeinen Daten auf, dass die Eigenschaften nationalistisch (12%) und patriotisch (19%) viel weniger vorkommen, als die Eigenschaft „kosmopolitisch“ (39%), was die transkulturelle Position der Zeitschrift bestätigt. Die AkteurInnen werden oft als modern, liberal, heimatverbunden (österreichisch), exotisch, aktiv, kollektiv und zufrieden bezeichnet. Sie werden fast nie als passiv, individualistisch, arm, nicht tolerant oder kriminell dargestellt, obwohl gleichzeitig auch ganz wenig als gesetztreu beschrieben werden, was darauf hinweist, dass das Thema Kriminalität generell eine geringe Rolle in der Berichterstattung spielt. Ein interessanter Befund sind die hohe Werte der Eigenschaften „heimisch“ (48%) sowie „fremd“ (41%), was auf einen kulturellen Doppelcharakter von AkteurInnen hinweist, die oft als mit Österreich verbunden präsentiert werden, während sie gleichzeitig in vielerlei Hinsicht auch fremd oder exotisch wirken. Interessanterweise legt die Zeitschrift vielmehr Wert darauf, kollektiv zu sein (49%), statt individuell (1,8%), womit wahrscheinlich eine gewisse Kooperation unter den Leuten favorisiert werden soll. Aus der Eigenschaftsbeschreibung kann generell festgestellt werden, dass hier ein Versuch entsteht, die stereotypische Berichterstattung mit den negativ belasteten Zuschreibungen abzubauen, um sich von den Mainstream-Medien zu unterscheiden, indem ein eher positives Bild über die AkteurInnen geschaffen wird. Um welche AkteurInnen es sich genau handelt, denen diese positiven Eigenschaften zugeschrieben werden, wird weiter in der Tab.4. dargestellt.

Eigenschaften nach ethnischer Zugehörigkeit

Tab. 4 Eigenschaftszuschreibung nach ethnischer Zugehörigkeit

Ja in % N ₁ =44,N ₂ =41,N ₃ =22, N ₄ =16 Eigenschaften	Ethnische Zugehörigkeit					Gesamt (N=149)
	Österr. (N ₁)	Ex-Jug. (N ₂)	Tür. (N ₃)	Ost- Eu (N ₄)	Sign.	
kosmopolitisch	25,0	29,3	63,6	50,0	<0,01	39,6
nationalistisch	15,9	17,1	9,1	6,3		12,1
patriotisch	13,6	17,1	22,7	25,0		18,8
traditionell	6,8	22,0	22,7	25,0		16,8
modern	52,3	34,1	36,4	43,8		38,3
konservativ	11,4	19,5	22,7	6,3		14,8
liberal	56,8	29,3	36,4	43,8	p=0,066	42,3
kriminell	4,5	7,3	9,1	12,5		7,4
gesetztreu	2,3	7,3	4,5	0,0		3,4
heimisch	61,4	39,0	50,0	25,0	<0,05	47,7
fremd/exotisch	15,9	39,0	68,2	62,5	<0,01	40,9
Intelligent/begabt	18,2	19,5	40,9	25,0		28,2
dumm/nicht begabt	4,5	4,9	9,1	6,3		6,7
aktiv	54,5	63,4	72,7	62,5		61,7
passiv	0,0	0,0	0,0	1,0		0,3
emotional	25,0	51,2	45,5	25,0	<0,05	36,9
rational	36,4	22,0	18,2	18,8		25,5
kollektiv	43,2	51,2	63,6	37,5		49,0
Individuell	4,5	0,0	1,0	0,0		1,8
zufrieden	38,6	34,1	68,2	43,8	p=0,062	42,3
unzufrieden	18,2	29,3	4,5	25,0		20,1
tolerant	31,8	14,6	18,2	18,8		22,8
nicht tolerant	6,8	14,6	4,5	0,0		10,1
aggressiv	13,6	14,6	9,1	0,0		13,4
friedlich	4,5	4,9	13,6	6,3		6,7
selbstbewusst	27,3	39,0	50,0	31,3		36,9
unsicher /ängstlich	15,9	19,5	9,1	6,3		12,8
reich	15,9	12,2	9,1	31,3		13,4
arm	6,8	0,0	4,5	0,0		4,0
Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1-2011						

Die Eigenschaft „**kosmopolitisch**“ kommt allgemein in fast 40% der Gesamtfälle vor. Wie die Tabelle aufweist, sind es die AkteurInnen mit türkischer Herkunft (64%), überproportional mehr im Vergleich zu anderen Hauptgruppen, denen kosmopolitische Eigenschaften zugeschrieben werden, was einen ziemlich überraschenden Befund darstellt. Die türkischen AkteurInnen präsentieren sich daher im „biber“ als weltoffene Kosmopoliten und das meist in einem positiven Kontext. Daraus ist zu schließen, dass sich die Redaktion

bemüht, die stereotypischen Zuschreibungen (wie z. B. konservative, traditionelle oder nationalistische Sichtweisen), welche oftmals grade in Bezug auf türkische MigrantInnen in der Mainstream-Berichterstattung dominieren, zu widerlegen.

Ein signifikanter Zusammenhang ergibt sich auch zwischen der Kategorie „kosmopolitisch“ und der Kategorie der Bewertung von Fähigkeiten und Merkmalen von MigrantInnen, was auch auf eine positivere Kontextualisierung vom Kosmopolitismus bei Personen mit Migrationshintergrund hinweist (Mittelwert=4,6). Bei den Personen ohne Migrationshintergrund d.h. ÖsterreicherInnen, besteht kein signifikanter Zusammenhang zwischen der Kategorie „kosmopolitisch“ und Bewertung ihrer Fähigkeiten.

Tab.5. Bewertung von kosmpolitischen MigrantInnen

Eigenschaft:kosmopolitisch	Mittelwert	N
Eigenschaft nicht erwähnt	3.8372	43
Eigenschaft erwähnt	4.6410	39
Total	4.2195	82
Signifikanztest:p<0,01 Bewertungsskala: 1=nicht geschätzt, 5=hoch geschätzt		

Ein überraschendes Ergebnis stellt der signifikante Zusammenhang zwischen den AkteurInnen, die kosmopolitisch und gleichzeitig auch patriotisch sind, dar. In 57% der Fälle werden die patriotischen AkteurInnen ebenso auch als Kosmopoliten in der Berichterstattung dargestellt, was den Schluss zulässt, dass sich diese zwei Eigenschaften nicht ausschließen müssen. Das bedeutet, dass auch viele AkteurInnen, die sich mit Österreich und den dort lebenden Menschen verbunden fühlen, offen und tolerant gegenüber anderen Nationen und Leuten aus diesen Ländern sind. (Siehe Tab.6)

Tab.6. : Eigenschaft „patriotisch“ und gleichzeitig auch „kosmopolitisch“

Eigenschaft:kosmopolitisch	Eigenschaft:patriotisch		Total N=149
	Eigenschaft nicht erwähnt N ₁ =121	Eigenschaft erwähnt N ₂ =28	
Eigenschaft nicht erwähnt	64.5%	42.9%	60.4%
Eigenschaft erwähnt	35.5%	57.1%	39.6%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Untersuchungszeitraum: 1.1.2010-1.1.2011. Signifikanztest: p<0,05

Aus der Tabelle 4. kann man weiter lesen, dass die ÖsterreicherInnen am häufigsten als „mit Österreich verbunden“ beschrieben werden (61%), was auch nicht wundert, gefolgt von türkischen AkteurInnen, die in 50% der Fälle als **österreichisch** dargestellt werden. Allerdings sind es grade wieder die TürkInnen, die am häufigsten als **fremd** bzw. **exotisch** präsentiert werden (68%). Dadurch kann man vermutlich feststellen, dass es grade die türkischen AkteurInnen sind, die mit der Bikulturalität und doppelten Heimatsgefühlen („sowohl hier zu Hause als auch dort“) am meisten im Zusammenhang gebracht werden.

Die ex-jugoslawischen AkteurInnen sind in 39% der Fälle als fremd bzw. exotisch dargestellt, was mit 39% bei der Kategorie „heimisch“ auch eine bikulturelle Zusammengehörigkeit vermuten lässt.

Die ex-jugoslawischen AkteurInnen gehören laut Ergebnissen zu den **emotionalsten** AkteurInnen (51%), gefolgt von türkischen (46%), osteuropäischen und österreichischen AkteurInnen (25%). Dieser Zusammenhang lässt den Schluss zu, dass das Temperament und die Emotionalität auch in der „biber“-Zeitschrift bei den AkteurInnen aus den Balkanländern und der Türkei dominieren, wie es auch oft in anderen Medien präsentiert wird.

Als am **zufriedensten** lassen sich die türkischen AkteurInnen definieren (68%), gefolgt von osteuropäischen (44%) und österreichischen AkteurInnen (39%). Die Zufriedenheit der TürkInnen kann auch als Teil der Antistereotypisierung und Verstärkung der Emanzipationsbilder gelten.

Die ÖsterreicherInnen werden am häufigsten als die **liberalsten** AkteurInnen dargestellt (57%), die die Interkulturalität akzeptieren und anderen ethnischen Gruppen gegenüber offen und tolerant sind, während sie aber ganz selten als kosmopolitisch oder heterokulturell auftreten. Mit dem Liberalismus und Toleranz werden die türkischen AkteurInnen im Vergleich zu anderen Gruppen weniger in Zusammenhang gebracht. (34%)

Eigenschaftszuschreibung nach Geschlecht

Aus den allgemeinen Daten in der Tabelle 7. sieht man, dass im Zusammenhang mit Geschlecht Eigenschaften wie „aktiv“, „rational“, „selbstbewusst“, „traditionell“, aber auch wie bei den ethnischen AkteurInnen die Eigenschaften „kosmopolitisch“, „fremd“ und „zufrieden“ signifikante Unterschiede zwischen den Fallgruppen aufweisen. Abgesehen von den Eigenschaften „aggressiv“ und „nationalistisch“ handelt es sich mehrheitlich um positive Eigenschaften.

Tab.7 Eigenschaftszuordnung nach Geschlecht

JA In % N ₁ =41, N ₂ =50, N ₃ =52	Geschlecht				
Eigenschaften	Frau (N ₁)	Mann (N ₂)	Geschlechts- gruppe (N ₃)	Sign.	Gesamt (N=149)
kosmopolitisch	26,8	52,0	36,5	<0,05	38,9
nationalistisch	4,9	6,0	21,2	<0,05	12,1
patriotisch	17,1	22,0	19,2		18,8
traditionell	7,3	10,0	28,8	<0,01	16,8
modern	46,3	34,0	34,6		38,3
konservativ	9,8	10,0	23,1		14,8
liberal	46,3	44,0	40,4		42,3
kriminell	2,4	4,0	13,5		7,4
gesetztreu	2,4	4,0	3,8		3,4
heimisch	36,6	52,0	51,9		47,7
fremd/exotisch	29,3	34,0	57,7	<0,01	40,9
Intelligent/begabt	31,7	38,0	17,3	P=0,057	28,2
dumm/nicht begabt	2,4	4,0	11,5		6,7
aktiv	80,5	70,0	44,2	<0,01	61,7
passiv	0,0	0,0	1,9		0,3
emotional	34,1	26,0	53,8	<0,05	36,9
rational	26,8	36,0	15,4	P=0,059	25,5
kollektiv	41,5	48,0	55,8		49,0
Individuell	0,0	4,0	3,9		1,8
zufrieden	48,8	54,0	30,8	<0,05	42,3
unzufrieden	22,0	20,0	21,2		20,1
tolerant	22,0	32,0	15,4		22,8
nicht tolerant	2,4	8,0	13,5		10,1
aggressiv	2,4	16,0	19,2	<0,05	13,4
friedlich	0,0	10,0	9,6		6,7
selbstbewusst	56,5	50,0	13,5	<0,01	36,9
unsicher /ängstlich	12,2	12,0	11,5		12,8
reich	12,2	12,0	15,4		13,4
arm	0,0	8,0	1,9		4,0

Laut den Ergebnissen besteht eine signifikante Differenz ($p < 0,05$) zwischen den Fallgruppen der Kategorie „Geschlecht“ und „**kosmopolitisch**“. Es fällt auf, dass die Männer (52%) vielmehr als Kosmopoliten dargestellt werden als die Frauen (27%) sowie auch die gemischten Gruppierungen (37%). Das kann damit begründet werden, dass die Männer vielmehr die Freiheit bezüglich Reisen über die Staatsgrenzen genießen, was oft mit der Arbeitsposition oder Familienstruktur zusammenhängt. Daher werden sie vielmehr kosmopolitisch betrachtet. Die Männer sind viel öfters als Manager von transnationalen Firmen und Organisationen präsent, die in der ganzen Welt unterwegs sind und an verschiedenen Orten arbeiten. Die Frauen sind in der Zeitschrift entweder als Geschäftsführerinnen oder Mitarbeiterin in Kleingeschäften oder in lokalem Dienstleistungsservice oder Staatsbeamtinnen präsent, was nicht viel Flexibilität im Sinne des Überquerens von Grenzen erlaubt. Ein anderer Grund kann sein, dass wenn es sich um eine multiple trans-kulturelle Sichtweise bei Personen mit Migrationshintergrund handelt, es überwiegend die Männer sind, denen die Betonung ihrer Identitäten wichtig scheint oder sie seitens der Zeitschrift öfters danach gefragt werden, weil sie davon mehr im öffentlichen Raum profitieren können, im Vergleich zu Frauen, die mehr mit dem privaten Raum verbunden werden.

Dies bestätigt einen signifikanten Zusammenhang (Siehe Tab.8), der die Beziehung zwischen der Kategorie „Geschlecht“ und dem Berichterstattungsthema „Erfolg“ erklärt. Hier wird gezeigt, dass die Männer vielmehr als erfolgreich im Berufsleben (42%) sowie in der Freizeit (100%) dargestellt werden. Im Vergleich zu Frauen. Wobei die Frauen wiederum viel höhere Werte (50%) in Bezug auf das Thema „Erfolg im Privatleben“, was vermehrt an einen Ort gebunden ist, aufweisen.

Tab.8 Erfolg nach Geschlecht

Geschlecht	Erfolg				Total
	Beruf (N ₁)	Ausbildung(N ₂)	Hobby(N ₃)	Privatleben(N ₄)	
Frau	32.7%	50.0%	0.0%	50.0%	34.2%
Mann	42.3%	50.0%	100.0%	16.7%	43.4%
Gruppe	25.0%	0.0%	0.0%	33.3%	22.4%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Untersuchungszeitraum: 1.1.2010-1.1.2011. Signifikanztest: $p < 0,05$

Die gemischten Geschlechtergruppen, in denen beide Geschlechter vertreten sind, erweisen sich häufiger als **nationalistisch** (21%) und „**fremd**“ (58%) als die Einzelgeschlechter, was

vermutlich mit einer größeren Anonymität und mit einer einfacheren Generalisierung des/r Gruppenakteurs/Gruppenakteurin im Vergleich zur Personifizierung bei EinzelakteurInnen zusammenhängt. (Siehe Tab.7) Die Gruppierungen weisen auch signifikant höhere traditionelle (29%) und aggressive Werte (19%) auf, als die EinzelakteurInnen. Zusammengefasst wird festgehalten, dass Nationalismus, Traditionalismus sowie Aggressivität, d. h. die negativen Eigenschaften vielmehr den Gruppen zugeschrieben werden als den einzelnen Personen.

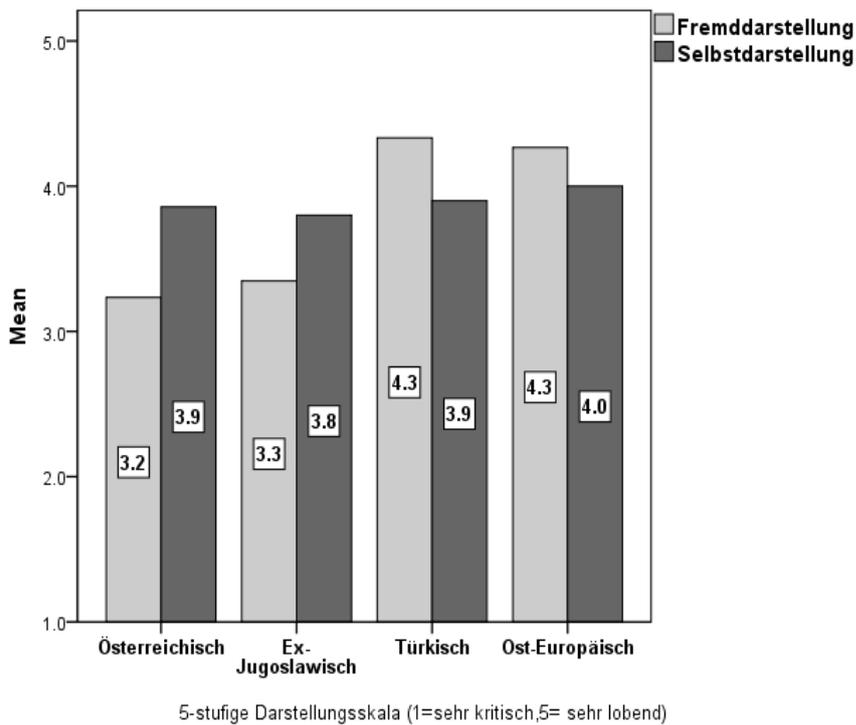
Als intelligente (38%) und **rationale** (36%) Akteure treten die Männer signifikant häufiger in der Zeitschrift auf, als die Frauen. Sie sind auch um etwas **zufriedener** (54%), als die Frauen (49%). Diese Ergebnisse können wieder auf die Arbeits- und Familienrollen von den Männern zurückzuführen werden.

Aus den Daten geht hervor, dass die Frauen signifikant **selbstbewusster** (57%) und **aktiver** (81%) auftreten als die Männer, was auf eine gewisse Verstärkung der Emanzipation seitens der Berichterstattung. Die Frauen bleiben aber immer noch **emotionaler** (34%) als die Männer (26%), wobei sie gleichzeitig wenig emotionaler sind, als die Gruppierungen (54%). Bei weiteren sozialen Kategorien wie Bildung oder Alter werden im Zusammenhang mit den HauptakteurInnen-Merkmalen keine signifikanten Zusammenhänge festgestellt.

Darstellungsweise von HauptakteurInnen nach ethnischer Zugehörigkeit

Beim Vergleich des Zusammenhangs von einzelnen HauptakteurInnen und ihrer Bewertungsweise in Bezug auf ihre ethnische Zugehörigkeit seitens der Redaktion (Fremddarstellung) wurde ein signifikanter Zusammenhang ($p < 0.05$) zwischen den Fallgruppen beobachtet. Im Hinblick auf diesen Befund kann deklariert werden, dass die österreichischen (Mittelwert=3,2) sowie ex-jugoslawischen AkteurInnen (Mittelwert=3,3) beachtlich negativer dargestellt werden in der Berichterstattung, als die türkischen (Mittelwert=4,3) und osteuropäischen (Mittelwert=4,3) AkteurInnen. (Siehe Tab.9.)

Ab. 23. Fremd- und Selbstdarstellungsweise nach ethnischer Zugehörigkeit



Tab.9. Fremddarstellung des Hauptakteurs

Ethnische Zugehörigkeit	Mittelwert	N
Österreichisch	3.2333	30
Ex-Jugoslawisch	3.3478	23
Türkisch	4.3333	18
Ost-Europäisch	4.2667	15
Gesamt	3.6744	86

Signifikanztest: $p < 0,05$. Skala: 1-5. Sehr kritisch=1, Sehr lobend=5

Hingegen ist die Selbstdarstellung im Vergleich zur Fremddarstellung generell etwas positiver, obwohl keine signifikanten Unterschiede zwischen diesen zwei Bewertungsweisen bestehen. Es stellen sich wieder die türkischen (Mittelwert = 3,9) mit osteuropäischen (Mittelwert=4,0) AkteurInnen am positivsten dar, wobei sich hier auch die ÖsterreicherInnen (Mittelwert=3,9) selbst besser darstellen, als sie seitens Redaktion bewertet werden. Allerdings sind die Unterschiede zwischen ethnischen Zugehörigkeiten und ihrer Selbstdarstellung statistisch nicht signifikant und daher weniger aussagekräftig, wie man das auch aus der Tabelle 10. herauslesen kann.

Tab. 10 Selbstdarstellung von HauptakteurInnen

Ethnische Zugehörigkeit	Mittelwert	N
Österreichisch	3.8571	21
Ex-Jugoslawisch	3.8000	25
Türkisch	3.9000	10
Ost-Europäisch	4.0000	9
Total	3.8615	65

Signifikanztest: $p < 0,05$. Skala: 1-5. Sehr kritisch=1, Sehr lobend=5

Die negative Fremddarstellung von ex-jugoslawischen AkteurInnen kann man auf die Struktur der Redaktion zurückzuführen, in der die Mehrheit der (Online-)RedakteurInnen einen ex-jugoslawischen Hintergrund hat (siehe Tab.11.) und daher viel kritischer gegenüber den Mitgliedern aus „ihrer“ Community auftreten. Das wurde durch die Online-Analyse bestätigt, auf die später noch näher herangegangen wird.

Tab.11. Online-Status nach ethnischer Zugehörigkeit

N=327 Ethnische Zugehörigkeit	Online-Status		Total
	Users (N ₁ =222)	Redakteur (N ₂ =105)	
Österreichisch	39.6%	12.4%	30.9%
Ex-Jugoslawisch	30.2%	50.5%	36.7%
Türkisch	22.5%	33.3%	26.0%
Osteuropäisch	7.7%	3.8%	6.4%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

11.1.3 Werte

Die Werteanalyse zeigt generell, dass der Sozialwert „Hilfsbereitschaft“, die Vermittlungswerte zwischen Individuum und Gesellschaft wie „**Toleranz**“, „**Leistung**“, und „**Freiheit**“ sowie die rein individualen Werte „**Macht**“ und „**Erfolg**“ die wichtigste Rolle in der Berichterstattung spielen. Individuelle Werte der Gratifikation, wie „Wohlstand“ oder „Schönheit“, aber auch die Strukturwerte „Ordnung“ oder „Sicherheit“ sind wiederum wenig in den Artikeln vertreten. Die Dominanz von individuellen Selbstverwirklichungswerten bedeutet, dass sich die ZeitschriftakteurInnen und

RedakteurInnen beim Entscheidungstreffen vornehmlich nach Individuum und seiner Selbstverwirklichung orientieren, allerdings oft mit einem Gesellschaftsbezug.

Tab.12. Werte im Zusammenhang mit ethnischen HauptakteurInnen

Werte	Ethnische Zugehörigkeit				Sign.	Gesamt (149)
	Öst. (N ₁)	Ex- Jug. (N ₂)	Tür. (N ₃)	Ost- EU (N ₄)		
Hilfsbereitschaft	36,4	36,6	40,9	12,5		34,9
Vertrauen	20,5	17,1	18,2	25,0		21,5
Harmonie	22,7	9,8	22,7	25,0		20,1
Liebe	13,6	14,6	22,7	37,5		16,8
Gerechtigkeit	22,7	17,1	4,5	25,0		20,8
Gleichheit	20,5	26,8	18,2	31,3		26,2
Sicherheit	27,3	17,1	0,0	25,0	<0,05	17,4
Ordnung	22,7	12,2	9,1	18,8		15,4
Anpassung	20,5	17,1	27,3	25,0		18,8
Tradition	29,5	19,5	36,4	18,8		26,8
Toleranz	38,6	22,0	36,4	6,3	<0,05	30,2
Leistung	40,9	48,8	59,1	56,3		49,0
Freiheit	31,8	26,8	27,3	31,3		29,5
Macht/Stärke	27,3	19,5	27,3	0,0		21,5
Wissen	38,6	36,6	50,0	37,5		38,9
Schönheit	9,1	22,0	22,7	12,5		15,4
Abwechslung	34,1	19,5	27,3	18,8		26,8
Erfolg/Ansehen	15,9	36,6	45,5	25,0	<0,05	29,5
Wohlstand/Reichtm	15,9	7,3	13,6	6,3		10,1
Spaß/Glück	25,0	12,2	22,7	18,8		20,1

ÖsterreicherInnen und TürkInnen als die tolerantesten AkteurInnen.

Aus der Tabelle geht weiter hervor, dass die Eigenschaft „Toleranz“ einen signifikanten Unterschied zwischen ethnischen Gruppen aufweist. Die ÖsterreicherInnen sind mit (39%) von den allen ethnischen Zuordnungsgruppen am tolerantesten, gefolgt von den TürkInnen mit 36%, während die OsteuropäerInnen mit 6% als die am wenigsten tolerantesten AkteurInnen gelten. Bei den ÖsterreicherInnen und TürkInnen liegt die Prozentzahl weit über den allgemeinen Prozentwert 30,2%, während die anderen Gruppen niedrigere Werte aufweisen. Daraus ist zu schließen, dass die ÖsterreicherInnen, die VertreterInnen der Mehrheitsgesellschaft sind- und als die tolerantesten in der Berichterstattung gegenüber anderen auftreten, wobei auch die TürkInnen überraschend viel toleranter als die anderen

ethnischen AkteurInnen sind. Das ist damit zu begründen, dass die „biber“-Berichterstattung auch hier eine antistereotypische Argumentationsweise betreibt, wobei vor allem die Eigenschaften, die oft in Zusammenhang mit türkischen Personen in den Massenmedien vorkommen, versucht werden zu widerlegen.

Türkische AkteurInnen orientieren sich am häufigsten an Erfolg.

Einen weiteren Zusammenhang, der dies bestätigt, sind die Daten über dem Wert „Erfolg“. Den Daten zufolge orientieren sich am häufigsten die türkischen AkteurInnen (45%) an Erfolg. Erfolgreich zu sein und das Ansehen zu genießen ist für sie im Vergleich zu den anderen ethnischen AkteurInnen signifikant wichtiger. Dahinter liegen mit 37% die ex-jugoslawischen AkteurInnen und erst dann mit 25% die OsteuropäerInnen. Bei den österreichischen AkteurInnen spielt Erfolg und Ansehen nur in 15% der Fälle eine wichtige Rolle. Damit ist eindeutig, dass die türkischen AkteurInnen genauso wie auch die ex-jugoslawischen AkteurInnen für die anderen RezipientInnen eine identitätsstiftende Vorbildrolle spielen sollen, dass es auch jenen mit Migrationshintergrund gelingen kann, eine erfolgreiche Karriere oder/und Familie zu haben und dadurch wertvolle Mitglieder in der Gesellschaft zu sein.

ÖsterreicherInnen entscheiden sich vermehrt nach dem Sicherheitsfaktor.

Eine signifikante Differenz ergibt sich weiter zwischen den ethnischen Hauptgruppen in Zusammenhang mit dem gesellschaftlichen Strukturwert „Sicherheit“, wobei sie am stärksten bei den Entscheidungen von österreichischen AkteurInnen (27%) eine Rolle spielt, gefolgt von OsteuropäerInnen (25%) und Ex-JugoslawInnen (17%). In Zusammenhang mit den TürkInnen spielt Sicherheit überhaupt keine Rolle. Dabei ist interessant zu sehen (Siehe Tab.13), mit welchem Beruf bzw. Beschäftigungsbereich des/r Akteurs/Akteurin die Kategorie „Sicherheit“ in Verbindung steht.

Tab.13. Wert „Sicherheit“ im Zusammenhang mit Beruf

Beruf	Wert:Sicherheit		Total
	nein	ja	
Produktion	4.9%	19.0%	7.3%
Dienst	29.4%	14.3%	26.8%
Information	50.0%	33.3%	47.2%
Staatsverwaltung	15.7%	33.3%	18.7%
N	102	21	123
Total	100.0%	100.0%	100.0%
Untersuchungszeitraum: 1.1.2010-1.1.2011; Signifikanztest: $p < 0,05$			

Wie die Tabelle 13. zeigt, sind es gerade die AkteurInnen aus dem Informationsbereich (33%) und vor allem aus der Staatsverwaltung (33%), die Sicherheit am häufigsten bei ihren Entscheidungen und Orientierungen berücksichtigen und damit oftmals als ExpertInnen über die Struktur und ihre Sicherheit auch selbst mitentscheiden.

Werte im Zusammenhang mit Geschlecht

Tab.14. Werte nach Geschlecht

N ₁ =41, N ₂ =50, N ₃ =52 JA In % Eigenschaften	Geschlecht			Sign.	Gesamt (149)
	Frau (N ₁)	Mann (N ₂)	Gemischt (N ₃)		
Hilfsbereitschaft	29,3	42,0	32,7		34,9
Vertrauen	17,1	28,0	19,2		21,5
Harmonie	14,6	16,0	30,8		20,1
Liebe	14,6	18,0	19,2		16,8
Gerechtigkeit	17,1	28,0	17,3		20,8
Gleichheit	24,4	26,0	28,8		26,2
Sicherheit	17,1	24,0	13,5		17,4
Ordnung	12,2	16,0	17,3		15,4
Anpassung	17,1	18,0	19,2		18,8
Tradition	9,8	26,0	38,5	<0,01	26,8
Toleranz	26,8	34,0	30,8		30,2
Leistung	48,8	72,0	30,8	<0,01	49,0
Freiheit	34,1	36,0	21,2		29,5
Macht/Stärke	14,6	30,0	19,2		21,5
Wissen/Fähigkeiten	29,3	52,0	34,6	P=0,061	38,9
Schönheit	26,8	16,0	5,8	<0,05	15,4
Abwechslung	14,6	36,0	28,8		26,8
Erfolg/Ansehen	36,6	46,0	15,4	<0,01	29,5
Wohlstand	7,3	6,0	15,4		10,1
Spaß/Glück	4,9	24,0	28,8	<0,01	20,1

Männer orientieren sich mehr nach Leistung, Wissen, Erfolg und Spaß als die Frauen.

Aus Tabelle 14. kann man ablesen, dass bei 72% der gültigen Werte, bei denen männliche Akteure im Mittelpunkt stehen, die Kategorie „Leistung“ einen signifikanten Zusammenhang aufweist. Hingegen kommt der weiblichen Akteurin nur in fast 49% der Fälle mit „Leistung“ in Verbindung.

Die individuellen Werte „Wissen“/„Fähigkeiten“ (52% bei Männern) und „Spaß“ (24% bei Männern) stehen genauso häufig mit Männern in Zusammenhang wie mit Frauen oder gemischten Geschlechtergruppen. Ein weiterer signifikanter Unterschied zeigt den Vergleich

des Werts „Erfolg“ zwischen den Geschlechtergruppen. Die Männer (46%) dominieren gegenüber den Frauen (37%), wobei die Frauen wiederum signifikant mehr auf „Schönheit“ achten (27%), als die Männer (16%). Die Werteanalyse bestätigt die eher negative Zuschreibungstendenz in Zusammenhang mit den Gruppen in Bezug auf den Wert „Tradition“. Die Gruppierungen sind signifikant häufiger als konservative an Tradition festgebundene AkteurInnen beschrieben (39%), als die EinzelakteurInnen.

Zusammenfassend kann man feststellen, dass sowohl die individuellen Werte der Selbstverwirklichung als auch der Gratifikation, mehrheitlich in der Zeitschrift mit Männern verbunden sind, wobei die gesellschaftlichen Werte generell eine eher geringe Rolle spielen. Damit kann weiter festgestellt werden, dass die Werteanalyse noch stärker als die Eigenschaftsanalyse die stereotypen konforme Argumentation hinsichtlich Geschlechtszuschreibungen in der Berichterstattung bestätigt hat.

Einen signifikanten Unterschied ergibt sich zwischen Muslimen und Christen in Zusammenhang mit der Wertkategorie „**Toleranz**“. Wenn ein/e AkteurIn sich als **muslimisch** präsentiert, wird er/sie in 79% der Fälle gleichzeitig auch als tolerant dargestellt, wobei es bei christlichen AkteurInnen nur in 29% aufgezeigt wird. Daraus ist zu schließen, dass seitens der Redaktion und AkteurInnen selbst öfters versucht wird, den Islam als tolerante Religion darzustellen.

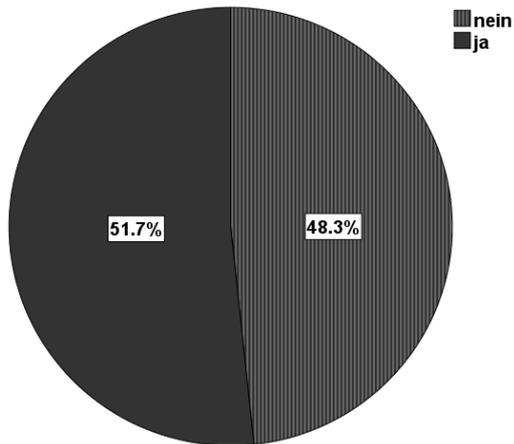
Tab.15. Wert „Toleranz“ nach Religion

N= 143,N ₁ =14,N ₂ =7 Religiöse Zugehörigkeit	Wertzuschreibung 11:Toleranz/Verständnis		Total
	nein	ja	
Muslim (N ₁)	21.4%	78.6%	100.0%
Christ (N ₂)	71.4%	28.6%	100.0%
Total	38.1%	61.9%	100.0%

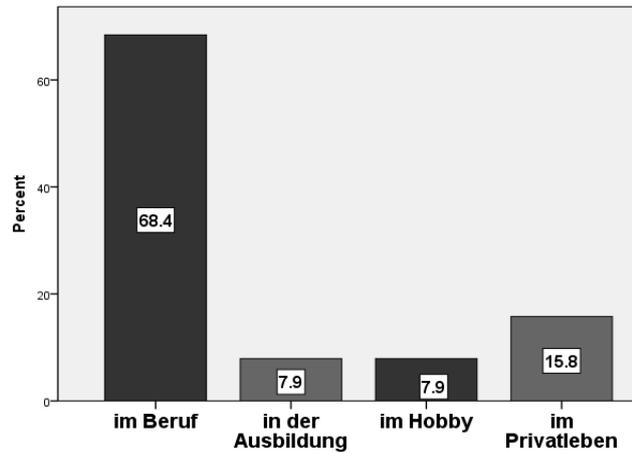
Signifikanztest: p<0,05

11.1.4 Themen

Ab.24a Thema: Erfolg



Ab.24b Thema: Erfolg



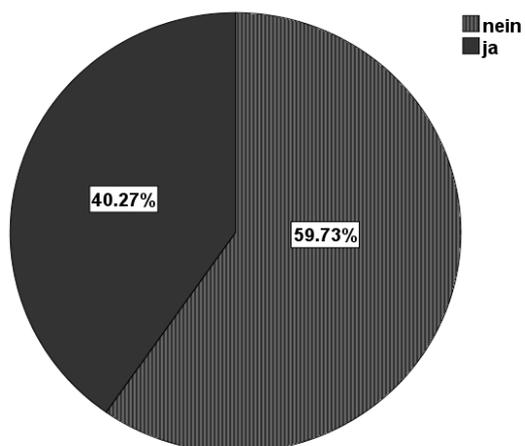
Das Thema „Erfolg“ kommt in fast 52% der Fälle der Berichterstattung vor, d. h. am häufigsten von allen anderen Themen und das überwiegend in Zusammenhang mit beruflicher Karriere (68%) in Form von Porträt, wie die Tabelle 16. zeigt. Damit wird bestätigt, dass Erfolg vor allem in Bezug auf Karriere eine Priorität der Berichterstattung darstellt.

Tab.16 Thema „Erfolg“ nach journalistischen Gestaltungsformen

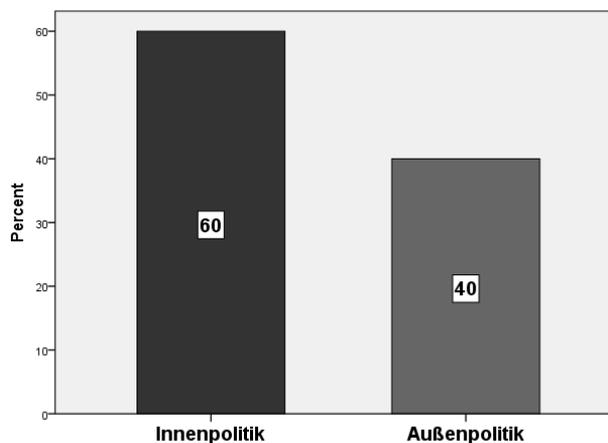
Thema:Erfolg	Journalistische Gestaltungsform						Total
	Interview	Reportage	Kommentar	Porträt	Mischform	Sonstig.	
Nein(N ₁)	12.5%	36.1%	31.9%	8.3%	5.6%	5.6%	100.0%
Ja (N ₂)	19.5%	22.1%	9.1%	42.9%	3.9%	2.6%	100.0%
Total	16.1%	28.9%	20.1%	26.2%	4.7%	4.0%	100.0%

Signifikanztest: p<0,01

Ab.25a. Thema: Politik

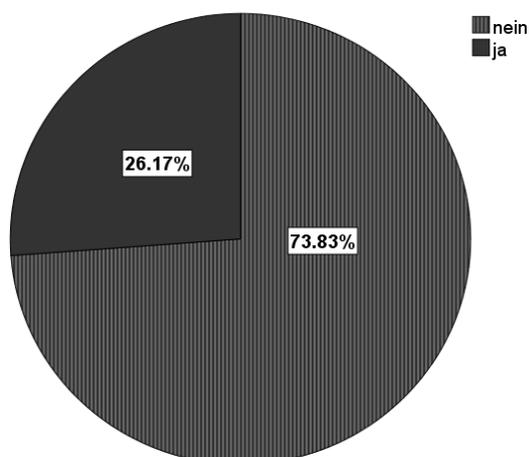


Ab.25b. Fallgruppen: Politik

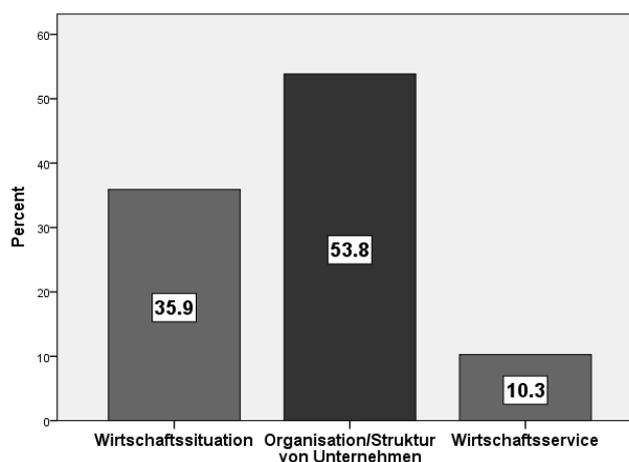


Die politischen Themen werden in 40% der gesamten Berichterstattung behandelt. Bei 60% der politischen Themen handelt es sich um innenpolitische Themen, wie Sozial- oder Wirtschaftspolitik in Österreich. Bei 40% der Fälle geht es um die Außenpolitik, die sich mit den Problemen wie internationale Konflikte oder internationale politische Entscheidungen beschäftigt.

Ab. 26a. Thema: Wirtschaft

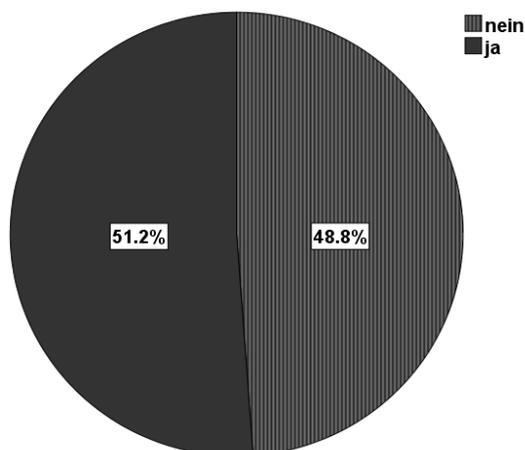


Ab. 26b. Thema: Wirtschaft

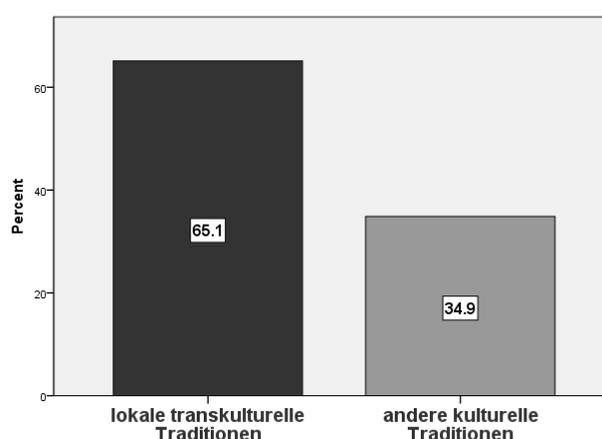


Überraschend bei den wirtschaftlichen Themen sind die geringen Fallzahlen, wie man in den Abbildungen sehen kann. Nur in 26% der Gesamtfälle kommt Wirtschaft vor, wobei sie am häufigsten in Verbindung mit einem Unternehmen und seiner Struktur (54%) stehen. Die gesamte Wirtschaftslage wird bei 36% der Fälle angesprochen. Wirtschaftsservice und –Beratung kommen nur in 10% der wirtschaftlichen Themen vor.

Ab. 27a. Thema: Kultur



Ab. 27b. Thema: Kultur



Das Thema „Kultur“ erfreut sich nach dem Themenbereich „Erfolg“ -zweitgrößtem Interesse bei den RedakteurInnen und kommt in 51% der Gesamtfälle vor. Es wird vermehrt über die lokalen österreichischen bereits transkulturellen Traditionen (Resultat des Glocalisierungsprozesses) berichtet (65%), wie z. B. Religionspraxis, lokaler Slang oder lokale Familienbeziehungen. Die „fremden“ kulturellen Traditionen aus anderen Ländern, die in Österreich nicht zu finden sind, kommen nur in 35% der gesamten kulturellen Fälle vor. Ein signifikanter Unterschied ergibt sich, wenn man die kulturellen Themen mit ethnischen AkteurInnen vergleicht, wie man das in der nächsten Tabelle beobachten kann.

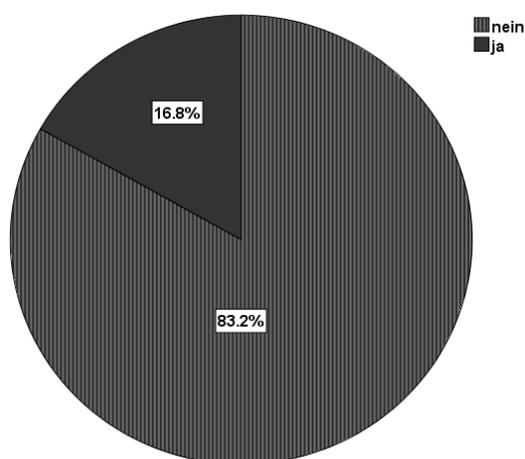
Tab.17 Thema „Kultur“ nach ethnischer Zugehörigkeit von HauptakteurInnen

Ethnische Zuordnung	Thema:Kultur		Total
	lokale kul. Traditionen	fremde kul. Traditionen	
Österreichisch. (N ₁)	88.9%	11.1%	100.0%
Ex-Jugoslawisch. (N ₂)	66.7%	33.3%	100.0%
Türkisch (N ₃)	60.0%	40.0%	100.0%
Osteuropäisch (N ₄)	30.0%	70.0%	100.0%
Total	65.7%	34.3%	100.0%

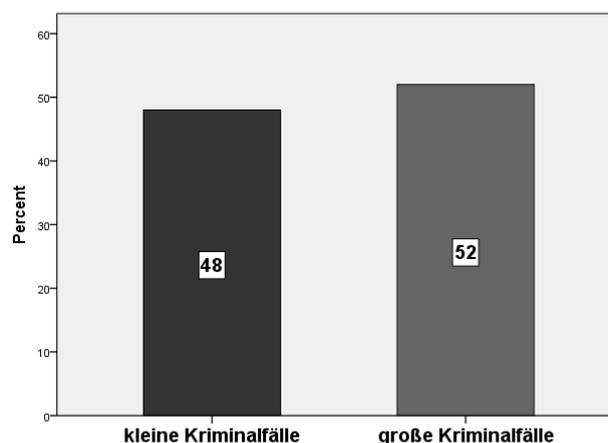
Signifikanztest:p<0,05

Es zeigt sich, dass die osteuropäischen AkteurInnen viel stärker mit fremden Traditionen verbunden sind als mit Traditionen aus Österreich. Das liegt vermutlich daran, dass sie sich kulturell wenig mit Österreich verbunden fühlen und noch immer eine starke Beziehung zum Herkunftsland haben. Der Grund dafür könnte sein, dass es sich gerade die osteuropäischen Personen oft in Österreich nur kurzfristig aufhalten (z. B. geschäftliche Gründe) und wieder nach Osteuropa zurück kehren möchten.

Ab.28.a Thema: Kriminalität

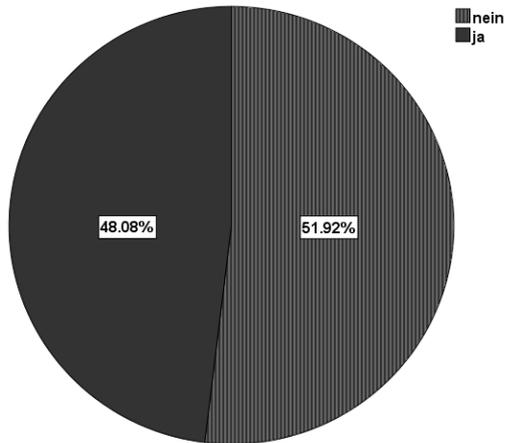


Ab .28.b Thema: Kriminalität

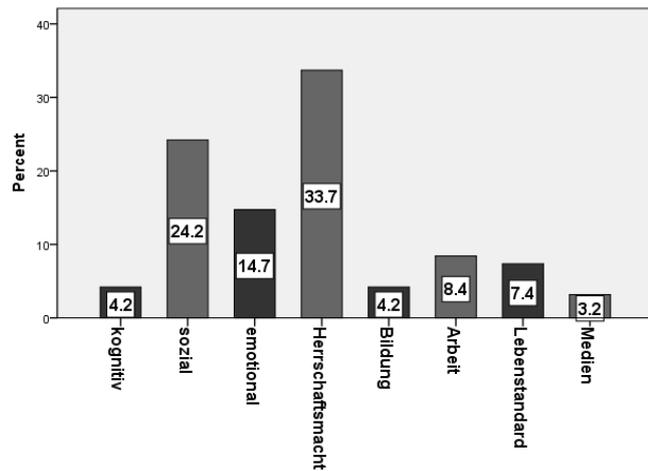


Kriminalität ist das Thema, das in der Berichterstattung am seltensten vorkommt (17%), was auch die Eigenschaftsanalyse bestätigt. Falls über Kriminalfälle berichtet wird, dann fast genauso viel über große (52%) als auch über kleine (48%) Kriminalfälle, wie z. B. Diebstahl.

Ab.29a. Thema: Konflikt

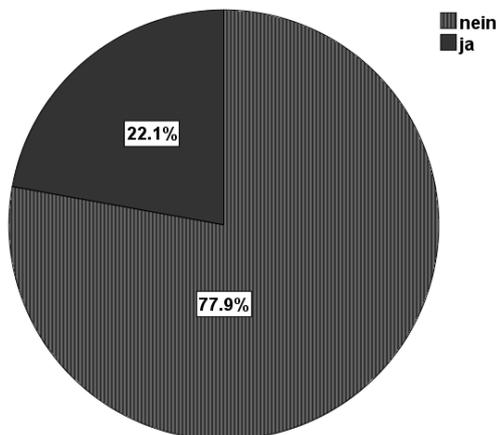


Ab.29b. Thema: Konflikt

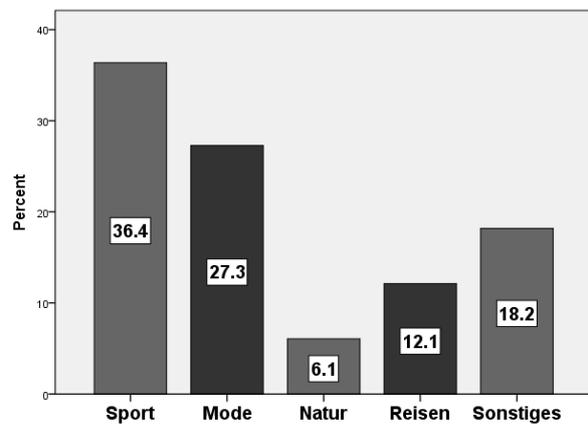


Das Thema Konflikt ist in der Berichterstattung mit 52% vertreten, wobei es sich in 43% der Fälle um soziokulturelle Konflikte handelt. Hierbei geht es vorwiegend um soziale bzw. zwischenmenschliche Konflikte (24,2%), gefolgt von emotionalen bzw. identitätsstiftenden Konflikten (14,7%). Allerdings dominieren der Berichterstattung die soziostrukturellen Konflikte (57%) darunter meistens solche, die mit der herrschenden Machtstruktur und ihren rechtlichen Mitteln zusammenhängen (34%).

Ab 30a. Thema: Hobby

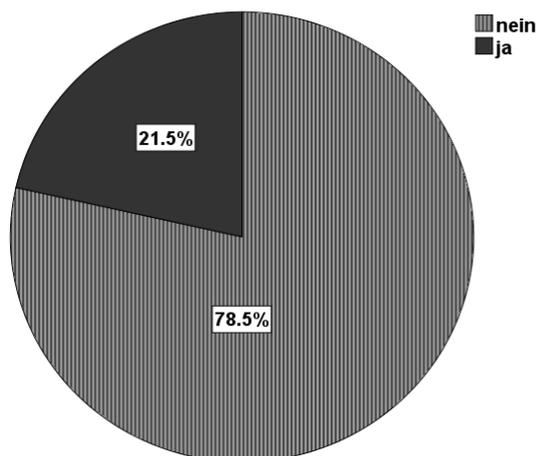


Ab. 30b. Thema: Hobby

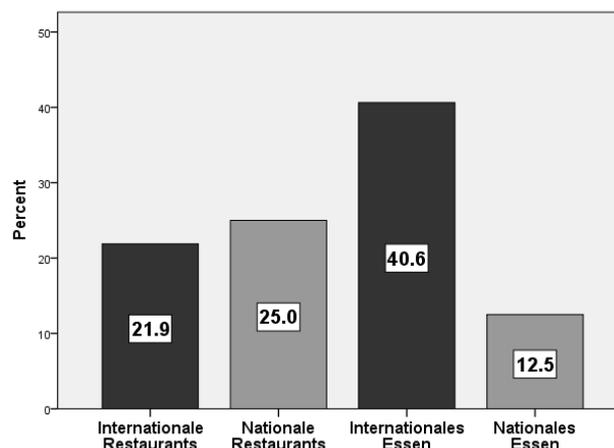


Hobby gehört zu den wenig angesprochenen Themen (78%) in der Berichterstattung. Wenig überraschend ist hierbei, dass unter dem Thema „Hobby“ Sport (36%) und Mode (27%) dominieren.

Ab.31a. Thema:Kulinarisch



Ab.31b. Thema:Kulinarisch



Das letzte Thema ist Gastronomie, die nur in 22% der Gesamtfälle vorkommt. Es geht in 41% der Fälle um andere internationale Essgerichte, während das traditionale österreichische Essen nur in 13% behandelt wird. In 25% der Fälle wird über die Restaurants in Österreich berichtet. In 22% wird über die internationalen Restaurants im Ausland geschrieben.

Themen-Darstellungsweise:

Tab.18 Themendarstellung: Politik

Mittelwert N=60 Themendarstellung	Politik			Gesamt (N=149)
	Innen- politik	Außen- politik	Sign.	
problemzen.-lösungszen. (1-5)	2,40	2,93		2,62
sachlich-wertend (1-5)	2,67	2,30	<0,05	2,52
humorvoll-ernst (1-5)	3,62	4,47	<0,01	3,96
kritisch-lobend (1-5)	3,24	2,60	<0,05	2,96

Wie man anhand der Tabelle 18. sieht, ist Politik generell überwiegend problemorientiert bearbeitet. Die Innenpolitik ist etwas subjektiver bewertet (Mittelwert=2,67) sowie viel humorvoller (Mittelwert=3,62) als die Außenpolitik. Es spielt hier wahrscheinlich der Faktor-Nähe eine gewisse Rolle, sowie die einzelnen Themen, die behandelt werden. In der Außenpolitik sind es oft Kriegskonflikte, über die geschrieben wird. Die innenpolitischen Tatsachen werden positiver bzw. lobender (Mittelwert=3,24) präsentiert, als die außenpolitischen Themen (Mittelwert=2,60).

Tab.19a. Themendarstellung: Wirtschaft

N=39 Mittelwert Themendarstellung	Wirtschaft				Gesamt (N=149)
	Wirtschaft/ Finanzen	Unter- nehmen	Service	Sign.	
problemzen.-lösungszen. (1-5)	2,71	2,57	3,75		2,74
sachlich-wertend (1-5)	1,93	2,24	2,00		2,10
humorvoll-ernst (1-5)	4,21	4,43	4,75		4,38
kritisch-lobend (1-5)	2,50	3,86	4,00	<0,05	3,38

Die Wirtschaftsthemen sind meist auf problematischer Ebene behandelt, außer Service-Berichte, die oft eine Lösung (Mittelwert=3,75) bieten. Einen signifikanten Unterschied, trotz weniger Fallzahlen, ergibt sich bei der kritischen Bewertung. Die gesamte „Wirtschaftssituation“ (Mittelwert=2,50) ist viel kritischer dargestellt, als die einzelnen „Unternehmen“ (Mittelwert=3,86) oder „Serviceangebot“ (Mittelwert=4,00), die in der Berichterstattung eine positive Vorbild- und Orientierungsfunktion erfüllen sollen.

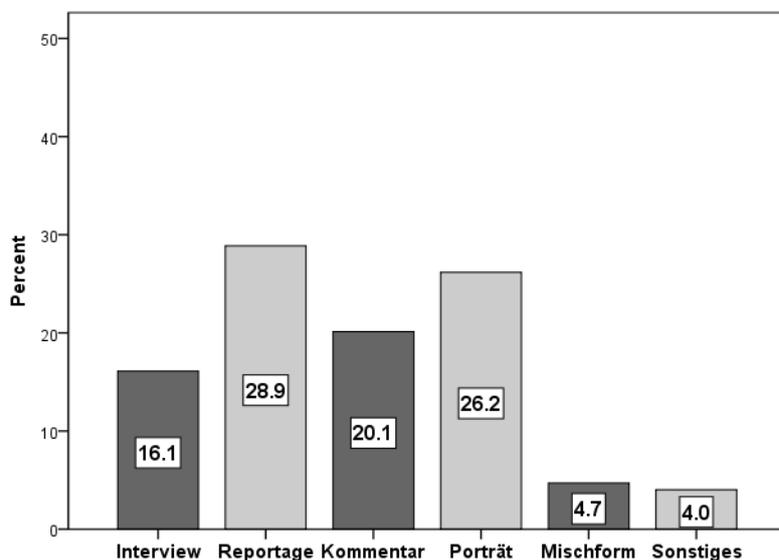
Aufgrund der geringen Fallzahl und dem kaum vorhandenen signifikanten Unterschied lassen sich keine weiteren interessanten Bewertungszusammenhänge bei den restlichen Themen feststellen.

11.1.5 Gestaltung

Unter den journalistischen Darstellungsformen in der Berichterstattung dominieren die meinungsbetonten Formen leicht - die Kommentare mit Porträts sind insgesamt mit 46% vertreten. Mithilfe dieser kann man die identitätsstiftenden Inhalte viel leichter in die Artikel mittransportieren. Die tatsachenbetonten Darstellungsformen, wie Interview oder Reportage kommen insgesamt in 35% der Gesamtfälle vor. Der Rest zählt entweder zu den

Mischformen oder zu der Kategorie „Sonstiges“, die keinem regulären Darstellungsressort zugeordnet werden konnte.

Ab.32. Journalistische Gestaltungsformen



Welchen Darstellungsformen sich die Journalisten beim Präsentieren von einzelnen ethnischen Akteuren bedienen, ist der Tabelle 19b. zu entnehmen.

Tab.19b: Journalistische Darstellungsformen nach ethnischer Zugehörigkeit

Ethnische Zuordnung	Journalistische Darstellungsformen						Total (N)
	Interview (N ₁)	Reportage (N ₂)	Kommentar (N ₃)	Porträt (N ₄)	Mischform (N ₅)	Sonstiges (N ₆)	
Österr.	47.4%	50.0%	32.0%	25.7%	0,0%	20.0%	35.8%
Ex-Jugosl.	36.8%	26.5%	52.0%	25.7%	20.0%	40.0%	33.3%
Türkisch	10.5%	2.9%	16.0%	28.6%	60.0%	40.0%	17.9%
Ost-Eu	5.3%	20.6%	0,0%	20.0%	20.0%	0,0%	13.0%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Signifikanztest: p<0,01

In den tatsachenbetonten journalistischen Formen wie Interviews und Reportagen kommen am häufigsten die ÖsterreicherInnen vor (47% der Interviews und genau 50% der Reportagen). In den meinungsbetonten Formen dominieren die ex-jugoslawischen (52% der Kommentare) und türkischen AkteurInnen (29% der Porträts). Eine Mischform tritt am meisten bei den TürkInnen (60%) auf. Daraus ist zu schließen, dass obwohl die

ÖsterreicherInnen am häufigsten als AkteurInnen auftreten, was meist im Rahmen einer tatsachenbetonter objektiver Darstellungsform ist, in welcher überwiegend Fakten vorkommen, während die anderen ethnischen AkteurInnen, im Rahmen der meinungsbetonten Formen viel mehr Raum haben, ihre persönliche Meinung und Position zu äußern.

Sprache nach ethnischer Zugehörigkeit von HauptakteurInnen

Tab.20 Dialekt und fremdsprachige Ausdrücke nach ethnischer Zugehörigkeit

JA in % N ₁ =44,N ₂ =41,N ₃ =22, N ₄ =16	Ethnische Zuordnung der HauptakteurInnen					Gesamt (N=149)
	Öster. (N ₁)	Ex-Jug. (N ₂)	Tür. (N ₃)	Ost-Eu (N ₄)	Sign.	
Fremdsprachige Ausdrücke						
Österreichisches Dialekt	9,1	14,6	4,5	6,3		4,7
Wienerisches Dialekt	6,8	7,3	0,0	0,0		11,4
Türkisch	0,0	0,0	9,1	0,0		1,3
Serbokroatisch	2,3	12,2	0,0	0,0		4,0
Englisch	11,4	34,1	13,6	25,0	=0,058	22,8
Neologismen (Ethnolekt)	13,6	24,4	22,7	0,0		16,1

Wie man anhand der Tabelle 20. sieht, dominieren unter den Fremdausdrücken (inkludiert Dialektausdrücke) eindeutig die englischen Wörter (23% der Gesamtfälle) und das bei jedem/r ethnischen AkteurIn, außer ÖsterreicherInnen. Vor allem die ex-jugoslawischen AkteurInnen weisen signifikant höhere Zahlwerte auf (34,1%) als der Rest, was auf bestimmte Distanz der deutschen Sprache und gleichzeitig auch der Herkunftssprache hinweist. Die trans-kulturellen ethnischen Mischbegriffe, die aus verschiedenen Sprachen zusammengesetzt sind und eine transkulturelle Identität repräsentieren sollen, kommen in 16% der Gesamtfälle vor, was den zweitgrößten Anteilswert darstellt. Vor allem versuchen auch hier die Ex-JugoslawInnen (24,4%) sich vor allem mithilfe dieser Mischbegriffe auszudrücken. Interessant ist, dass die österreichischen AkteurInnen viel öfters den „Ethnolekt“ (14%) und die englische Sprache (11,4%) verwenden, als österreichische Dialektausdrücke. Sogar die Ex-JugoslawInnen verwenden häufiger die wienerischen (7%) und österreichischen (15%) Dialektbegriffe als sie, was wieder eine bestimmte Zusammengehörigkeit zu Österreich seitens ex-jugoslawischer AkteurInnen manifestieren soll. Auf der Seite der österreichischen AkteurInnen kann es sich um eine gewisse

Aneignung der ethnisch-sprachlichen Hybridität aus der Umgebung handeln, wobei es hier vor allem um ein Zeichen der Toleranz sowie Akzeptanz der Vielfältigkeit in der Gesellschaft geht. Die Wörter aus eigener Herkunftssprache kommen generell eher weniger vor, darunter türkisch am wenigsten.

Tab.21 Abwertende Ausdrücke nach ethnischer Zugehörigkeit

Abwertende Ausdrücke	Ethnische Zuordnung					Gesamt (N=149)
	Öster. (N ₁)	Ex-Jug. (N ₂)	Tür. (N ₃)	Ost- EU (N ₄)	Sign.	
Ernst gemeinte Ausdrücke	6,8	24,4	4,5	12,5	=0,056	14,1
Ironische Aus.	4,5	22,0	0,0	0,0		8,1
Referierte Aus.	11,4	24,4	4,5	6,3		18,1

Aus der Tabelle 21. über abwertende Ausdrücke geht hervor, dass im Zusammenhang mit den ex-jugoslawischen AkteurInnen (24%) häufiger die abwertenden Ausdrücke genutzt werden, als mit allen anderen AkteurInnen. Die türkischen AkteurInnen (4,5%) sind am seltensten mit abwertenden Begriffen in der Berichterstattung verbunden, was ihre positive Darstellungsweise in der Zeitschrift noch verstärkt.

Tab. 22. Abwertende Ausdrücke im Thema „Konflikt“

Thema:Konflikt	Ernsteste Abwertende Ausdrücke		Total (N)
	Nein (N ₁)	Ja (N ₂)	
Kognitives K.	1.4%	12.5%	4.2%
Soziales K.	23.9%	25.0%	24.2%
Emotionales K.	18.3%	4.2%	14.7%
Herrschaft	32.4%	37.5%	33.7%
Bildung	5.6%	0,0%	4.2%
Arbeit	7.0%	12.5%	8.4%
Soziales Standard	9.9%	0,0%	7.4%
Medien	1.4%	8.3%	3.2%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Signifikanztest: p<0,05

Wenn wir uns das Thema Konflikt ansehen, wobei die meisten abwertende Ausdrücke zu erwarten sind, kann man einen signifikanten Unterschied zwischen einzelnen

Konfliktbereichen beobachten. Am meisten werden die abwertenden Ausdrücke erwähnt, wenn es in Artikeln um Herrschaftsverhältnisse in der Gesellschaft geht (38%). Damit scheint in der Zeitschrift die schärfste Kritik gegenüber dem Staat und seinen Institutionen ausgeübt zu werden

11.1.6 Bewertung im Hinblick auf Integration

Wenn man die Bewertung von Integrationsmodellen nach ethnischer Zuordnung vergleicht, entstehen wegen der geringen Fallzahl keine signifikanten Unterschiede zwischen den einzelnen ethnischen Fallgruppen. Das Modell für interaktive Integration ist eindeutig fast gleichmäßig positiv von allen ethnischen AkteurInnen-Gruppierungen bewertet. Das bedeutet, dass dies zu den meist bevorzugten Modellen (Mittelwert=4,65) für Integration in der Zeitschrift gehört. Das Separationsmodell wird von allen ethnischen AkteurInnen. (Mittelwert=2,35) überwiegend negativ bewertet. Das neutral bewertete Assimilationsmodell ist das einzige Modell, das von den einzelnen ethnischen Gruppen unterschiedlich bewertet wird. Die ÖsterreicherInnen (Mittelwert=2,75) und TürkInnen (Mittelwert=2,50) sehen das Modell vermehrt als keine Integrationslösung an, während die Ex-JugoslawenInnen (Mittelwert=4,00) und OsteuropäerInnen (Mittelwert=4,00) das Modell vorwiegend als lösungsfähig bewerten. Diese Daten geben Aufschluss darüber, dass diese zwei zuletzt erwähnten Gruppen positiver zu den Assimilationsprozessen stehen.

Tab.23. Bewertung des Integrationsmodelles nach ethnischer Zugehörigkeit

Mittelwert N ₁ =14, N ₂ =14, N ₃ =43	Ethnische Zuordnung					
	Integrationsmodelle	Öster.	Ex-Jug.	Tür.	Ost- EU	Sign.
Assimilationsmodell (N ₁)	2,75	4,00	2,50	4,00		3,31
Separationsmodell (N ₂)	2,50	2,43	1,00	1,50		2,35
Interaktionsmodell (N ₃)	4,65	4,62	4,67	4,50		4,65
Untersuchungszeitraum: 1.1.2010-1.1.2011 Bewertungsskala 1=schadet der Integrationslösung, 5=trägt zur Integrationslösung						

Alle drei Spracharten sind in Zusammenhang mit dem Integrationspotenzial generell eher positiv bewertet. Es entstehen keine signifikanten Unterschiede zwischen den ethnischen Gruppen. Allerdings kommen nur bei den osteuropäischen Gruppen keine Bewertungswerte bei der Herkunftssprache vor. Aus der Tabelle 24. kann man ablesen, dass sowohl deutsche Sprachkenntnisse, als auch Herkunftssprachkenntnisse der Eltern und Mehrsprachigkeit fast gleich wichtig für den Integrationsprozess seitens der Redaktion sowie der AkteurInnen repräsentiert werden.

Tab.24. Bewertung der Sprachkommunikation nach ethnischer Zugehörigkeit

Mittelwert N ₁ =12, N ₂ =8, N ₃ =14	Ethnische Zuordnung					
Kommunikations- sprache	Öster.	Ex-Jug.	Tür.	Ost- EU	Sign.	Gesamt
Deutsch (N ₁)	5,00	5,00	4,33	4,67		4,71
Herkunftssprache (N ₂)	4,67	3,33	4,50	0,00		4,12
Mehrsprachigkeit (N ₃)	5,00	4,75	4,43	4,64		4,65
Bewertungsskala: 1=schadet der Integrationslösung, 5=trägt zur Integrationslösung						

Von den politischen Parteien wird die ÖVP in Bezug auf den Integrationsprozess am positivsten (Mittelwert=3,50) bewertet, gefolgt von der SPÖ (Mittelwert=3,37) und der politischen Zivilgesellschaft (Mittelwert=3,25). Es handelt sich generell um eine neutrale Bewertung der ganzen Hochpolitik (Mittelwert=2,72), außer der Partei FPÖ, deren Politik hinsichtlich Integration viel kritischer als die Politik von allen anderen Parteien bewertet wird (Mittelwert=1,42).

Tab.25. Bewertung der Politik nach ethnischer Zugehörigkeit

Mittelwert N ₁ =25,N ₂ =12,N ₃ =17, N ₄ =6,N ₅ =7	Ethnische Zuordnung					
Bewertung von Politik	Öster.	Ex-Jug.	Tür.	Ost- EU	Sign.	Gesamt
Hochpolitik allgemein (N ₁)	3,25	2,25	3,00	1,50		2,72
FPÖ (N ₂)	1,60	1,67	1,00	1,45		1,42
SPÖ (N ₃)	3,58	1,00	3,33	0,00		3,37
ÖVP (N ₄)	3,75	3,00	0,00	0,00		3,50
Zivilgesellschaft (N ₅)	3,50	2,50	4,00	0,00		3,25
Untersuchungszeitraum: 1.1.2010-1.1.2011						
Bewertungsskala: 1=schadet der Integrationslösung, 5=trägt zur Integrationslösung						

Laut den Ergebnissen ist der Privatsektor positiver bewertet (Mittelwert=3,85) als der staatliche Sektor (Mittelwert=2,67). was die Integrationsleistung betrifft. In der Berichterstattung wird das Potenzial im Prozess der Integration mehr dem privaten Bereich zugeschrieben, als dem staatlichen. Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen den ethnischen Fallgruppen hinsichtlich der Bewertung.

Tab.26. Bewertung des privaten vs. staatlichen Sektors

Mittelwert N ₁ =21, N ₂ =22	Ethnische Zuordnung					
Sektor	Öster.	Ex-Jug.	Tür.	Ost- EU	Sign.	Gesamt
Privat (N ₁)	3,00	3,55	4,75	4,00		3,85
Staatlich (N ₂)	3,00	2,14	3,20	1,50		2,67
Untersuchungszeitraum: 1.1.2010-1.1.2011						
Bewertungsskala: 1=schadet der Integrationslösung, 5=trägt zur Integrationslösung						

Aus der Tabelle 27. geht hervor, dass die Fähigkeiten von Personen mit Migrationshintergrund generell vielmehr geschätzt werden (Mittelwert=4,22), als die Fähigkeiten von Personen ohne Migrationshintergrund (Mittelwert=2,83). Die Fähigkeiten von MigrantInnen sind zwischen den Fallgruppen signifikant unterschiedlich bewertet. Im

Fälle eines/r türkischen Akteurs/Akteurin sind die Fähigkeiten hoch geschätzt (Mittelwert=4,81), gefolgt von österreichischen (Mittelwert=3,84) und ex-jugoslawischen AkteurInnen. (Mittelwert=3,92).

Tab. 27. Bewertung von Fähigkeiten

Mittelwert N ₁ =67, N ₂ =13	Ethnische Zuordnung					
Bewertung von Fähigkeiten...	Österr.	Ex- Jug.	Tür.	Ost- EU	Sign.	Gesamt
von MigrantInnen N ₁	3,94	3,92	4,81	4,11	<0,05	4,22
von Nicht-MigrantInnen N ₂	3,00	5,00	1,00	3,00		2,83
Untersuchungszeitraum: 1.1.2010-1.1.2011 Bewertungsskala: 1=nicht geschätzt, 5=hoch geschätzt						

11.1.7 Aussagen zur Identität

Die Aussageanalyse mit den geringen Fallzahlen bestätigt, dass die emotionale Identitätsartikulation in der Berichterstattung wenig diskutiert wird. Das betrifft sowohl die Zusammenhänge hinsichtlich ethnischer Zugehörigkeiten, als auch religiöser Zugehörigkeiten. Am häufigsten wird die Aussage „ich bin nicht ÖsterreicherIn“ erwähnt (17,4%), die signifikant unterschiedlich ausgeprägt ist zwischen den einzelnen Fallgruppen. Eindeutig sind hier die ÖsterreicherInnen, die sich nur in 4,5% der Fälle als nicht ÖsterreicherInnen fühlen. Am meisten sind es die OsteuropäerInnen (25%), die ihre andere nicht österreichische ethnische Identität betonen, gefolgt von jenen aus dem ehemaligen JugoslawInnen (22%) und TürkInnen (18%).

Die lokale wienerische Identität ist überraschendweise am meisten bei den TürkInnen (9,1%) entwickelt, gefolgt von den österreichischen AkteurInnen (6,8%). Die türkischen AkteurInnen fühlen sich sogar häufiger als die österreichischen AkteurInnen (6,8%) als ÖsterreicherInnen (9,1%), für die es wahrscheinlich nicht so wichtig erscheint, die österreichische Zugehörigkeit hauptsächlich aufgrund von Toleranz und Sympathien zum Pluralismus in der Gesellschaft zu erwähnen.

Als die am stärksten religiösen treten die türkischen AkteurInnen auf (9,1%). Es handelt sich dabei am meisten um traditionelle MuslimInnen. (9,1%)

Tab.28a. Aussagen zur ethnischen und religiösen Identität

JA In % N=123	Ethnische Zuordnung					Gesamt (149)
	Öster.	Ex-Jug.	Tür.	Ost-EU	Sign.	
Aussagen zur Identität						
Ich bin überall in der Welt zuhause	2,3	4,9	0,0	0,0		2,7
Ich bin Österreicher	6,8	0,0	9,1	12,5		5,4
Ich bin nicht Österreicher	4,5	22,0	18,2	25,0	<0,05	17,4
Ich bin Wiener	6,8	4,9	9,1	0,0		6,0
keine homogene ethno-nationale Identität	2,3	4,9	4,5	0,0		4,0
Ich bin religiös	2,3	2,4	9,1	0,0		3,4
Ich bin traditioneller Muslim	6,8	0,0	9,1	0,0		3,4
Ich bin traditioneller Christ	0,0	4,9	0,0	0,0		1,4
Ich bin liberaler Muslim	2,3	0,0	4,5	0,0		1,3
Ich bin liberaler Christ	0,0	2,4	0,0	0,0		0,7

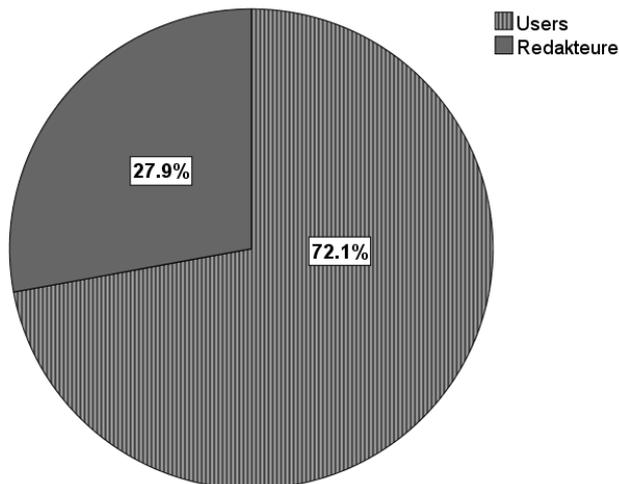
11.2 Online-Kommentare (Aneignungsanalyse)

11.2.1 Soziodemografische Daten von Online-KommentatorInnen

Die soziodemografischen Daten über die Online-User geben uns einen bestimmten Überblick über ihre sozialen Bedingungen, die die Medienaneignungspraktiken und Identitätsverhandlungsprozesse bestimmen. Gleichzeitig ändern diese die sozialen und kulturellen Sinnhorizonte der Alltagswelt, wie Hepp in seiner Medienaneignungstheorie behauptet.

Zunächst zeigt uns die folgende Grafik, wie die Verteilung von KommentatorInnen zwischen User und RedakteurInnen ist, die in dem Online-Forum unter Zeitschriftartikeln kommentieren.

Ab.33 Status der KommentatorInnen



Es sind über 72% der Kommentare von User geschrieben und fast 28% von den Online-RedakteurInnen, die oft auf die Kommentare der User unter ihre Artikel reagieren.

Oft handelt sich bei den online-kommentierenden RedakteurInnen um wiederkehrende NutzerInnen, die regelmäßig Kommentare hinterlassen, was ein wichtiges Zeichen für die Online-Community bzw. Gemeinschaft darstellt. Es handelt sich um die Mitglieder, die am meisten an Zeit und Engagement investieren, um wirklich eine „biber“-Online-Community herzustellen, wo interaktives Austauschklima herrscht, d. h. Mitglieder, die dafür auch Ressourcen aus der Offline-Welt haben.¹⁰ Allerdings zeigen die soziodemografischen Merkmale aus den Profilen der drei meist aktiven KommentatorInnen, dass der/die am häufigsten kommentierende NutzerIn ein männlicher User ist:

1. Online-User/Mann
Bosnisch
Jugendalter
Bildung nicht erwähnt
Wohnt in Wien
4% aller Kommentare
2. Redakteurin/Frau
Bosnisch
Mittleres Erwachsenenalter
Höhere Bildung
Wohnt in Wien
3,8% aller Kommentare
3. Redakteur/Mann
Türkisch-Österreichisch
Jugendalter
Bildung nicht erwähnt

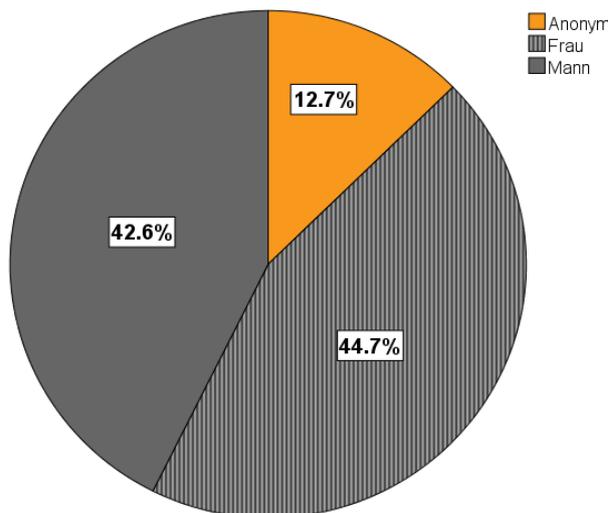
¹⁰ Siehe Kap. 7.2.1

Wohnt in Wien
3,6% aller Kommentare

Wie man sieht, ist der meist kommentierende Nutzer (4% der Kommentare) männlich, fühlt sich Bosnien zugehörig, ist jung und er hat seinen Wohnort in Wien. An zweiter Stelle (3,8%) steht die Redakteurin (weiblich), die im mittleren Alter ist, eine hohe Bildung hat, in Wien wohnt und sich auch zu Bosnien zugehörig fühlt. Der meist kommentierende Nutzer (männlich), der sich türkisch-österreichisch repräsentiert, schreibt 3,6% der Kommentare, ist im Jugendalter und wohnt in Wien.

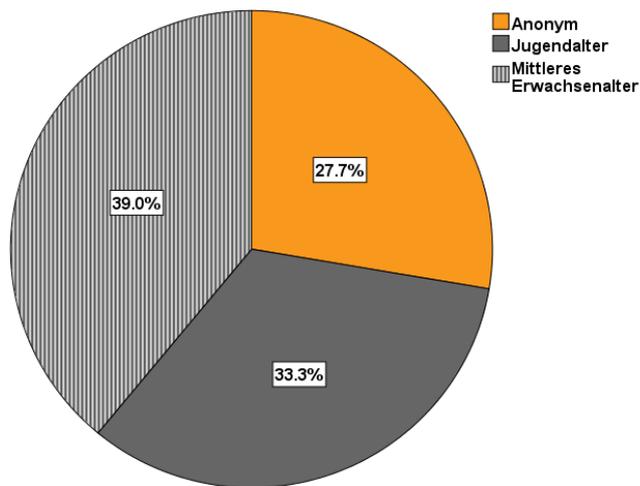
Die genaue sozio-demografischen Daten über die KommentatorInnen sind weiter in den nächsten Grafiken dargestellt.

Ab.34. Geschlecht der KommentatorInnen



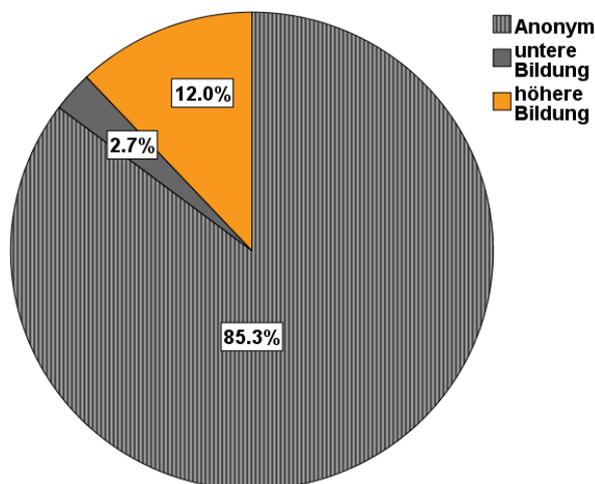
Die Männer (43%) kommentieren beinahe gleich häufig wie die Frauen (45%). Nur 13% der Online-NutzerInnen veröffentlichen ihre Geschlechtsdaten nicht. Das kann ein Zeichen dafür sein, dass es der Zeitschrift durch gleiche Repräsentation von beiden Geschlechtern in der Berichterstattung gelungen ist, auch beide Geschlechtergruppen aus der Zielgruppe anzusprechen.

Ab.35 Alter der KommentatorInnen



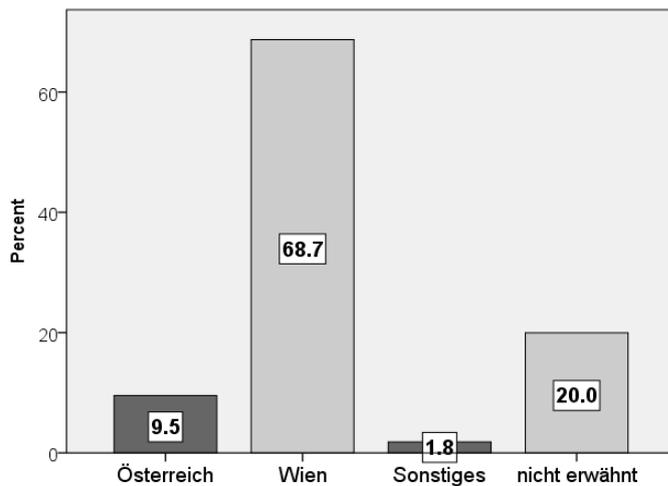
Die meisten KommentatorInnen sind mit 39% NutzerInnen im mittleren Erwachsenenalter (26-59 Jahre), was auch dem Alter den meisten AkteurInnen der Zeitschrift entspricht, gefolgt von Jugendlichen (15-25 Jahre) mit 33%. Es gibt keine KommentatorInnen, die im Senioralter sind.

Ab.36. Bildung von Kommentatoren



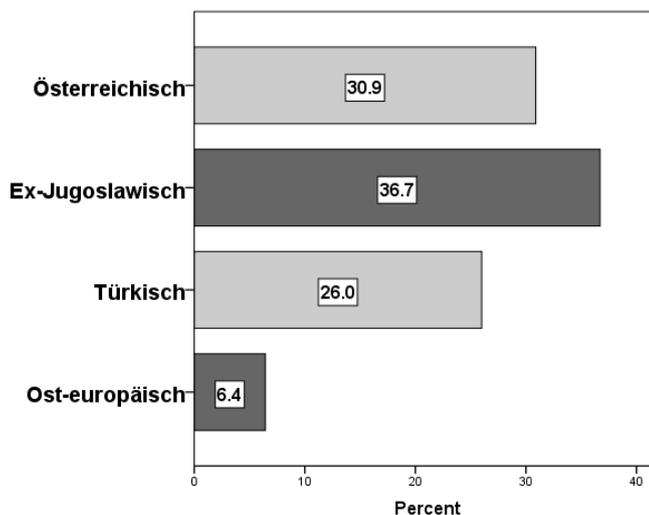
Die Bildung spielt bei Profilrepräsentation der NutzerInnen nur eine geringe Rolle, noch weniger als es bei AkteurInnen in der Berichterstattung der Fall ist. 85% der KommentatorInnen lassen ihren Bildungsstand im Profil anonym, womit bestätigt wird, dass auf Bildung bei Selbstrepräsentation genau wie in der Zeitschrift wenig Wert gelegt wird. Falls sie erwähnt wird, handelt es sich vermehrt um die höher (12%), als weniger gebildeten NutzerInnen (2,7%).

Ab.37. Wohnort der KommentatorInnen



20% der KommentatorInnen veröffentlichen keine Daten zum Wohnort in ihrem Profil. Die NutzerInnen (69%), die Wien als ihren Wohnort angeben, dominieren unter den Kommentierenden, wie die wienerischen AkteurInnen in der Berichterstattung.

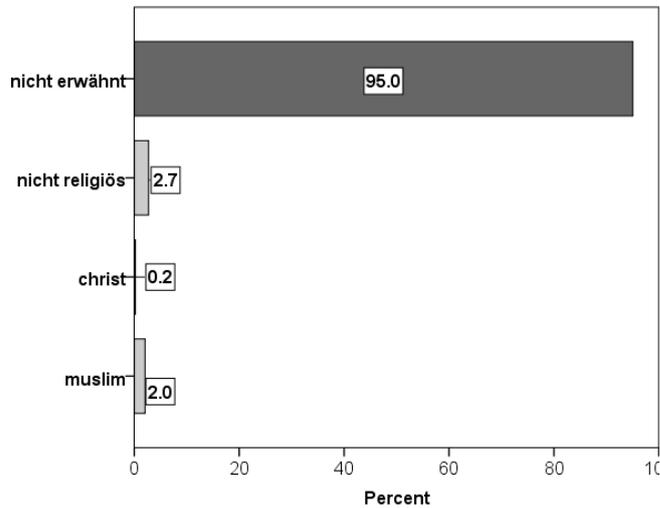
Ab.38 Ethnische Zugehörigkeit der KommentatorInnen



Im Vergleich zu den ethnischen HauptakteurInnen-Gruppen aus der Berichterstattung sind es in der Online-Community jene aus dem ehemaligen Jugoslawien (37%), und nicht die österreichischen NutzerInnen (31%), die vermehrt kommentieren. Nach den österreichischen KommentatorInnen sind es mit 26% die türkischen KommentatorInnen und

OsteuropäerInnen (6%), die sich zu Wort melden. 26% der GesamtkommentatorInnen erwähnen entweder ihren Herkunft nicht oder geben einen anderen Ort (7,5%) an.

Ab.39 Religiöse Zugehörigkeit der KommentatorInnen



Die religiöse Zugehörigkeit taucht nur selten bei der Repräsentation von KommentatorInnen auf. Sogar die Nicht-Religiosität wurde öfters betont (2,7%) als die Zugehörigkeit zum muslimischen (2%) oder christlichen Glauben (0,2%).

11.2.2 Eigenschaftszuschreibung von Online-KommentatorInnen

Mithilfe der Online-Eigenschaftsanalyse, die anhand der Kommentare unter den Artikeln durchgeführt wurde, kann man feststellen, welche Eigenschaften seitens der KommentatorInnen den HauptakteurInnen aus der Zeitschrift zugeschrieben werden.

Tab. 28b. Eigenschaftszuschreibung von KommentatorInnen

N ₁ =146,N ₂ =441 JA In %		
Eigenschaften	Zeitschrift (N ₁)	Online- Kommentator. (N ₂)
Kosmopolitisch	39,6	2,3
Nationalistisch	12,1	3,4
Patriotisch	18,8	2,0
Traditionell	16,8	7,7
Modern	38,3	2,5
Konservativ	14,8	4,8
Liberal	42,3	6,8
Kriminell	7,4	3,2
Gesetztreu	3,4	0,5
Heimisch	47,7	3,6
Fremd	40,9	7,5
Begabt	28,2	3,9
Nicht begabt	6,7	7,0
Aktiv	61,7	4,8
Passiv	0,3	1,6
Emotional	36,6	7,7
Rational	25,5	1,1
Kollektiv	49,0	3,9
Individuell	1,8	0,7
Zufrieden	42,3	4,3
Unzufrieden	20,1	3,4
Tolerant	22,8	2,5
Nicht tolerant	10,1	7,3
Agressiv	13,4	7,7
Friedlich	6,7	1,6
Selbstbewusst	36,9	5,4
Ängstlich	12,8	5,0
Reich	13,4	3,4
Arm	4,0	1,8

Aus der Tabelle 28b. kann man ablesen, dass im Gegensatz zu Eigenschaften aus der Zeitschrift vor allem die negativen Eigenschaftszuschreibungen im Onlineforum dominieren. Am häufigsten sind laut KommentatorInnen die AkteurInnen aggressiv (7,7%), nicht tolerant (7,3%), emotional/temperamentvoll (7,7%), nicht begabt (7%), fremd/anders (7,5%) und traditionell (7,7%). Daher fällt auf, dass die KommentatorInnen online viel kritischer gegenüber AkteurInnen sind und ihnen viel negativere Eigenschaften zuschreiben als in der Zeitschrift.

Die kosmopolitische Eigenschaft scheint im Vergleich zur Redaktion für die Online-NutzerInnen eine sehr kleine Rolle zu spielen, weil sie sehr wenig zugeschrieben wird (2,3%). Dasselbe gilt bei Heimat- bzw. Österreichzuschreibungen (3,6%), die sehr wenig vorkommen.

Trotz dieser negativen Eigenschaftsbilder ist schließlich laut Analyse die Kommentierungsweise der KommentatorInnen vermehrt neutral (Mittelwert=3,46), wie unten Tabelle 29. anhand der Gesamtwerte zeigt, sogar die Werte bei den AkteurInnen aus dem ehemaligen Jugoslawien nehmen eine leicht lobende Tendenz an (Mittelwert=3,73). Das ist häufig auf die Kommentierenden aus dem ehemaligen JugoslawInnen zurückzuführen, die sich aufgrund desselben Hintergrunds mit dem/r AkteurIn leichter positiv identifizieren können. Allerdings sind die meisten Kommentare eher problemzentriert bis neutral (Mittelwert=2,71), was bedeutet, es handelt sich weniger um lobende Kommentare.

Tab.29 Kommentierungsweise nach ethnischer Zugehörigkeit

Mittelwert N ₁ =195, N ₂ =314, N ₃ =311, N ₄ =266	Ethnische Zuordnung von Online-KommentatorInnen					
	Kommentierungsweise	Österr.	Ex-Jug.	Tür.	Ost- EU	Sign.
problemzen.-lösungzen.(1-5) (N ₁)	2,72	2,90	3,02	2,50		2,71
sachlich-wertend (1-5) (N ₂)	3,36	3,36	3,28	3,63		3,38
humorvoll-ernst (1-5) (N ₃)	3,95	3,68	3,63	4,24		3,31
kritisch-lobend (1-5) (N ₄)	3,24	3,73	3,58	3,33		3,46
Untersuchungszeitraum: 1.1.2010-1.1.2011 Bewertungsskala 1=sehr problemzentriert, 5=sehr lösungszentriert						

11.2.3 Werte

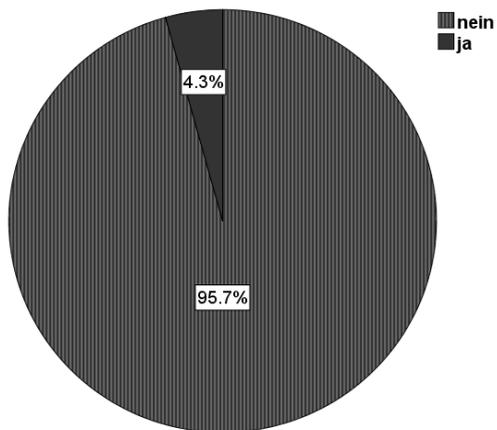
Tab. 30 Werte von KommentatorInnen

N ₁ =523 ,N ₂ =149 JA In %		
Werte	Online (N ₁)	Zeitschrift (N ₂)
Hilfsbereitschaft	6,1	34,9
Vertrauen	15,4	21,5
Harmonie	9,8	20,1
Liebe	3,2	16,8
Gerechtigkeit	7,7	20,8
Gleichheit	9,1	26,2
Sicherheit	3,9	17,4
Ordnung	4,8	15,4
Anpassung	4,8	18,8
Tradition	5,0	26,8
Toleranz	15,2	30,2
Leistung	8,8	49,0
Freiheit	15,4	29,5
Macht/Stärke	5,0	21,5
Wissen/Fähigkeit	17,5	38,9
Schönheit	7,9	15,4
Abwechslung	4,3	26,8
Erfolg/Ansehen	1,8	29,5
Wohlstand/Reichtum	3,2	10,1
Spaß/Glück	9,3	20,1

KommentatorInnen im „dasbiber.at“ sind im Vergleich zu den restlichen Werten mehr an den Sozialwerten Vertrauen (15,4%) und Harmonie (9,8%) orientiert und weniger an die Individualwerte Leistung (8,8%) oder Macht (5,0%), welche in der Berichterstattung der Zeitschrift häufig präsentiert werden. Die Ausnahme stellen die individuellen Werte Freiheit (15,4%) und Wissen (17,5%) dar, die in beiden Medienplattformen eine wichtige Rolle spielen, wie der soziale Wert Toleranz (15,2%).

11.2.4 Themen

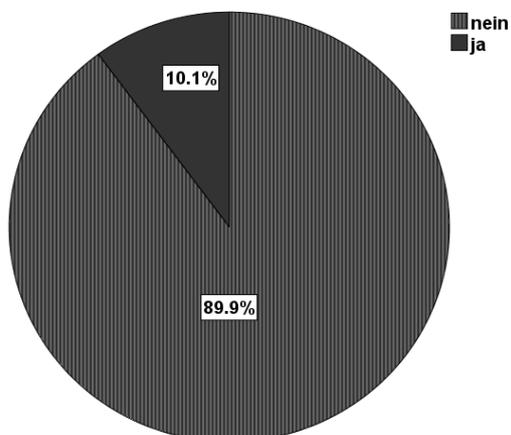
Ab.40 Online:Thema „Erfolg“



Das Thema „Erfolg“ löst unter Online-KommentatorInnen ein ganz kleines Interesse aus. Im Vergleich zur Zeitschrift (52% der Artikel) behandelt nur 4,3% der Kommentare die Erfolgsgeschichte von AkteurInnen aus der Zeitschrift. Das weist darauf hin, dass die Erfolgsgeschichte doch kein so wichtigerer Identifikationsfaktor spielt für die Rezipienten oder einfach nicht relevant ist für die Kommentare.

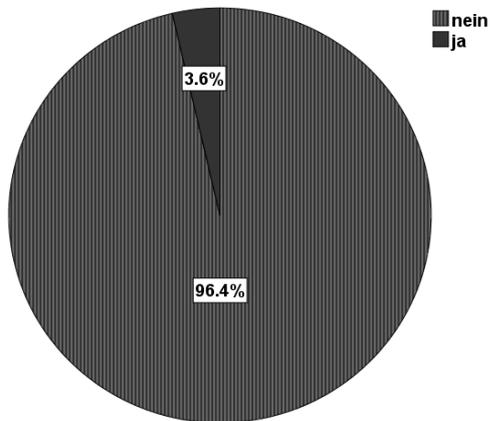
Politische Themen werden in 10 % der Gesamtfälle online diskutiert, was bedeutet, dass sie im Vergleich zu anderen Online-Themen ziemlich populär sind, wie das auch in der Zeitschrift ist

Ab.41. Online: Thema „Politik“

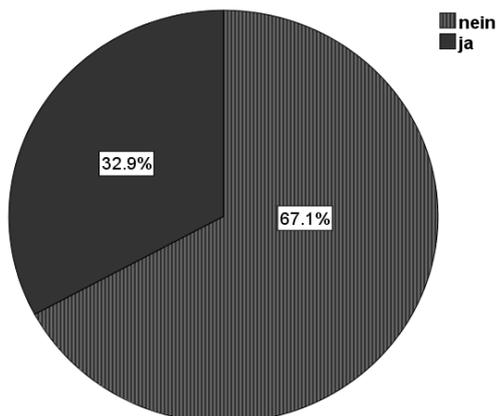


Die Online-NutzerInnen diskutieren nur ganz selten über Thema „Wirtschaft“ (4%), d.h. die Wirtschaftsthemen aus der Zeitschrift wecken wenig Interesse auf.

Tab.42. Online: Thema „Wirtschaft“



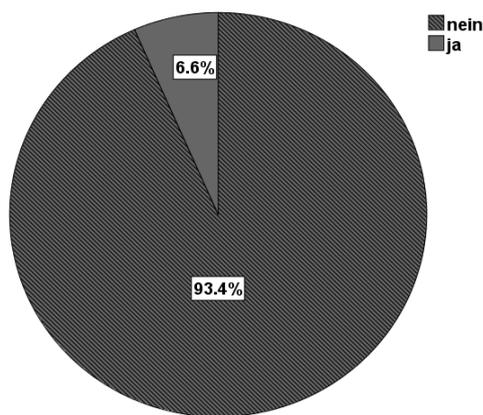
Tab.43 Online: Thema „Kultur“



Kulturelles Thema gehört zu den meistdiskutierten Themen im Online-Forum. 33% sämtlicher Kommentare beschäftigen sich entweder mit fremden kulturellen Tatsachen oder Konflikten, obwohl es mehr auf die lokalen kulturellen Themen reagiert wird (darunter am meisten auf Religion). Die Lokalität spielt bei den Kommentierenden eine sehr attraktive Rolle, genauso wie das in der Zeitschrift ist.

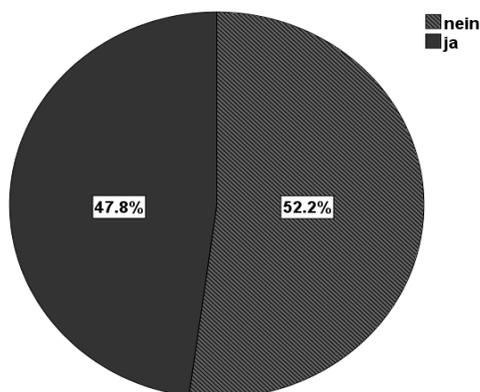
Die Kriminalität gehört wie in der Zeitschrift zu den wenig diskutierten Themen (7%) in der Online-Community, wobei sie mit ihrem Konfliktpotenzial im Vergleich zum Erfolg oder Wirtschaft öfters angesprochen wird.

Ab. 44 Online: Thema „Kriminalität“



Bei fast der Hälfte der Fallwerte handelt es sich um einen Konflikt, genau wie das auch bei der Zeitschrift-Berichterstattung der Fall ist. Das lässt den Schluss zu, dass die Konflikte ein sehr attraktives Thema auch für die KommentatorInnen darstellen, was einen der wichtigsten Wertfaktor aus der Werttheorie darstellt. Die meisten diskutieren allerdings im Gegensatz zur Berichterstattung lieber über die soziokulturellen Konfliktthemen als über die soziostrukturellen Probleme, wie man auf der Grafik unten sehen kann.

Ab.45 Online: Thema „Konflikt“



Die Kommentare über das Thema „Kulinarisches“ (3%) und „Hobby“ (0,7%) kommen nur sehr selten vor. Damit wird bestätigt, dass die Online-RezipientInnen dieses Thema nur ganz wenig interessant finden.

11.2.5 Gestaltung

Tab.31. Online:Dialekt und Fremdsprachige Ausdrücke nach ethnischer Zugehörigkeit

JA in % N ₁ =44,N ₂ =41,N ₃ =22,N ₄ =16	Ethnische Zuordnung der KommentatorInnen					
Fremdsprachige Ausdrücke und Dialekt	Öster (N ₁)	Ex-Jug. (N ₂)	Tür. (N ₃)	Ost-Eu (N ₄)	Sign.	Gesamt (N=149)
Österreichisches Dialekt	3,0	7,5	7,1	4,8		6,3
Wienerisches Dialekt	5,0	12,5	7,1	4,8		7,5
Türkisch	1,0	1,7	1,2	0,0		1,1
Serbokroatisch	1,0	5,8	0,0	0,0	<0,05	2,9
Englisch	5,9	7,5	14,1	9,5		9,8
Neologismen (Ethnolekt)	5,9	5,0	2,4	14,3		5,2

Wie das auch bei meisten AkteurInnen war, dominieren bei den Online-NutzerInnen fremdländische Dialektausdrücke (6,3%). Vor allem sind das die ex-jugoslawischen NutzerInnen für die sowohl österreichische (7,5%) als auch wienerische Begriffe (12,5%) eine größere Rolle spielen. Die eigene Herkunftssprache wird generell nur selten eingesetzt, darunter Türkisch am wenigsten, wie das auch im Falle der AkteurInnen in der Zeitschrift war.

11.2.6 Bewertung im Hinblick auf Integration

Wie auch in der Berichterstattung, ist unter den Kommentierenden das am positivsten bewertete Modell für Integration das Interaktionsmodell. Es ergibt sich hier jedoch bei der Bewertung ein signifikanter Unterschied zwischen den einzelnen Ethnizitäten. Während die türkischen KommentatorInnen das Modell als sehr lösungsfähig bewerten (Mittelwert=4,67), äußern sich die osteuropäischen Online-NutzerInnen neutral zu dem Modell (Mittelwert= 3,00). Aufgrund der geringen Fallzahl lassen sich keine signifikanten Unterschiede hinsichtlich des Assimilations- oder Separationsmodells feststellen. Die durchschnittlichen Werte in den Online-Foren sind etwas niedriger (Mittelwert=2,53) als die aus der Berichterstattung (Mittelwert=3,31), wenn es sich um Assimilation handelt, was bedeutet, dass die KommentatorInnen etwas kritischer gegenüber diesem Modell sind.

Tab.32. Online: Bewertung des Integrationsmodelles nach ethnischer Zugehörigkeit

Rangplätze nach Mittelwert N ₁ =15, N ₂ =5, N ₃ =21	Ethnische Zuordnung						
Integrationsmodelle	Öster.	Ex-Jug.	Tür.	Ost-EU	Sign.	Gesamt	Zeitschrift
Assimilationsmodell (N ₁)	1,86	3,16	1,00	5,00		2,53	3,31
Separationsmodell (N ₂)	4,00	1,67	5,00	0,00		2,50	2,35
Interaktionsmodell (N ₃)	4,29	4,00	4,67	3,00	<0,01	4,28	4,65
Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011 Bewertungsskala: 1=schadet der Integrationslösung, 5=trägt zur Integrationslösung							

Wenn wir uns die Bewertung des Assimilations- und Interaktionsmodelles mit den Aussagen zur österreichischen Identität aus der Aussageanalyse etwas näher ansehen, entsteht ein weiterer signifikanter Zusammenhang. Viele KommentatorInnen, die sich explizit als ÖsterreicherInnen repräsentieren („Ich bin ÖsterreicherIn“), bewerten das Assimilationsmodell der Integration durchschnittlich positiver (Mittelwert=4,50) als die, die keine österreichische Identität aufweisen (Mittelwert = 2,00). Umgekehrt, bewerten die mit österreichischer Identität das Interaktionsmodell durchschnittlich negativer (Mittelwert=3,00) als KommentatorInnen, die sich nicht mit Österreich identifizieren (Mittelwert=4,39), wie die Tabelle 33. zeigt. Das bedeutet, dass die Online-RezipientInnen, die sich mit Österreich identifizieren, signifikant positiver zum Assimilationsmodell stehen, als die anderen. Bei den KosmopolitInnen oder heterogenen NutzerInnen kann man keinen signifikanten Unterschied festzustellen.

Tab. 33 Online: Bewertung des Integrationsmodelles im Zusammenhang mit österreichischer Identität

Mittelwert N ₁ =19, N ₂ =25	„Ich bin Österreicher/in!“				
Integrationsmodelle	Kommt vor	Kommt nicht vor	Sign.	Gesamt	Zeitschrift
Assimilationsmodell (N ₁)	4.50	2.00	<0,01	2,53	3,31
Interaktionsmodell (N ₂)	3,00	4,39	<0,01	4,28	4,65
Untersuchungszeitraum (1.1.2010-1.1.2011) Bewertungsskala: 1=schadet der Integrationslösung, 5=trägt zur Integrationslösung					

Aus der Tabelle 34. fällt auf, dass die generellen Bewertungswerte über Politik bei Online-Kommentaren viel niedriger sind, als die in der Zeitschrift. Damit kann festgestellt werden, dass die Online-NutzerInnen kritischer gegenüber der Politik und einzelnen Parteipolitiken argumentieren, als das in der „biber“-Berichterstattung passiert. Die einzige Ausnahme stellt die Partei FPÖ dar, die von KommentatorInnen etwas besser in Bezug auf Integration bewertet wird (Mittelwert=1,60), als von „biber“-Redaktion (Mittelwert=1,42). Die einzige politische Instanz, die in Kommentaren eher neutral und am positivsten dargestellt ist, ist die Zivilgesellschaft (Mittelwert=2,56).

Hervorzuheben ist hier, dass obwohl die SPÖ als die zweitgeeignetste Politik für Integration im Vergleich zu anderen Parteipolitiken in der Zeitschrift präsentiert wird (Mittelwert=3,37), die RezipientInnen nicht ganz damit einverstanden zu sein scheinen, da die SPÖ bei ihnen am schlechtesten abgeschnitten hat (Mittelwert=1,50).

Tab.34 Online: Bewertung der Politik nach ethnischer Zugehörigkeit

Mittelwert N ₁ =14, N ₂ =11, N ₃ =4, N ₄ =4, N ₅ =7	Ethnische Zuordnung						
Bewertung von Politik	Öster.	Ex-Jug.	Tür.	Ost-EU	Sign.	Gesamt	Zeitschrift
Hochpolitik allgemein (N ₁)	2,00	2,50	1,50	0,00		1,82	2,72
FPÖ (N ₂)	1,75	1,33	1,00	4,00		1,60	1,42
SPÖ (N ₃)	2,50	0,00	1,00	1,00		1,50	3,37
ÖVP (N ₄)	1,00	2,00	2,00	0,00		1,67	3,50
Zivilgesellschaft N ₅	3,25	0,00	2,00	2,00		2,56	3,25
Untersuchungszeitraum: 1.1.2010-1.1.2011							
Bewertungsskala: 1=schadet der Integrationslösung, 5=trägt zur Integrationslösung							

Aufgrund Daten aus der Tabelle 35. ist zu behaupten, dass die Kommunikation seitens des Privatsektors im Online-Forum (Mittelwert=2,11) weniger integrationsfähig beschrieben wird, als es in der Zeitschrift präsentiert wird (Mittelwert=3,85). Noch niedrigere Werte weisen auf den staatlichen Sektor hin und das sowohl bei der Zeitschrift (Mittelwert=2,67), als auch online (Mittelwert=1,50). Zusammengefasst kann man sagen, dass ein allgemeines Misstrauen gegenüber der privaten und staatlichen Kommunikation innerhalb des Integrationsprozesses herrscht.

Tab. 35 Online: Bewertung des privaten vs. staatlichen Sektors

Mittelwert N ₁ =6, N ₂ =27	Ethnische Zuordnung						
Sektor	Öster	Ex-Jug.	Tür.	Ost- EU	Sign.	Gesamt	Zeitschrift
Privat (N ₁)	1,50	0,00	1,00	0,00		2,11	3,85
Staatlich (N ₂)	1,40	2,47	2,17	1,00		1,50	2,67
Untersuchungszeitraum: 1.1.2010-1.1.2011							
Bewertungsskala: 1=schadet der Integrationslösung, 5=trägt zur Integrationslösung							

Die religiöse Identität wird in beiden Medienplattformen als eher wenig integrationskonform eingeschätzt. Egal, ob muslimische (Mittelwert=2,24) oder christliche Identität (Mittelwert=2,62), beide scheinen kaum einen besseren Beitrag zum Integrationsprozess in der Gesellschaft zu leisten. Falls von religiöser Identität im allgemein die Rede ist, werden die durchschnittlichen Bewertungen etwas höher, wobei die türkischen Gläubigen die Religion den Beitrag zu Integration in seinen/ihren Kommentaren signifikant besser bewerten (Mittelwert=4,50), als die nicht religiösen Online-NutzerInnen (Mittelwert=1,17). Die ChristInnen äußern sich sehr neutral zu der Integrationsfähigkeit von einzelnen religiösen Identitäten (Mittelwert=3,00). Interessant ist, dass sie sich zur christlichen Identität gar nicht äußern.

Tab.36. Online: Bewertung der religiösen Identitäten von Gläubigen

Mittelwert N ₁ =39, N ₂ =59, N ₃ =21	Religiöse Zuordnung						
Bewertung der religiösen Identität	Nicht erwähnt	Muslimisch	Christlich	Nicht religiös	Sign.	Gesamt	Zeitschrift
Religion allgemein (N ₁)	2,57	4,50	3,00	1,17	<0,01	2,56	2,64
Muslimische Iden. (N ₂)	2,26	2,57	3,00	1,40		2,24	2,57
Christliche Iden. (N ₃)	2,76	2,33	0,00	1,00		2,62	2,22
Untersuchungszeitraum (1.1.2010-1.1.2011); Bewertungsskala: 1=schadet der Integrationslösung, 5=trägt zur Integrationslösung							

Die dargelegten Ergebnisse aus Tabelle 37. lassen den Schluss zu, dass die Fähigkeiten von Personen mit Migrationshintergrund sowohl von der „biber“-Redaktion als auch von den KommentatorInnen vielmehr geschätzt werden, als die von Nicht-MigrantInnen. Im Vergleich dazu sind allerdings die Bewertungswerte bei Online-NutzerInnen niedriger (Mittelwert= 3,40), als bei der Zeitschrift (Mittelwert=4,22), was wahrscheinlich daran liegt, dass die KommentatorInnen der antistereotypischen Berichterstattung von MigrantInnen

nicht ganz zustimmen. Sie selbst bewerten die Fähigkeiten von Personen mit Migrationshintergründen vielmehr kritischer bzw. neutral.

Die Fähigkeiten von Nicht-MigrantInnen werden generell eher weniger geschätzt, vor allem seitens der türkischen KommentatorInnen (Mittelwert=2,00). Die OsteuropäerInnen weisen wieder eine positive Beziehung zu dem nicht-migrantischen Bevölkerungsteil auf (Mittelwert =3,50) und gleichzeitig eine stärkste negative Beziehung zu den MigrantInnen (Mittelwert= 2,40).

Tab.37a. Online: Bewertung von Fähigkeiten der AkteurInnen mit und ohne Migrationshintergrund

Mittelwert N ₁ =45, N ₂ =13	Ethnische Zuordnung						
Bewertung von Fähigkeiten...	Öster.	Ex-Jug.	Tür.	Ost-EU	Sign.	Gesamt	Zeitschrift
von MigrantInnen (N ₁)	3,56	3,24	3,57	2,40		3,40	4,22
von Nicht-MigrantInnen (N ₂)	3,00	2,25	2,00	3,50		2,33	2,83
Untersuchungszeitraum: 1.1.2010-1.1.2011 Bewertungsskala: 1=nicht geschätzt, 5=hoch geschätzt							

11.2.7 Aussagen zur Identität

Die Aussageanalyse zu einzelnen ethno-nationalen und religiösen Identitäten weißt auf, dass die eigene Identität nur selten bei KommentatorInnen öffentlich artikuliert wird.

Falls es dazu kommt, äußern sich am häufigsten jene, die sich nicht als ÖsterreicherInnen bezeichnen (2,7%), sondern sich oft zu anderer Nation zugehörig fühlen, genauso wie es in der Berichterstattung der Fall ist (17,4%), was man auf Tabelle 37b. sieht. Der zweithäufigste Teil der Aussagen gehört wiederum den Online-NutzerInnen mit österreichischer Identität (1,4%), gefolgt von den KommentatorInnen mit keiner homogenen ethno-nationalen Identität (1,1%). Die direkte Artikulation von wienerischer Identität scheint im Gegensatz zur Identitätszuweisung in der Zeitschrift (6%) keine so wichtige Rolle in der Online-Repräsentierung zu spielen (0,5%).

Tab.37b Aussagen zur Identität

JA In % N ₁ = 441,N ₂ =149		
Aussagen zur Identität	Online (N ₁)	Zeitschrift (N ₂)
ich bin überall in der Welt zuhause	1,1	2,7
ich bin Österreicher	1,4	5,4
ich bin nicht Österreicher	2,7	17,4
ich bin Wiener	0,5	6,0
keine homogene ethn. Identität	1,1	4,0
ich bin religiös	0,9	3,4
ich bin traditioneller Muslim	0,7	3,4
ich bin traditioneller Christ	0,7	1,4
ich bin liberaler Muslim	0,9	1,3
ich bin liberaler Christ	0,5	0,7

Zusammengefasst zeigen die Daten, dass für die Mehrheit der RezipientInnen und vor allem der AkteurInnen im Fall, dass sie ihre Identität öffentlich diskutieren wollen, es sich entweder um eine Abgrenzung zur österreichischen ethno-nationalen Identität oder Betonung der Zugehörigkeit zu anderen ethno-nationalen Identität handelt. Sowohl kosmopolitische als auch eine lokale und doppelte Identität werden eher wenig erwähnt. Die eigene religiöse Identität kommt laut Ergebnissen im Rahmen der Online-Kommentare noch weniger als die ethnische Identität vor, was auch vorhin die soziodemografischen Daten aus dem Profil der KommentatorInnen bestätigen. Die religiöse Repräsentation spielt eine kleinere Rolle, sowohl im „biber“-Online-Forum, als auch in der Zeitschrift.

11.3 ZEITSCHRIFT-AkteurInnen vs.

ONLINE-KommentatorInnen (Identifikationsanalyse)

Bis hierher wissen wir schon, wer die KommentatorInnen sind, auf welche Themen sie wie reagieren, aber wir wissen nicht, wer genau die AkteurInnen in dem Zeitschriftartikel, in dem sie die Kommentare schreiben, sind. Um dieser Frage nachzugehen, hilft uns die Vergleichsanalyse zwischen den Zeitschriftartikeln und ihren Kommentaren, um zu sehen, wie der/die HauptakteurIn und seine/ihre Repräsentation in der Zeitschrift auf die RezipientInnen wirken, wer und wie er/sie sich angesprochen bzw. identifiziert fühlt.

Ich habe dieses Mal aufgrund der Komplexität nur die drei größten HauptakteurInnengruppen (österreichisch, ex-jugoslawisch, türkisch) aus der Zeitschrift für die Analyse mit einbezogen und nur jene Artikel mit Kommentaren herausgefiltert, in denen der/die HauptakteurIn aus einer dieser drei ethnischen Gruppen kommt. Genauso habe ich auch die Artikel mit Frauen herausgefiltert, um zu sehen, wie genau sich die KommentartorInnen mit den weiblichen AkteurInnen identifizieren.

11.3.1 Soziodemografische Merkmale

Tab. 38: Ethnizität

Akteur/in in der Zeitschrift	Online-Kommentator/in und ethnische Zuordnung				Gesamt
	Öster.	Ex-Jug.	Tür.	Ost- EU	
Österreicher/in (N ₁)	30,3	36,9	27,9	4,9	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	35,8	42,0	17,3	4,9	100
Türker/in (N ₃)	30,0	23,3	41,7	5,0	100
Gesamt (N=327)	30,9	36,7	26,0	6,4	100
Untersuchungszeitraum: 1.1.2010-1.1.2011					

Die meisten Kommentare entstehen in Zusammenhang mit den Artikeln mit österreichischen AkteurInnen, was auf die Dominanz dieser Artikel zurückzuführen ist. Interessant ist, dass außer jenen Artikeln mit österreichischen AkteurInnen, die gleiche Ethnizität einen wichtigen Motivationsfaktor für das Kommentieren und Führen von Online-Diskussionen darstellt.

Sowohl die türkischen (42%), als auch die ex-jugoslawischen Online-MitgliederInnen (42%), kommentieren am häufigsten, wenn es sich um AkteurInnen mit demselben ethnischen Hintergrund handelt. Das bedeutet, dass die gleiche ethnische Identität noch immer eine starke Rolle für die Kommentierenden spielt. Der Unterschied ergibt sich nur bei den österreichischen ZeitschriftakteurInnen, bei welchen die Kommentare meist von ex-jugoslawischen NutzerInnen (34%) stammen.

Tab.39. Status

N ₁ =167, N ₂ =101, N ₃ =79 In %	Status der Online-KommentatorInnen		
Akteur/in in der Zeitschrift	User/in	Redakteur/in	
Österreicher/in (N ₁)	70,1	29,9	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	81,2	18,8	100
Türker/in (N ₃)	67,1	33,9	100
Gesamt (N=441)	72,1	27,9	100
Untersuchungszeitraum: 1.1.2010-1.1.2011			

Die „biber“-RedakteurInnen melden sich im Online-Forum am häufigsten, wenn ein/e türkischer HauptakteurInn auftritt (34%). Im Vergleich dazu sind sie bei ex-jugoslawischen ZeitschriftakteurInnen viel weniger aktiv (19%). Das bedeutet, dass für sie die Themen um türkische AkteurInnen vielmehr Interesse wecken.

Tab.40 Geschlecht

N ₁ =144, N ₂ =86, N ₃ =74, N=188 In %	Geschlecht der Online- KommentatorInnen	
Akteur/in in der Zeitschrift	Frau	Mann
Österreicher/in (N ₁)	55,6	44,4
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	43,0	57,0
Türker/in (N ₃)	47,3	52,7
Gesamt (N)	51,2	48,8

Die männlichen Online-Nutzer, wie Tabelle 40. zeigt, kommentieren am häufigsten im Falle von ex-jugoslawischen AkteurInnen (57%), was fast um 12% mehr ist, als die Männer generell kommentieren. Die Frauen fühlen sich dafür im Falle des/der österreichischen Akteurs/Akteurin und seinen/ihren Themen mehr als die Männer angesprochen (56%).

Weiters weist die Tabelle 41. auf, dass nur bei den türkischen HauptakteurInnen die Jugendlichen beim Kommentieren dominieren (38%). Sonst sind es die Online-Mitglieder im mittleren Alter, die am meisten diskutieren.

Tab.41 Alter

Akteur/in in der Zeitschrift	Altersgruppe der Online-KommentatorInnen		
	Nicht erwähnt	Jugendliche	Erwachsener
Österreicher/in (N ₁)	26,3	33,5	40,1
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	25,7	30,7	43,6
Türker/in (N ₃)	29,1	38,0	32,9
Gesamt (N)	27,7	33,3	39,0

Abgesehen von den meisten Fällen, bei denen der Bildungsstand nicht erwähnt wird, kommentiert die Mehrheit der Hochgebildeten im Falle eines/r ex-jugoslawischen Hauptakteurs/Hauptakteurin (16%), gefolgt von einem/r österreichischen AkteurIn (11%). Das liegt vermutlich daran, dass auch die Mehrheit der hochgebildeten Online-Mitglieder ex-jugoslawische Wurzeln hat (80%).

Tab.42. Bildungsstand

Akteur/in in der Zeitschrift	Bildungsstand der Online-KommentatorInnen		
	Nicht erwähnt	Untere Bildung	Höhere Bildung
Österreicher/in N ₁	85,6	3,6	10,8
Ex-Jugoslawer/in N ₂	82,2	2,0	15,8
Türker/in N ₃	94,9	1,3	3,8
Gesamt N	85,3	2,7	12,0

Tab.43 Wohnort

Akteur/in in der Zeitschrift	Wohnort Online			
	Nicht erwähnt	Wien	Österr.	Sons.
Österreicher/in N ₁	23,4	67,1	7,2	2,4
Ex-Jugoslawer/in N ₂	16,8	70,3	11,9	1,0
Türker/in N ₃	13,9	72,2	12,7	1,3
Gesamt (N)	20,0	68,7	9,5	1,8

KommentatorInnen, die Wien als ihren Wohnort angegeben haben, sind mehrheitlich im Onlineforum vertreten, abgesehen davon, welche/r AkteurIn in dem Zeitschriftartikel vorkommt. Am meisten melden sich jene aus Wien, wenn ein/e türkische/r(72%) und ex-jugoslawische/r (70%) AkteurIn vorkommt.

Tab.44 Religiöse Zugehörigkeit

Akteur/in in der Zeitschrift	Religiöse Zugehörigkeit			
	Nicht erwähnt	Muslim	Christ	Nicht religiös
Österreicher/in N ₁	92,2	3,0	0,6	4,2
Ex-Jugoslawer/in N ₂	94,1	4,0	0,0	2,0
Türker/in N ₃	98,7	0,0	0,0	1,3
Gesamt N	95,0	2,0	0,2	2,7

Zum Schluss kann aufgrund der soziodemografischen Daten festgestellt werden, dass, falls die Religion veröffentlicht wurde, sich im Falle eines/r türkischen Akteurs/Akteurin keine muslimischen oder christlichen Online-NutzerInnen angesprochen fühlen, was ein überraschendes Ergebnis darstellt. Im Vergleich zu den allgemeinen Zahlenwerten sind aber die muslimischen KommentatorInnen etwas aktiver, wenn sich im Artikel um Ex-JugoslawInnen (4%) oder ÖsterreicherInnen (3%) handelt. Im Falle der ex-jugoslawischen KommentatorInnen, kann es sich um eine Identifikation von muslimisch bosnischen

AkteurInnen handeln. Die nicht-religiösen Online-NutzerInnen kommentieren viel, vor allem wenn es sich um eine/n ÖsterreicherIn handelt (4,2%).

Ob sich KommentatorInnen tatsächlich ähnlich und auch so positiv mit den AkteurInnen aus der Zeitschrift identifizieren, oder ihre Reaktion eher aus kritischen Anmerkungen und Zuschreibungen bestehen, zeigen die folgenden Daten.

11.3.2 Eigenschaften

Aus der Online-Eigenschaftsanalyse geht hervor, dass seitens der KommentatorInnen negative Eigenschaftszuschreibungen dominieren. Interessant ist, welchem/r AkteurIn genau diese negativen Eigenschaften im Online-Forum zugeschrieben werden. Es werden in weiterer Folge nur Eigenschaften mit signifikanten Fallgruppen-Unterschieden dargestellt.

Eigenschaft „kosmopolitisch“

Im Vergleich zu der Zeitschrift, in der türkische AkteurInnen mit 64% als die größten KosmopolitInnen auftreten, werden sie von Online-KommentatorInnen mit nur 1,3% als kosmopolitisch bewertet. Die ex-jugoslawischen AkteurInnen gelten mit 3,0 % sogar als mehr kosmopolitisch. Das bedeutet, dass sich die KommentatorInnen mit dem in der Zeitschrift präsentierten Kosmopolitismus in Bezug auf türkische AkteurInnen wenig identifizieren können und sie wenig kosmopolitisch sehen. Die kosmopolitische Eigenschaft wird den AkteurInnen generell wenig zugeschrieben (2,3%).

Tab.45 ONLINE Eigenschaftszuschreibung: „KOSMOPOLITISCH“

N ₁ =167, N ₂ =101, N ₃ =79 In %	Eigenschaft „kosmopolitisch“		Gesamt
	Ja	Nein	
AkteurInnen in der Zeitschrift			
Österreicher/in (N ₁)	0,6	99,4	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	3,0	97,0	100
Türker/in (N ₃)	1,3	98,7	100
Gesamt (N=523)	2,3	96,4	100

Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011

Tab.46. ZEITSCHRIFT- Eigenschaftszuschreibung: „KOSMOPOLITISCH“

N ₁ =44, N ₂ =41, N ₃ =22 In %	Eigenschaft „kosmopolitisch“ in Zeitschrift		
AkteurInnen in der Zeitschrift	Ja	Nein	Gesamt
Österreicher/in (N ₁)	25,0	25,0	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	29,3	70,7	100
Türker/in (N ₃)	63,6	36,4	100
Gesamt (N=123)	39,6	60,4	100

Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011.
Signifikanttest: p<0,05

Als die liberalsten werden sowohl in der Zeitschrift (57%) als auch in Online-Kommentaren die österreichischen AkteurInnen (10%) bezeichnet, gefolgt von türkischen AkteurInnen (Zeitschrift=36,4% und Online=5,6%), wobei diese Eigenschaft generell viel weniger im Online-Forum erwähnt wird (2,3%), als in der Zeitschrift (42,3%).

Tab.47. ONLINE-Eigenschaftszuschreibung: „LIBERAL“

N ₁ =167, N ₂ =101, N ₃ =79 In %	Eigenschaft „liberal“		
Ethnische AkteurInnen in der Zeitschrift	Ja	Nein	Gesamt
Österreicher/in (N ₁)	10,0	90,0	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	0,9	99,1	100
Türker/in (N ₃)	5,6	94,4	100
Gesamt (N=523)	2,3	97,7	100

Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011

Tab.48. ZEITSCHRIFT-Eigenschaftszuschreibung: „LIBERAL“

N ₁ =44,N ₂ =41,N ₃ =22 In %	Eigenschaft „liberal“		
AkteurInnen in der Zeitschrift	Ja	Nein	Gesamt
Österreicher/in (N ₁)	56,8	43,2	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	29,3	70,7	100
Türker/in (N ₃)	36,4	63,6	100
Gesamt (N=123)	42,3	57,7	100

Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011
Signifikanttest: p=0,066

Anhand der beiden Tabellen 49. Und 50 sieht man, dass den türkischen AkteurInnen sowohl in der Zeitschrift (68,2%) als auch in den Online-Kommentaren (16,5%) am häufigsten die Eigenschaft „fremd“ bzw. „anders“ zugeschrieben wird, wobei diese Eigenschaft generell in beiden Artikulationsebenen sehr oft auftaucht.

Tab.49. ONLINE- Eigenschaftszuschreibung: „FREMD“/„ANDERS“

N ₁ =167, N ₂ =101, N ₃ =79 In %	Eigenschaft „fremd“		
Ethnische AkteurInnen in der Zeitschrift	Ja	Nein	Gesamt
Österreicher/in (N ₁)	4,2	95,8	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	4,0	96,0	100
Türker/in (N ₃)	16,5	83,5	100
Gesamt (N=523)	7,5	92,5	100

Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011

Tab.50. ZEITSCHRIFT Eigenschaftszuschreibung: „FREMD“/„ANDERS“

N ₁ =44, N ₂ =41, N ₃ =22 In %	Eigenschaft „fremd“		
Ethnische AkteurInnen in der Zeitschrift	Ja	Nein	Gesamt
Österreicher/in (N ₁)	15,9	84,1	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	39,0	61,0	100
Türker/in (N ₃)	68,2	31,8	100
Gesamt (N=123)	40,9	59,1	100

Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011
Signifikanztest: p<0,01

Die positive Eigenschaft „zufrieden“ wird sowohl von der Zeitschrift (68%) als auch von Online-KommentatorInnen (11%) den türkischen AkteurInnen am häufigsten zugeschrieben. Die ÖsterreicherInnen sind hingegen sowohl in der Zeitschrift (39%) als auch online (1,8%) viel weniger zufrieden beschrieben.

Tab.51. ONLINE- Eigenschaftszuschreibung: „ZUFRIEDEN“

N ₁ =167, N ₂ =101, N ₃ =79 In %	Eigenschaft „zufrieden“		
AkteurInnen in der Zeitschrift	Ja	Nein	Gesamt
Österreicher/in (N ₁)	1,8	98,2	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	6,9	93,1	100
Türker/in (N ₃)	11,4	88,6	100
Gesamt (N=523)	4,3	95,7	100

Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011

Tab.52 ZEITSCHRIFT-Eigenschaftszuschreibung: „ZUFRIEDEN“

N ₁ =44, N ₂ =41, N ₃ =22 In %	Eigenschaft „fremd“		
AkteurInnen in der Zeitschrift	Ja	Nein	Gesamt
Österreicher/in (N ₁)	38,6	61,4	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	34,1	65,9	100
Türker/in (N ₃)	68,2	32,8	100
Gesamt (N=123)	42,3	57,7	100

Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011.
Signifikanztest: p=0,062

Sowohl in der Zeitschrift (45,5%), als auch im Online-Forum (10,1%), werden hohe auf Emotionalität bezogene Werte den türkischen AkteurInnen zugeschrieben. Während die ex-jugoslawischen AkteurInnen der Zeitschrift als die meistemotionalen AkteurInnen (51%) beschrieben werden, sind sie online um 2,2% der Fälle weniger im Vergleich zu türkischen AkteurInnen emotional bezeichnet. Die ÖsterreicherInnen schneiden in beiden Medien am schlechtesten ab. (Zeitschrift=25% und Online= 7,8%).

Tab.53 ONLINE Eigenschaftszuschreibung: „EMOTIONAL“

N ₁ =167, N ₂ =101, N ₃ =79 In %	Eigenschaft „emotional“		
AkteurInnen in der Zeitschrift	Ja	Nein	Gesamt
Österreicher/in (N ₁)	7,8	92,2	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	7,9	92,1	100
Türker/in (N ₃)	10,1	89,9	100
Gesamt (N=523)	7,7	92,3	100

Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011

Tab.54 „EMOTIONAL“- ZEITSCHRIFT Eigenschaftszuschreibung

N ₁ =44, N ₂ =41, N ₃ =22 In %	Eigenschaft „emotional“		
AkteurInnen in der Zeitschrift	Ja	Nein	Gesamt
Österreicher/in (N ₁)	25,0	75,0	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	51,2	48,8	100
Türker/in (N ₃)	45,5	54,5	100
Gesamt (N=123)	36,9	63,1	100

Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011.
Signifikanztest: p<0,01

Die höchsten Werte in Bezug auf „nicht tolerant sein“ sind im Rahmen der Online-Kommentare den türkischen AkteurInnen zuzuschreiben (15,2 %). Im Gegenteil dazu sind es in der Zeitschriftberichterstattung grade die türkischen AkteurInnen, die am wenigsten als „nicht tolerant“ repräsentiert werden (4,5%), während die ex-jugoslawischen AkteurInnen am häufigsten als „nicht tolerant“ dargestellt werden (15%).

Tab.55. ONLINE Eigenschaftszuschreibung: „NICHT TOLERANT“

N ₁ =167, N ₂ =101, N ₃ =79 In %	Eigenschaft „nicht tolerant“		
AkteurInnen in der Zeitschrift	Ja	Nein	Gesamt
Österreicher/in (N ₁)	4,2	95,8	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	7,9	92,1	100
Türker/in (N ₃)	15,2	84,8	100
Gesamt (N=523)	7,3	92,7	100

Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011

Tab.56. ZEITSCHRIFT Eigenschaftszuschreibung: „NICHT TOLERANT“

N ₁ =44, N ₂ =41, N ₃ =22 In %	Eigenschaft „nicht tolerant“		
Ethnische AkteurInnen in der Zeitschrift	Ja	Nein	Gesamt
Österreicher/in (N ₁)	6,8	93,2	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	14,6	85,4	100
Türker/in (N ₃)	4,5	95,5	100
Gesamt (N=123)	10,1	89,9	100
Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011 Signifikanztest: p<0,05			

Ein ähnliches Ergebnis stellt sich auch in Bezug auf die Eigenschaft „aggressiv“ dar. Während im Online-Forum die türkischen AkteurInnen am häufigsten als aggressiv gelten (10%), werden sie in der Zeitschrift im Vergleich zu anderen Ethnien als die am wenigsten aggressiven AkteurInnen dargestellt (9%). Wieder sind es die ex-jugoslawischen AkteurInnen, denen vonseiten der Zeitschrift am meistens die negative Eigenschaft „aggressiv“ zugeschrieben wird (14,6%).

Tab.57 ONLINE- Eigenschaftszuschreibung: „Aggressiv“

N ₁ =167, N ₂ =101, N ₃ =79 In %	Eigenschaft „aggressiv“		
Ethnische AkteurInnen in der Zeitschrift	Ja	Nein	Gesamt
Österreicher/in (N ₁)	5,4	94,6	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	6,9	93,1	100
Türker/in (N ₃)	10,1	89,9	100
Gesamt (N=523)	7,7	92,3	100
Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011			

Tab.58. ZEITSCHRIFT-Eigenschaftszuschreibung: „Aggressiv“

N ₁ =44, N ₂ =41, N ₃ =22 In %	Eigenschaft „aggressiv“		
Ethnische AkteurInnen in der Zeitschrift	Ja	Nein	Gesamt
Österreicher/in (N ₁)	13,6	86,4	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	14,6	85,4	100
Türker/in (N ₃)	9,1	80,9	100
Gesamt (N=123)	13,4	86,6	100

Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011
Signifikanztest: p<0,05

Zusammengefasst handelt sich seitens der Zeitschrift um eine positivere Argumentation, vor allem bei türkischen AkteurInnen, im Gegensatz zu Kommentaren, in denen grade diese oft negativ dargestellt sind. Kosmopolitische oder transkulturelle Bilder kommen in der Online-Debatte im Vergleich zu der Zeitschrift selten vor, was bedeutet, dass die Mehrheit der Diskutierten sie für nicht wichtig und relevant findet bzw. sich dadurch mit AkteurInnen nicht identifiziert.

Darstellungsweise von HauptakteurInnen aus der Zeitschrift

Beim Vergleich zwischen Online-Kommentierweise und -Darstellungsweise der AkteurInnen in der Zeitschrift fällt auf, dass die türkischen AkteurInnen (Mittelwert=3,3) im Online-Forum kritischer bewertet werden, als in der Zeitschrift (Mittelwert=4,3), was auch die Eigenschaftsanalyse bestätigt hat. Die Ex-JugoslawInnen werden hingegen online positiver dargestellt (Mittelwert=3,8), als in der Zeitschrift (Mittelwert=3,3). Den ÖsterreicherInnen werden die niedrigsten Werte in beiden Medien zugeschrieben (Online=3,27 und Zeitschrift= 3,23), d. h., sie sind kritischer dargestellt als die anderen Gruppen, obwohl im Online-Forum der Unterschied sehr klein ist.

Tab.59 ONLINE-Kommentierungsweise

N ₁ =136, N ₂ =78, N ₃ =68 Mittelwert	Kommentierungs- weise
Ethnische AkteurInnen in der Zeitschrift	Kritisch-Lobend
Österreicher/in (N ₁)	3,27
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	3,79
Türker/in (N ₃)	3,31
Gesamt (N=357)	3,46

Tab.60 Zeitschrift-Darstellungsweise

N ₁ =30, N ₂ =23, N ₃ =18 Mittelwert	Kommentierungs- weise
Ethnische AkteurInnen in der Zeitschrift	Kritisch-Lobend
Österreicher/in (N ₁)	3,23
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	3,34
Türker/in (N ₃)	4,33
Gesamt (N=108)	3,67
Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011 Signifikanztest: p<0,05	

Eigenschaften der Frauen als Akteurinnen

Die Emotionalität (9,6%) wird den Frauen seitens KommentatorInnen viel häufiger im Vergleich zu anderen Eigenschaften zugeschrieben, wie es auch bei der Zeitschrift ist (34%). Die Eigenschaft „rational“ (1,6%) tritt nur wenig in Bezug auf die Frauen auf. Wie in der Zeitschrift, werden sie online oft als liberal (7,5%), selbstbewusst (8%) und aktiv (6,4%) bewertet. Höhere Zahlenwerte erweisen sich auch im Verhältnis zu Zufriedenheit (5,6%) und Traditionalismus (9,6%). Wie schon oben erwähnt wurde, sind die KommentatorInnen viel kritischer gegenüber den AkteurInnen, was auch im Falle der Frauen gilt. Neben emotioneller und traditioneller Zuschreibung sind sie im Vergleich zu anderen Eigenschaften online häufiger als „nicht begabt/dumm“ (8%), als „fremd/anders“ (8,8%), „ängstlich“ (7,2%) oder als „nicht tolerant“ (8,0%) beschrieben.

Tab.61. Eigenschaftszuschreibung: weibliche Akteurin

Ja in % N ₀ =125, N ₂ =41	Online	Zeitschrift
kosmopolitisch	1,6	26,8
nationalistisch	1,6	4,9
patriotisch	1,6	17,1
traditionell	9,6	7,3
modern	2,4	46,3
konservativ	4,8	9,8
liberal	7,5	46,3
kriminell	4,0	2,4
gesetztreu	0,8	2,4
heimisch	2,4	36,6
fremd/exotisch	8,8	29,3
Intelligent/begabt	4,8	31,7
dumm/nicht begabt	8,0	2,4
aktiv	6,4	80,5
passiv	0,8	0,0
emotional	9,6	34,1
rational	1,6	26,8
kollektiv	4,0	41,5
Individuell	0,0	0,0
zufrieden	5,6	48,8
unzufrieden	2,4	22,0
tolerant	3,2	22,0
nicht tolerant	8,0	33,3
aggressiv	4,0	2,4
friedlich	0,8	0,0
selbstbewusst	8,0	56,5
unsicher /ängstlich	7,2	12,2
reich	2,4	12,2
arm	0,0	0,0

Zusammengefasst kann festgestellt werden, dass, abgesehen von den negativen Eigenschaften, den Frauen sowohl stereotypische als auch emanzipatorische Eigenschaften zugeschrieben werden, wie in der Zeitschrift, d. h., es handelt sich hierbei auch um eine leichte Tendenz in Richtung stereotypen konformer Argumentation.

11.3.3 Gestaltung

Tab.62. ONLINE:Abwertende Ausdrücke

N ₁ =167, N ₂ =101, N ₃ =79 In %	Abwertende Ausdrücke		
Ethnische AkteurInnen in der Zeitschrift	Ja	Nein	Gesamt
Österreicher/in (N ₁)	17,4	82,6	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	13,9	86,1	100
Türker/in (N ₃)	32,9	67,1	100
Gesamt (N=441)	20,2	79,8	100
Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011			

Tab.63 ZEITSCHRIFT:Abwertende Ausdrücke

N ₁ =44, N ₂ =41, N ₃ =22 In %	Abwertende Ausdrücke		
Ethnische AkteurInnen in der Zeitschrift	Ja	Nein	Gesamt
Österreicher/in (N ₁)	6,8	93,2	100
Ex-Jugoslawer/in (N ₂)	24,4	75,6	100
Türker/in (N ₃)	4,5	95,5	100
Gesamt	13,0	87,0	100
Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011 Signifikanztest p=0,056			

In der Tabelle 62. fällt auf, dass wenn die türkischen AkteurInnen im Artikel erscheinen, die abwertenden Ausdrücke in den Kommentaren am häufigsten vorkommen (33%). Interessanterweise ist es in der Zeitschrift grade umgekehrt - wenn die türkischen AkteurInnen vorkommen, die abwertenden Ausdrücke am wenigsten vorkommen (4,5%). In den Zeitschriftartikeln sind es die Artikel mit ex-jugoslawischen AkteurInnen, in denen am häufigsten die abwertenden Ausdrücke verwendet werden (24%). In den Online-Kommentaren bei Ex-JugoslawInnen hingegen am wenigsten. (14%).

Tab.64. Fremdsprachige Ausdrücke bei österreichischen AkteurInnen

Ja in % N _o =167, N _z =44	Online	Zeitschrift
Österreichisches Dialekt	7,2	6,8
Wienerisches Dialekt	9,6	9,1
Serbokroatische Ausdrücke	1,2	2,3
Türkische Ausdrücke	1,2	0,0
Englische Ausdrücke	12,0	11,4
Neologismen/Ethnolekt	6,0	13,6

Wenn ein/e österreichischer AkteurIn im Artikel vorkommt, verwenden die KommentatorInnen am häufigsten die englischen Ausdrücke (12%) und nicht Ethnolekt (6%), wie der/die AkteurIn aus der Zeitschrift (14%). Die Kommentierenden zeigen sogar größere Bereitschaft, in wienerischem Dialekt (9,6%) zu schreiben, als ethnische Mischbegriffe (6%) zu verwenden.

Tab.65 Fremdsprachige Ausdrücke bei ex-jugoslawischen AkteurInnen

Ja in % N _o =101, N _z =41	Online	Zeitschrift
Österreichisches Dialekt	6,9	7,3
Wienerisches Dialekt	3,0	14,6
Serbokroatische Ausdrücke	5,9	12,2
Türkische Ausdrücke	2,0	0,0
Englische Ausdrücke	8,9	34,1
Neologismen	5,0	24,4

Die sprachliche Reaktion auf die ex-jugoslawischen AkteurInnen sieht ähnlich aus wie bei den ÖsterreicherInnen. Englische Ausdrücke dominieren in den Kommentaren (9%), gefolgt von österreichischem Dialekt (7%) und serbokroatischen Fremdwörtern (6%), d. h., die Herkunftssprache des/r Akteurs/AkteurIn. Die Neologismen sind erst an vierter Stelle. (5%).

Auch im Falle eines/r türkischen Akteurs/Akteurin sind die englischen Wörter die meistverwendeten Begriffe (10%), gefolgt von österreichischem Dialekt (5%). Danach folgen erst die neologischen Ausdrücke (4%), welche der/die AkteurIn in der Zeitschrift hingegen am häufigsten verwendet (23%).

Tab.66. Fremdsprachige Ausdrücke bei türkischen AkteurInnen

Ja in % N ₀ =79, N ₂ =22	Online	Zeitschrift
Österreichisches Dialekt	5,1	0,0
Wienerisches Dialekt	2,5	4,5
Serbokroatische Ausdrücke	1,3	0,0
Türkische Ausdrücke	0,0	9,1
Englische Ausdrücke	10,1	13,6
Neologismen	3,8	22,7

Die Herkunftssprache des/r Akteurs/Akteurin „türkisch“ wird online im Vergleich zum/r ZeitschriftakteurIn überraschendweise gar nicht benutzt.

11.3.4 Bewertung im Hinblick auf Integration

Tab.67. Bewertung des Assimilationsmodelles im Bezug auf AkteurInnen aus der Zeitschrift

Mittelwert N ₁ =2, N ₂ =7, N ₃ =9	Bewertung der Assimilation
Akteur/in in der Zeitschrift	Online
Österreicher(in) (N ₁)	2,5
Ex-Jugoslawer(in) (N ₂)	1,4
Türker(in) (N ₃)	3,2
Gesamt (N=19)	2,5
Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011	
Bewertungsskala: 1=schadet der Integrationslösung, 5=trägt zur Integrationslösung	

In der Tabelle 67. fällt auf, dass im Falle eines/r türkischen Akteurs/Akteurin in der Zeitschrift eine viel positivere Online-Reaktion gegenüber dem Assimilationsmodell entsteht (Mittelwert=3,2), als bei anderen AkteurInnen. Das gibt Aufschluss darüber, dass die Online-UserInnen in Zusammenhang mit türkischen AkteurInnen dem Assimilationsprozess und sein Integrationspotenzial viel positiver sehen, als in Zusammenhang mit anderen Gruppen.

Das Interaktionsmodell wird bei allen AkteurInnen seitens der KommentatorInnen generell positiv bewertet, was die Akzeptanz dieses Modelles sowohl seitens der Online-NutzerInnen bestätigt.

Tab.68. Bewertung des Interaktionsmodelles im Bezug auf AkteurInnen aus der Zeitschrift

Mittelwert N ₁ =6,N ₂ =8, N ₃ =11	Bewertung der Interaktion
Akteur in der Zeitschrift	Online
Österreicher(in) (N ₁)	4,3
Ex-Jugoslawer(in) (N ₂)	4,3
Türker(in) (N ₃)	4,3
Gesamt (N=25)	4,3
Untersuchungszeitraum:1.1.2010-1.1.2011 Bewertungsskala: 1=schadet der Integrationslösung, 5=trägt zur Integrationslösung	

12. Interpretation der Ergebnisse

12.1 Daten-Interpretation in Bezug auf die 1. Forschungsfrage (Repräsentationsanalyse)

Aus den gewonnenen Ergebnissen der Zeitschriftenanalyse lassen sich mehrere inhaltliche formale Merkmale formulieren, darunter viele, welche transkulturelle Identitätsbilder mittransportieren. Es handelt sich in identitätsstiftenden Darstellungsformen, wie auch in den wissenschaftlichen Vorarbeiten angedeutet wurde, hauptsächlich um einzelne Personenporträts- meistens von Menschen mit Migrationshintergrund. Die Frage nach der Repräsentationsebene der Zeitschrift lässt sich – dies machen die einzelnen Teilanalysen des medialen Textes deutlich- anhand hervorstechender Sinnzusammenhänge zwischen den gefundenen Merkmalen in folgende zentrale Punkte zusammenfassen:

Vier natio-ethnischen Identitätsgruppen

Die vier größten natio-ethnischen Zugehörigkeiten der AkteurInnen in der Zeitschrift sind: österreichische, ex-jugoslawische, türkische und osteuropäische Zugehörigkeit. Dass es sich gerade um diese Identitäten handelt, hat sicher damit zu tun, dass diese neben ÖsterreicherInnen die größten MigrantInnengruppen in Österreich darstellen. Was die AkteurInnen mit deutschem Hintergrund betrifft, die zu der größten MigrantInnengruppe in Österreich gehören, kann die kleine Fallzahl damit begründet werden, dass sie wegen ihrem besseren sozialen Kapital zu einer Art von Elite-MigrantInnen gehören, wie Putzenberger¹¹ behauptet, und aus diesem Grund in der Berichterstattung nur wenig behandelt werden. Außerdem werden über die AkteurInnen auch die natio-ethnischen Wurzeln von „biber“-RedakteurInnen repräsentiert, da diese mehrheitlich auch zu diesen vier ethnischen Hauptgruppen gehören.¹²

Der überraschende Befund, dass die österreichischen AkteurInnen am häufigsten im „biber“ vorkommen, ist auf mehrere Gründe zurückzuführen. Erstens erfüllen sie vor allem als VertreterInnen der Mehrheitsgesellschaft hauptsächlich eine Beratungs- und Unterstützungsfunktion für die RezipientInnen mit Migrationshintergrund, da sie aufgrund ihrer Machtpositionen in der Gesellschaft vielmehr mitbestimmen können. Dies bestätigen

¹¹Siehe Kap. 8.1

¹²Siehe Tauschitzs Befunde im Kap. 9.3

auch die tatsachenbetonten journalistischen Darstellungsformen, in denen meist grade die österreichischen AkteurInnen auftreten, die zwar Informationen mitbringen, aber weniger identitätsstiftend sind. Man muss sich sowieso auch vor Augen halten, dass diese AkteurInnen wohl einen Migrationshintergrund haben können, dieser aber neben dem österreichischen Hintergrund in der Zeitschrift weder explizit noch implizit repräsentiert sind. Das Auftreten sowohl von Menschen, die österreichisch präsentiert sind, als auch von solchen, die eine andere ethnische Zugehörigkeit haben, weist ein wichtiges transkulturelles Merkmal der Zeitschrift auf.

Hingegen in Bezug auf die einzelnen Artikeln herrscht eine ethnisch-homogene Kombination beim Auftreten des Hauptakteurs/der Hauptakteurin mit dem/der NebenakteurIn dar. Die meisten Haupt- und NebenakteurInnen im Artikel kommen nämlich aus denselben ethnischen Communities (d. h. mit „gleichartigen“ repräsentiert werden) und daher kann keine ethnische Vielfalt in Bezug auf die AkteurInnen aus verschiedenen Communities innerhalb der Artikel festgestellt werden.

Persönliche Berufsporträts aus dem Informationsbereich

Wie zuvor erwähnt wurde, sind die journalistischen meinungsbetonten Darstellungsformen, Porträts und Kommentaren, in der Zeitschrift dominant vertreten. Im Rahmen dieser Darstellungsformen treten am häufigsten die türkischen, ex-jugoslawischen sowie osteuropäischen AkteurInnen auf. Daher sind es vor allem diese AkteurInnen, die einen attraktiveren Input für transkulturelle Identitätsverhandlung dem Zielpublikum anbieten sollen. Die österreichischen AkteurInnen, die hingegen am meistens in tatsachenbetonten Darstellungsformen vorkommen, übernehmen eine bestimmte Funktion „des Beraters“ oder „des Informanten/der InformantIn von oberer Strukturebene“, der/die aber damit wenig Raum für Identitätsverhandlung für die RezipientInnen anbieten.

Die Altersstruktur von AkteurInnen entspricht dem Alter der meisten RedakteurInnen, was man aus den wissenschaftlichen Vorarbeiten weißt. Das bedeutet, dass die Mehrheit zwischen 26-59 Jahre alt ist. Es handelt sich um Personen, die in der produktivsten und aktivsten Phase ihres Lebens sind und im Falle der MigrantInnen zu der Altersgruppe der Zweiten oder 1.5 Generation gehören, was die primäre Zielgruppe der Zeitschrift darstellt. Die Dritte Generation soll durch die AkteurInnen aus der Jugendaltersgruppe zwischen 15 und 25 Jahren angesprochen werden, die als zweithäufigste Altersgruppe in der Zeitschrift vorkommt.

Der Bildungsstatus spielt für die Repräsentation der AkteurInnen eher eine geringe Rolle. Daher wird in der Redaktion mehr auf das Leistungs-statt Bildungsvorbild Wert gelegt. Wenn der Bildungsstand erwähnt wird, dann handelt es sich am häufigsten um eine höhere Bildung, womit eine bessere soziale Gesellschaftsposition leichter erreicht werden kann. Außerdem ist uns aus den Interviews mit den RedakteurInnen aus den Vorarbeiten bekannt, dass die meisten RedakteurInnen selbst einen Universitätsabschluss haben.

Die meisten AkteurInnen sind auch genauso wie die RedakteurInnen in der modernen Kommunikations- und Informationsbranche tätig. Es geht um Berufe, die heutzutage mit viel Prestige und auch besserer finanzieller Absicherung verbunden sind. Die AkteurInnen aus dem Produktionsbereich, die oft durch ArbeiterInnen repräsentiert sind und bis jetzt einen klassischen Berufsstatus für MigrantInnen darstellten, kommen in der Berichterstattung hingegen nur selten vor. Damit soll ein emanzipatorischer Statuswechsel innerhalb Gesellschaftshierarchien signalisiert werden.

Vergleicht man also die zentralen soziodemografischen Daten der RedakteurInnen mit denen der AkteurInnen, sind viele Ähnlichkeiten festzustellen. Das bedeutet, die RedakteurInnen projizieren ihre eigenen emanzipatorischen Identitätsbilder größtenteils über die ähnlichen Profile der AkteurInnen in dem medialen Text.

Wien als glokaler Ort

Die Befunde über den Wohnort der AkteurInnen weisen auf die lokale Dominanz hin, indem die Mehrheit der AkteurInnen in Wien wohnt. Es ist primär damit zu begründen, dass es sich bei „biber“ um eine Stadtzeitung handelt, die nur in Wien verteilt wird („jedem Wiener seinen Biber“ ist der Spruch aus dem Online-Forum) und die primäre Zielgruppe die WienerInnen sind, wie auch auf „biber“ Online-Seite steht. So hat sich die Redaktion für einen Lokalitätsbezug entschieden, in dem der Faktor „Nähe“ (Nachrichtenwerttheorie nach Lippmann 1922) bevorzugt wird, der eine stärkere Identifikation mit der/m AkteurIn oder seitens RezipientInnen herauslösen soll. Da es oft um AkteurInnen mit Migrationshintergrund geht, handelt sich in diesem Fall um globale Beziehungen und Verhältnisse dieser Menschen, die sich in der Lokalität der Stadt Wien auswirken und die Stadt dabei verändern.

Die geringe Fallzahl über Religionszugehörigkeit weist darauf hin, dass die Religion als private Sache wahrgenommen wird und keine wichtige Information in der Berichterstattung darstellt, zumindest wenn es um die persönliche Religiosität von AkteurInnen geht.

Für die muslimischen AkteurInnen im Vergleich zu den christlichen scheint es laut Ergebnissen doch etwas wichtiger zu sein, über ihren Glauben zu sprechen. Die muslimischen Gläubigen werden auch öfters toleranter dargestellt als die Christen, was in die widerständige antistereotypische Zeitschriftargumentation hineinpasst. Die anderen Konfessionen kommen in der Berichterstattung kaum vor, was mit den größten MigrantInnengruppen und ihren Religionen in Österreich zusammenhängt.

Kosmopolitische und erfolgreiche türkische AkteurInnen

Laut Ergebnissen dieser Studie handelt sich in der „biber“-Zeitschrift hauptsächlich um liberale, aktive AkteurInnen, die zufrieden sind mit ihrer kulturellen weltoffenen Grenzziehung. Wenn es sich dabei um aktive und erfolgreiche AkteurInnen handelt, sind es überwiegend Gruppen wie auch Personen mit Migrationshintergrund. Die negativen Eigenschaften kommen wenig vor, wenn, dann werden sie den EinzelakteurInnen im Vergleich zu Gruppen seltener zugeschrieben. Interessanterweise legt die Zeitschrift vielmehr darauf Wert, kollektiv zu sein, statt individuell, womit wahrscheinlich eine gewisse Kooperation zwischen Menschen favorisiert wird.

Die multiplen transkulturellen Sichtweisen und Bilder, repräsentiert durch eine hohe Zuschreibung der Eigenschaft „kosmopolitisch“ sowie die häufige Kombination von „heimisch“-„fremd“ bei einzelnen AkteurInnen im Rahmen positiver Kontextualisierung, bestätigen eine liberale Öffnung gegenüber ethnisch pluralen Zugehörigkeiten.

Allerdings handelt es sich hier um tendenzielle positive Eigenschaftszuschreibung im signifikanten Zusammenhang mit AkteurInnen mit türkischer Herkunft. Es wird damit seitens der Redaktion versucht, die stereotypischen in den meisten Massenmedien vorherrschenden Eigenschaftsbilder vor allem über Menschen mit türkischem Hintergrund zu widerlegen- eine Strategie des Widerstandes gegenüber vorherrschenden diskursiven Machtkonstruktionen seitens der RedakteurInnen, die sich durch die verschiedenen Merkmale der Berichterstattung durchsetzen. Um die Bilder über TürkInnen in der Gesellschaft stärker zu emanzipieren, erweisen sie sich im Vergleich zu anderen ethnischen AkteurInnen auch als stärker „bikulturell“ ausgerichtet, die sowohl österreichisch, als auch fremd bzw. exotisch sind.

Bei den österreichischen AkteurInnen kommen hingegen sowohl kosmopolitische als auch transkulturelle Eigenschaften selten vor, was bedeutet, dass diese AkteurInnen eher homogen bezogen nur auf eine Kultur repräsentiert werden, sie aber gleichzeitig liberal d. h. tolerant und offen gegenüber anderen Kulturen sind. Es handelt sich zusammengefasst um AkteurInnen, die gegenüber fremden Menschen aus einer anderen Kultur zwar tolerant auftreten, aber nicht transkulturell sind d. h. sich ihre Bezogenheit auf ethnohomogene kulturelle Zugehörigkeit beibehalten. Ihre Identität stützt sich hauptsächlich immer noch an die einheitliche österreichische Nation-Kultur. Das hängt einerseits mit ihrer homogenen ethnischen Erfahrung als Nicht-MigrantInnen zusammen, andererseits mit ihrer Machtposition als Mitglieder der Mehrheitsgesellschaft mit allen ihren rechtlichen, ökonomischen und sozialen Vorteilen. Das bedeutet, sie erweisen sich oft als Patrioten, die gleichzeitig eine kosmopolitische Sichtweise haben. Sie fühlen sich noch stark mit österreichischer Kultur verbunden, sind aber gleichzeitig tolerant gegenüber anderen kulturellen Strömungen.

Diese Befunde widerlegen größtenteils jegliche transkulturelle Identitätsbilder bei kosmopolitisch orientierten österreichischen AkteurInnen der Zeitschrift, die diese Identitäten immer noch den Marginalisierten überlassen. Die Annahme von Hauenschild und Wulfmeyer, dass auch diese privilegierten Kosmopoliten eine transkulturelle Orientierung entwickeln können¹³, bei denen immer eine Rückkehr zum Ursprung möglich ist, hat sich daher mithilfe der Daten über die AkteurInnen der Zeitschriftberichterstattung nur wenig bestätigt.

Die Emotionalität und das Temperament scheinen in der „biber“-Zeitschrift den AkteurInnen aus dem ehemaligen Jugoslawien vorbehalten zu sein, gefolgt von türkischen AkteurInnen, was in diesem Fall hingegen auf eine stereokonforme Zuschreibung hinweist.

Die individuellen Werte, die als wichtiger Entscheidungsfaktor für die AkteurInnen der Zeitschrift gelten, sind es wieder die türkischen AkteurInnen, die am meisten nach Erfolg und Ansehen in ihrem Leben streben und sie hochschätzen. Sie sind oft auch sehr tolerant dargestellt, obwohl dies eine Dominanz bei ÖsterreicherInnen ist. Als VertreterInnen der Mehrheitsgesellschaft wird ihnen in der biber-Zeitschrift gleichzeitig ein gewisser Raum für ihre Machtrepräsentation zur Verfügung gestellt, indem sie oft aus der Machtposition über das System sprechen und ihn auch tatsächlich mitgestalten.

¹³ Siehe Kap. 5.2

Stereotypenkonforme Gender-Repräsentation

Es ist aber nicht nur ethnische Kategorie, die die Repräsentation von AkteurInnen mitbestimmt, obwohl es sich um eine der zentralen Kategorien in der Berichterstattung handelt. Es geht nämlich auch um Gender-Kategorie, die bei der Repräsentation viel mitwirkt.

Wenn wir uns also die Geschlechtsverteilung und ihre Merkmale ansehen, sind es laut Daten vor allem die Männer, die als intelligenter bzw. mehr begabt auftreten sowie zufriedener, rationaler und auch vielmehr kosmopolitisch sind, was vor dem Hintergrund des präsentierten Kontexts von traditionellen Arbeits- und Familienrollen in der Berichterstattung entsteht. Die Frauen sind hingegen viel emotionaler, stark auf Privatsphäre orientiert, obwohl sie sehr aktiv und auch selbstbewusst dargestellt werden, was die erfolgreiche Verbindung Familie und Berufskarriere betrifft. Sie orientieren sich im Vergleich zu Männern viel weniger nach Erfolg, Leistung oder Wissen, aber dafür mehr nach Schönheit. Aus der Gender-Repräsentation in der Zeitschrift geht weiter hervor, dass die Männer aus der transkulturellen Orientierung vielmehr in der Öffentlichkeit profitieren können, als die Frauen und deswegen auch viel mehr ihre transkulturellen Sichtweisen betonen.

Demnach kann zusammengefasst werden, dass die antistereotypische Politik in Bezug auf Gender nicht ausgeprägt ist, wie es bei der Ethnischen Kategorie ist. Die Schreibstrategie gegen die konventionellen Machkonstruktionen in Bezug auf Gender spielt eine geringe Rolle, da die Geschlechtsrollen und -eigenschaften von männlichen und weiblichen AkteurInnen überwiegend ein stereotypenkonformes traditionelles Schema übernehmen.

Die wenig vertretenen negativen nationalistischen oder aggressiven Eigenschaften werden überwiegend im Falle einer Gruppierung zugeschrieben, was auf indirekte und nicht persönliche Generalisierung sowie auf größere Anonymität zurückzuführen ist.

Abgesehen davon, dass die Religionszugehörigkeit in der Zeitschrift eine sehr kleine Rolle in der Repräsentation spielt, wird sie, falls sie vorkommt, in Zusammenhang mit der Kategorisierung von toleranten AkteurInnen verwendet. Die muslimischen Gläubigen werden öfters toleranter dargestellt, als die christlichen Gläubigen, was wieder in das widerständige Schema seitens der Redaktion hineinpasst.

Türkische AkteurInnen am besten bewertet

Das positive Bild der türkischen AkteurInnen, die die Redaktion eindeutig viel intensiver im Vergleich zu anderen Bildern betont, bestätigt auch die Bewertungstendenz, sowohl seitens der Redaktion, als auch aus der Sicht der Selbstrepräsentation. Generell herrscht eine neutrale bis positive Bewertung der AkteurInnen.

Aus den signifikant höheren Werten bei türkischen und osteuropäischen AkteurInnen lässt sich feststellen, dass diese AkteurInnen seitens der Redaktion aufgrund emanzipatorischer Gründe positiver dargestellt sind als die ÖsterreicherInnen oder jene aus dem ehemaligen Jugoslawien. Das ist vermutlich mit der antistereotypischen Strategie der Zeitschrift begründet. Die eher kritische Fremdbewertung in Bezug auf ex-jugoslawische AkteurInnen hat vermutlich mit der Struktur der Redaktion zu tun, in der viele RedakteurInnen selbst einen ex-jugoslawischen Hintergrund haben und daher viel kritischer gegenüber Personen aus der eigenen Community sind. Im Falle der ÖsterreicherInnen hat die neutrale Fremdbewertung vermutlich mit ihrer Arbeitsposition, der Gesellschaftsposition, die die Basis ihrer Kommunikation bildet, während die eigene positivere Selbstbewertung mit höherem Selbstbewusstsein und ihrer Machtposition zusammenhängt.

Themen mit Lokalitätsbezug und Kritik an Herrschaftsmachtverhältnisse

Wie schon vorhin erwähnt wurde, sind es die männlichen AkteurInnen, über die am meisten in Zusammenhang mit dem Thema „Erfolg“ berichtet wird. Laut den Ergebnissen gehört eine erfolgreiche Berufskarriere zu den meistvorkommenden Themen in der Berichterstattung, was eindeutig ein zentrales Identitätsangebot seitens der Zeitschrift darstellt.

Obwohl „biber“ für ein jüngeres Publikum konzipiert ist, ist ein von den öfters diskutierten Themen die Politik. Politische tatsachenbetonte Reportagen und Interviews mit PolitikerInnen aus der österreichischen Innenpolitik tauchen ziemlich regelmäßig auf, was politisches Interesse, politische Informiertheit und Partizipation bei RezipientInnen erhöhen soll. Da mehr innenpolitische Themen aus dem sozialen und wirtschaftlichen Bereich vorkommen, scheinen die österreichischen lokalen Politiken wichtiger für die Redaktion zu sein, als die politischen Inhalte aus den Herkunftsländern der MigrantInnengruppen. Aus den Ergebnissen lässt sich erklären, dass es über die lokale politische Aufnahmelandszene häufiger und positiver berichtet wird, als über die ausländische Politik, über die oft in Zusammenhang mit Kriegskonflikten geschrieben wird. Zusammenfassend liegt der Fokus

also nicht primär auf den herkunftsbezogenen politischen Themen, wie das bei vielen anderen MigratInnenmedien ist, sondern vielmehr auf der österreichischen Politik.

Das Wirtschaftsthema kommt dagegen eher seltener vor. Organisation und Struktur der einzelnen werden meist in Zusammenhang mit transglobalen Unternehmen am häufigsten erwähnt, die laut Redaktion positiv als erfolgreiche ökonomische Kräfte dargestellt sind, die viele Chancen für ökonomische Integration und Zukunftsperspektive für jeden mit interkulturellem Background anbieten. Wirtschaftsservice kommt genauso oft vor, die ebenso eine Unterstützungsfunktion erfüllt.

Die Kultur stellt sich als weiteres wichtiges Schwerpunktthema dar. Gerade Kultur ist ein Bereich, in dem der Prozess der Glokalisierung¹⁴ d. h. das Durchdringen und wechselseitige Wirken von Lokalität und Globalität, meist im Alltagsleben sichtbar ist. Dieser Prozess spielt sich auch sehr intensiv in dem medialen Raum der biber-Zeitschrift ab. Anhand der präsentierten kulturellen Themen sieht man, wie das Globale in die lokalen kulturellen Strukturen und Identitäten eindringt und eine transkulturelle Form annimmt. Ein gutes Beispiel dafür sind die „biber“-Berichte über die Wiener-Alltagsprobleme der muslimischen Gläubigen, wenn sie in das Amalienbad schwimmen gehen, Halal-Produkte (Nahrungsmittelvorbereitung nach den religiösen Vorschriften) in österreichischen Geschäften kaufen möchten oder wenn über neue multiethnische Sprachausdrücke berichtet wird. Das alles sind die transkulturellen Traditionen, die in der Zeitschrift dominieren und die als Resultat der Glokalisierungsprozesse zu verstehen sind. Die Diskussion von solchen Themen ist sehr ausgewogen und sachlich geführt. Die Traditionen, welche nur in anderen (Herkunfts-)Ländern ausgeübt werden und in Österreich überhaupt nicht vorkommen, werden seltener thematisiert. Wenn man sich allerdings die einzelnen ethnischen AkteurInnen ansieht, sind es die ex-jugoslawischen und türkischen AkteurInnen, die oft sowohl mit den lokalen als auch mit den herkunftsländlichen Traditionen verbunden sind, während die OsteuropäerInnen am stärksten zu herkunftsländlichen Traditionen neigen. Das bedeutet, dass sie am stärksten mit dem Herkunftsland und am wenigsten mit dem Aufnahmeland der AkteurInnen verbunden sind.

Kriminalität ist ein Thema, das die Widerstandspolitik der Zeitschrift eindeutig untermauert. Während dieses Thema stark in den klassischen österreichischen Massenmedien in

¹⁴Siehe Kap. 2.2.2

Zusammenhang mit MigrantInnen räsoniert, kommt sie in der biber-Zeitschrift ganz selten vor bzw. am seltensten von allen anderen Themen. Das hat die Zeitschrift vermutlich mit anderen MigrantInnenmedien gemeinsam. Obwohl kleine wie auch große Kriminalfälle selten vorkommen, stellen hingegen soziale Konflikte ein beliebtes Thema dar. Soziostrukturelle Konflikte, die viel mit Machtverhältnissen zu tun haben und vor allem die Leute mit Migrationshintergrund betreffen, werden in der Zeitschrift, falls sie vorkommen, überwiegend kritisch dargestellt. Die soziokulturellen Konflikte finden etwas weniger Resonanz in der Berichterstattung, darunter am wenigsten jene, die einen kognitiven oder emotionalen Charakter haben. Daraus ist zu schließen, dass die emotionale Ebene der AkteurInnen sehr selten explizit angesprochen wurde und eventuelle Gefühls- oder Identitätskonflikte wenig auftauchen. Das kann man auf die dekonstruierte Zeitschriftstrategie mithilfe erfolgreicher Vorbildsporträts einzelner Leute zurückführen, die sich souverän in der Gesellschaft gegen ungünstige Bedingungen durchsetzen können.

Wenn es um die Freizeitbeschäftigung geht, die durch die Kategorie „Hobby“ in der Analyse repräsentiert wird, ist Sport überwiegend bei männlichen AkteurInnen und Mode bei weiblichen AkteurInnen beliebt, was wieder stereotypische Zuschreibungen darstellt. Wenn es um kulinarische Themen geht, handelt es sich hauptsächlich um internationale Rezepte.

Zusammenfassend orientiert sich die Zeitschrift im Gegensatz zu den meisten MigrantInnenmedien hauptsächlich an innenpolitische Themen, darunter viel an soziale Tatsachen, sowie lokale und kulturelle Alltagspraktiken, die eine transkulturelle Form aufweisen. Die Vermeidung von Kriminalitätsthemen bei gleichzeitiger Kritikausübung an die Herrschaftsstrukturen kann man als Teil des „Argumentationskampfes“ gegenüber Stereotypen, die im System verankert sind, verstehen.

Heterogener Spracheinsatz neben der Dominanz von Englisch

Auf der Textebene werden die einzelnen fremdsprachigen Ausdrücke und Dialektbegriffe ausgewertet. Die spezielle Gruppe bilden die Neologismen (Ethnolekt). Aufgrund der Ergebnisse ist zu erkennen, dass die beliebten Fremdwörter, die im Artikeltext am häufigsten gebraucht werden, die englischen Ausdrücke sind. Dies bestätigt die große Popularität der englischen Sprache, sowohl unter den biber-AkteurInnen als auch unter den RedakteurInnen. Sie wird vor allem für Selbstrepräsentation häufiger eingesetzt als die

Ausdrücke aus der Herkunftssprache, wienerischer Dialekt oder „Ethnolekt“. Das ist auf ihre Universalität und daher objektive Distanz zurückzuführen. „Ethnolekt“ d. h. transkulturelle ethnische Mischbegriffe zeigen sich als zweithäufigste vorkommende Begriffsgruppe in der Zeitschrift, was auch ihre Popularität in der Zeitschrift bestätigt. Betrachtet man die Sprache im Hinblick auf ihre ethnischen Hintergründe der AkteurInnen, sind es jene aus dem ehemaligen Jugoslawien, die am häufigsten sowohl englische als auch gemischte ethnische Ausdrücke verwenden. Damit lässt sich erklären, dass es für sie sehr wichtig erscheint, sich mithilfe der Sprache von der konformen deutschen Hochsprache zu entfernen (auch durch Verwendung des österreichischen Dialekts), um damit auf ihre multiple Identität aufmerksam zu machen.

Ein weiteres interessantes Ergebnis ergibt sich im Hinblick auf die österreichischen AkteurInnen, die Ethnolekt mehr als österreichischer Dialekt verwenden, jedoch weniger als die anderen AkteurInnen. Dies ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass sie aus Toleranz oft eine ethnozentristische Argumentationsweise zu vermeiden versuchen und mit Ethnolekt ein Zeichen der gewissen Zusammengehörigkeit und Verständnis mit ethnischer Pluralität zu den RezipientInnen signalisieren wollen.

Die fremde Herkunftssprache wird im Vergleich zu meisten MigrantInnenmedien generell weniger verwendet, was auf gewisse emotionale Distanz zur Herkunftssprache und auf das Bevorzugen der heterogenen Sprachkenntnisse oder auch deutscher (Dialekt-) Sprache hinweist.

Ein weiteres Sprachelement, welches untersucht wird und die positive Darstellungsweise von türkischen AkteurInnen verstärkt, sind die abwertenden Sprachausdrücke. Aus den Daten lässt sich erklären, dass die TürkInnen in den Artikeln am wenigsten mit solchen Begriffen in Zusammenhang gebracht werden oder sie selbst wenig verwenden, während es bei den AkteurInnen mit ex-jugoslawischem Hintergrund grade das Gegenteil ist. Die hohe Präsenz der abwertenden Ausdrücke bei ihnen lässt sich auf die eher negative (selbst-)kritische Bewertungsweise seitens der Redaktion hinsichtlich dieser AkteurInnen erklären.

Die Nutzung der abwertenden Ausdrücke lässt einen weiteren signifikanten Unterschied erkennen. Da diese Begriffe im signifikanten Zusammenhang mit Macht- und Herrschaftskonflikte stehen, kann man behaupten, dass damit die schärfste Kritik gegenüber dem Staatssystem seitens der Redaktion ausgeübt wird, wie schon oben in einem anderen Zusammenhang bestätigt wurde.

Forcierung von Interaktion und Mehrsprachigkeit

In der Zeitschrift wurde eindeutig eine Interaktionsstrategie zwischen MigrantInnen und Mehrheitsgesellschaft (d. h. von beiden Seiten) für erfolgreichen Integrationsprozess in der Gesellschaft bevorzugt. Sozio-kulturelle Isolierungs- oder Separationsversuche werden eher abgelehnt. Das einseitige Assimilieren seitens der MigrantInnen ist generell neutral bzw. wird eher negativ bewertet. Eine ähnliche Einstellung herrscht in Beziehung zu den Sprachkenntnissen und ihres Integrationspotenzials. Die Beherrschung und Nutzung, sowohl von Herkunftssprachen, als auch der deutschen Sprache, wird sehr positiv bewertet. Die Zeitschrift präsentiert daher Integration eindeutig als vielfältiger Prozess, in dem von beiden Seiten Initiative erforderlich ist.

Die jeweilige Integrationspolitik der Hochparteien wird generell neutral bewertet. Im Falle der FPÖ handelt sich um sehr kritische Bewertung. Die ÖVP schneidet am besten ab.

Die Integrationsleistung im Privatsektor wird positiver bewertet, als die des staatlichen Sektors. Daher reproduziert und unterstützt die „biber“-Zeitschrift ein Modell der marktwirtschaftlichen Integration, eher als strukturpolitische Integration.

Die Fähigkeiten von MigrantInnen werden in der Zeitschrift vielmehr geschätzt, als die von Nicht-MigrantInnen. Daher unterscheidet sich in diesem Hinblick die Zeitschrift nicht viel von den anderen MigrantInnenmedien, in denen die positiven Fähigkeiten überwiegend nur von Menschen mit Migrationshintergrund hervorgehoben werden. Die These über antistereotypische Argumentation, hauptsächlich in Bezug auf türkische AkteurInnen in der Zeitschrift, hat sich auch in diesem Zusammenhang bestätigt, da die türkischen AkteurInnen und ihre Fähigkeiten im Vergleich zu anderen Gruppen am besten bewertet werden.

Betonung der nicht-österreichischen Identität

Zuerst muss gesagt werden, dass die direkte explizit erwähnte natio-ethnische Identitätsartikulation von AkteurInnen insgesamt seltener in der Zeitschrift vorkommt. Damit lässt sich erklären, dass eine direkte Identitätsaushandlung weniger stattfindet.

Wenn ein emotionsbelastendes Identitätsbekennen passiert, dann handelt es sich meist um eine Verleugnung von österreichischer Identität. Das bedeutet, dass die Betonung von Identitätszuschreibung, am wichtigsten für die AkteurInnen ist, die sich nicht österreichisch, sondern zu anderer ethnischer Identität zugehörig fühlen. Das heißt, dass bei diesen Akteuren keine gelungene multiple Identitätsverhandlung und -verarbeitung stattfindet und sie ihre Hybridität nicht positiv einsetzen können, was höchstwahrscheinlich als Folge der

Diskriminierungserfahrung sowie persönlicher Aspekte zu verstehen ist.¹⁵ Es sind vor allem die osteuropäischen AkteurInnen, gefolgt von ex-jugoslawischen AkteurInnen, die eine andere Identität als die österreichische betonen. Die türkischen AkteurInnen folgen erst danach, wobei sie sich hingegen am häufigsten als ÖsterreicherInnen und WienerInnen präsentieren. Das heißt, sie identifizieren sich am stärksten mit Österreich und haben neben den ÖsterreicherInnen am wenigsten Identitätsprobleme mit den österreichischen kollektiven Identitäten.

Zusammenfassend lässt sich erklären, dass die vielfältigen heterogenen Lebensporträts, Zuschreibungen und Meinungen in der Zeitschrift darauf hinweisen, dass die Zeitschrift folgende Identifikationsmethode mithilfe der präsentierten transkulturellen Identitätsbilder gewählt hat:

Erstens wird versucht, eine parasoziale Identifikation mithilfe des Vergleichs mit AkteurInnen und ihrer transkulturellen Merkmale bei der Zielgruppe zu erreichen und zweitens wird damit versucht, ein Anstoß zur interaktiven Identitätsaushandlung (auch im Internetforum) zu bewirken.¹⁶ Das ist ein zentrales Mittel dieses Mediums, um den Marginalisierten einen teilweise kritischen Aushandlungsraum gegen die hegemonialen Strukturen zu bieten. Mein kritischer Punkt ist allerdings der, dass, wie man anhand der Daten sieht, es sich dabei um ein beschränktes und nur teilweise pluralistisches Identitätsangebot in der Zeitschrift handelt, womit nicht das ganze dekonstruierte Widerstandspotenzial ausgeschöpft wird. Damit meine ich vor allem, die in der zuvor erwähnten Kritik hinsichtlich der stark forcierten einseitigen antistereotypischen Zuschreibungen bei türkischen AkteurInnen im Vergleich zu den anderen– dies kann die Authentizität und den Erfolg des Identifikationsprozesses von RezipientInnen bedrohen. Die unzureichende Hinterfragung der privaten marktpolitischen Mechanismen und ihrer Machtverhältnisse im Hinblick auf den Integrationsprozess stellt meiner Meinung nach auch eine Schwäche beim emanzipatorischen „Kampf“ seitens der „biber“-Redaktion dar.

Die in weiterer Folge dargestellten Daten aus den Online-Analysen von Online-Kommentaren zeigen nun, wie erfolgreich die Redaktion mit ihren Repräsentationsbildern bei den RezipientInnen wirklich ist und wie sich diese repräsentierten Identitätsbilder aneignen und verarbeiten.

¹⁵Siehe Kap. 5.4

¹⁶Siehe Kap. 6.1

12.2 Daten-Interpretation in Bezug auf die 2. Forschungsfrage (Aneignungsanalyse)

KommentatorInnen mit bosnischer Herkunft und Wohnort in Wien

Die ethnischen Gruppen, zu denen sich laut Repräsentation die meisten Online-NutzerInnen ganz oder teilweise im Online-Profil zugehörig fühlen, sind Ethnizitäten, welche auch die AkteurInnen aus den Zeitschriftartikel besitzen. Die meisten sind ebenso aus Wien, befinden sich im mittleren Lebensalter und sind auch in Bezug auf das Geschlecht gleich verteilt.

Fast ein Drittel der KommentatorInnen sind RedakteurInnen, für die das Austauschklima im Online-Forum wichtig erscheint und die regelmäßig unter eigenen, aber auch fremde Artikel Diskussionen führen. Der Rest sind die Online-User. Der Kommentator, der am meisten kommentiert, ist User, gibt Bosnien als Herkunftsland im Profil ein, ist im Jugendalter und wohnt in Wien. Die zweithäufigste Kommentatorin hat ihre Wurzel auch in Bosnien, ist biber-Redakteurin im mittleren Alter, mit höherer Bildung und lebt in Wien. Der Redakteur-Kommentator, der am dritthäufigsten im Online-Forum vorkommt, ist im Jugendalter, wohnt in Wien und präsentiert sich als österreichisch-türkisch. Dies lässt vermuten, dass es neben Stamm-User auch viele RedakteurInnen sind, die regelmäßig Energie investieren, um aus dem „biber“-Online-Forum eine Online-Community zu machen.

Die Geschlechtsvertretung im Online-Forum ist zwischen Frauen und Männer fast gleichmäßig verteilt, wie das auch in der Zeitschrift ist. Das bedeutet, es fühlen sich trotz einer stereotypischen Tendenz in der Zeitschrift sowohl Frauen als Männer online in gleicher Weise angesprochen. Geschlecht gehört im Vergleich zu anderen Kategorien eigenen Repräsentationsprofil der KommentatorInnen zu den oft vorkommenden.

Der Repräsentationskategorie „Alter“ wird etwas weniger im Profil verwendet. Genau wie in der Zeitschrift die AkteurInnen, melden sich am häufigsten die KommentatorInnen im mittleren Lebensalter. Im Vergleich zu KommentatorInnen im Jugendalter, die nur mit geringer Häufigkeit kommentieren, melden sich die alten Leute überhaupt nicht. Das hat sicher mit der schwachen Identifikation mit den jüngeren AkteurInnen zu tun, wie auch mit der Internetnutzungskompetenz.

Die Kategorie „Bildung“ kommt in den Profilen am wenigsten vor, was bedeutet, dass sie für den Status innerhalb der Community eine vermehrt irrelevante Information darstellt und

wie in der Zeitschrift, werden auch hier andere Faktoren, wie z. B. Wohnort, Alter oder ethnischer Background bevorzugt.

Der Wohnort Wien spielt hingegen eine große Rolle für die Online-Repräsentation, da die Mehrheit Wien als ihren Wohnort im Profil angibt. Daraus kann man eine stärkere Identifikation mit der Stadt und daher auch Stolz in dieser Stadt zu wohnen, feststellen, obwohl die meisten, wie man später sehen wird, einen anderen ethnischen Hintergrund haben. Österreich wird viel weniger als Wohnort präsentiert.

Man kann damit argumentieren, dass es sich bei „biber“ um ein Stadtmagazin handelt, das viele lokale Themen mitbringt und daher vor allem die RezipientInnen anspricht, die sich mit Wien identifizieren. Die Wichtigkeit des Lokalen (der Nähe) ist hier bestimmt unbestritten, sowie die Möglichkeit der neuen Offline-Kontakte durch persönliches Treffen.¹⁷ Trotzdem ist es ein interessanter Befund, der die Glokalitätsprinzipien bestätigt, indem die Mehrheit mit unterschiedlichen ethnischen Wurzeln statt Österreich bzw. andere Angabe, den lokalen Ort Wien als ihren Wohnort erwähnt. Damit wird die von Hepp postulierte These, dass die Großstädte eine wichtigere Aufgabe als restliche Orte bei der kulturellen Lokalisierung des Globalen haben, weil sie die besten produktiven Möglichkeiten zur Positionsgestaltung durch Alltagspraktiken in dem Konnektivitätsnetzwerk bieten, bestätigt.¹⁸ Generell fällt auf, dass die Mehrheit neben der Angabe zum Wohnort auch ihr Herkunftsland im Profil angibt, wobei ungefähr ein Fünftel kein Herkunftsland veröffentlicht.

Wie schon festgestellt wurde, sind es die KommentatorInnen mit ausländischen Wurzeln, die beim Online-Kommentieren dominieren. Genau handelt sich um KommentatorInnen mit ex-jugoslawischem Hintergrund, die sich trotz der Dominanz der österreichischen AkteurInnen in der Zeitschrift, am stärksten von dem Artikelinhalt angesprochen fühlen. Das ist darauf zurückzuführen, dass den identitätsstiftenden Raum in der Zeitschrift vor allem den ex-jugoslawischen AkteurInnen zur Verfügung gestellt wird.

Die zweithäufigste Gruppe stellen jene dar, die Österreich als Herkunftsland angegeben haben, gefolgt von KommentatorInnen mit türkischen Wurzeln, obwohl sie genau wie auch die Ex-JugoslawInnen oft in meinungsbetonten journalistischen Formen auftreten und in der Zeitschrift sogar am positivsten dargestellt sind. Das weist auf ihre eher schwache

¹⁷Siehe Kap. 4.2.2

¹⁸Siehe Kap. 4.2.2

Aneignung des Zeitschriftangebotes auf. Die osteuropäischen NutzerInnen kommentieren am seltensten.

Zusammenfassend lässt sich erklären, dass die Identifikation mit den vier ethnischen Identitätsgruppen und ihren AkteurInnen aus der Zeitschrift eindeutig stattfindet, da sie von KommentatorInnen mit ähnlichem sozio-demografischem Hintergrund kommentiert werden.

Die eigene Religiosität wird nur sehr wenig für Kategorisierung und Repräsentation genutzt und kann als Reaktion auf die mangelnde Erwähnung seitens der Zeitschrift verstanden werden. Sie kann aber auch eine generelle Tendenz bestätigen, dass die eigene Religiosität nur sehr selten in öffentlichen Debatten verraten wird. Falls dies vorkommt, handelt es sich auch im Online-Forum um mehr muslimische als christliche Gläubige, die ihren Glauben öffentlich präsentieren. Als interessant stellt sich aber heraus, dass religiöse Themen zu den meistdiskutierten Themen gehören, was aufgrund der Zahl der Kommentare unter den Artikeln sichtbar ist. Darauf wird aber noch später herangegangen.

Viel kritischere Eigenschaftszuschreibung als in der Zeitschrift

Einen interessanten Befund stellt die unterschiedliche vielmehr negative Eigenschaftszuschreibung von AkteurInnen seitens der KommentatorInnen, als es in der Zeitschrift der Fall ist, dar. Es scheint so zu sein, dass das positive Bild über aktive, kosmopolitische und erfolgreiche AkteurInnen wenig bei Online-KommentatorInnen übernehme würde und viel kritisch ausgehandelt werden. Sie heben vielmehr negative Eigenschaften hervor, als positive, was sicher auch mit der Internetkommunikation und ihrer Anonymität zu tun hat.¹⁹ Das bedeutet, sie schreiben generell den AkteurInnen aggressive, nicht tolerante, nicht begabte und emotionale Eigenschaften zu, obwohl Kriminalität sehr selten vorkommt. Kosmopolitismus scheint nur einen geringen Repräsentationswert bei den RezipientInnen zu haben, weil dieses Themafast nie in Bezug auf AkteurInnen erwähnt wird. Daher ist klar, dass sie den weltbürgerlichen Eigenschaften nicht viel Wert beimessen, wie das in der Zeitschrift passiert und sich daher vermutlich auch selbst nicht kosmopolitisch ansehen. Die Kommentierungsweise ist generell auch problemzentrierter und kritischer. Trotz ihrer kritischen Anmerkungen, versuchen die Online-NutzerInnen jedoch sachlich zu bleiben und ausgewogen zu kommentieren.

¹⁹Siehe Kap. 7.2.2

Damit kann man aufgrund Ergebnisse zusammenfassend behaupten, dass die positiven Eigenschaften von der Online-Zielgruppe kritischer ausgehandelt werden. Sie identifizieren sich daher auch viel weniger mit den transkulturellen Eigenschaftsbildern, die durch die Zeitschrift repräsentiert werden. Wie genau bei einzelnen ethnischen AkteurInnen kommentiert wird, zeigt uns später die dritte Vergleichsanalyse zwischen Zeitschriftartikeln und Online-Kommentaren.

Sozial-gesellschaftliche Werte sind mehr zielrichtend als die individuellen Werte

Einen noch tieferen und interessanteren Blick in die stereotypischen versus antistereotypischen Bilder und Ansichten seitens der RezipientInnen gibt uns die Online-Wertanalyse, aufgrund der man sieht, welche Werte für die Online-NutzerInnen tatsächlich wichtig sind und wie viel sie sich mit den Zeitschriftwerten überschneiden.

Die individuellen Werte, die so viel mit den AkteurInnen aus der Zeitschrift verbunden sind, treten in Online-Kommentaren generell weniger hervor. Dafür werden soziale Werte, wie „Vertrauen“ oder „Harmonie“, generell mehr propagiert, als in der Zeitschrift. Die Ausnahmen bilden die individuellen Werte „Freiheit“ und „Wissen“, sowie der Sozialwert „Hilfsbereitschaft“, die überall auf viel Resonanz stoßen.

Damit kann man auch hier eine Tendenz festlegen, die die Aneignungsidentifikation seitens der KommentatorInnen widerlegt und dies vor allem in Zusammenhang mit individuellen Werteinstellungen, die stärker in der Zeitschrift „propagiert“ werden. Diese scheinen für die Online-NutzerInnen weniger wichtig zu sein als für die Redaktion. Daher schauen diese auch öfters auf die sozialen Werte, die die zwischenmenschlichen Beziehungen repräsentieren. Das kann auch mit ihrer (Eigenschafts-)Kritik an den AkteurInnen zusammenhängen, welchen sie nicht nur nach individuellen Werten die Eigenschaften zuschreiben, sondern oft nach gesellschaftlichen Strukturwerten.

2.3 Kultur und Politik als meistdiskutierte Themen

Wenn man beobachtet, auf welche Themen die KommentatorInnen im Vergleich zu dem, was seitens der Zeitschrift thematisch angeboten wird, reagieren, muss festgestellt werden, dass es bestimmt nicht die erfolgreichen Lebensporträts sind, die die KommentatorInnen online ansprechen, sondern es sind vielmehr die kulturellen und politischen Themen, die hauptsächlich den Konflikt behandeln und damit viel wertvoller für das Kommentieren sind. Unter kulturellen Themen sind es mehr soziokulturelle und weniger soziostrukturelle Themen als in der Zeitschrift, über die diskutiert wird, darunter dominieren die

Religionsthemen. Wie schon festgestellt wurde, wird es hauptsächlich problemzentriert und kritischer kommentiert, wobei daraus klar hervor geht, dass die erfolgreichen Lebensporträts ganz wenig Interesse erwecken, weil sie wahrscheinlich wenig Konfliktpotenzial in sich haben und den Realitätsbildern von RezipientInnen entfernt sind. Das ist erstens darauf zurückzuführen, dass die RezipientInnen nicht in ihrer eigenen Lebenssituation so erfolgreich sind und sich daher nicht mit positiven transkulturellen Bildern identifizieren können. Für sie sind dann solche Themen wenig relevant. Ein weiterer Grund kann sein, dass wenn sie sich auch damit identifizieren, solche Erfolgsgeschichten einfach ignorieren. Sie haben kein Bedürfnis und Interesse, sich diese anzueignen und konzentrieren sich eher auf konflikthafte und negative Artikel, die sie für die Identitätsverhandlung in Form des Online-Kommentierens mit anderen Mitgliedern als relevanter empfinden.

Wienerischer Dialekt beliebter als neues Ethnolekt

Aus der Tabelle sieht man, dass die RezipientInnen auf die Dominanz der englischen Sprache in der Zeitschrift auch in englischer Sprache reagieren. Aus den fremdsprachigen Ausdrücken dominieren sie, gefolgt von Ausdrücken aus dem wienerischen Dialekt, der im Vergleich zu der Zeitschrift im Online-Forum beliebter ist als der Ethnolekt. Das erklärt, dass die RezipientInnen doch nicht so oft die hybriden ethnisch gemischten Begriffe für ihre Repräsentation wählen, sondern sich lieber dem wienerischen oder auch österreichischen Dialekt bedienen und sich damit mehr identifizieren können. Daher kann man feststellen, dass die hybride Sprache aus der Zeitschrift viel weniger Resonanz und Attraktivität bei Online-RezipientInnen aufweist, als man wahrscheinlich erwarten würde. Sie erweisen neben der Hochsprache eine stärkere Neigung zum lokalen wienerischen Dialekt auf, was für sie wahrscheinlich aufgrund von emotionaler Nähe sowie alltäglicher Nutzung immer noch wichtiger ist, als die neuen gemischten Ethnobegriffe, obwohl diese stark in der Zeitschrift präsentiert werden. Die Ausdrücke aus den Herkunftssprachen werden eher weniger eingesetzt, darunter die türkischen Begriffe am wenigsten. Das ist wahrscheinlich auf die kleine Zahl von AkteurInnen zurückzuführen, die diese Sprache in der Zeitschrift verwenden, sowie auf die wenigen KommentatorInnen mit türkischen Sprachkenntnissen.

Kritisch gegenüber Nicht-MigrantInnen

Für Integration ist laut Kommentierenden das zweiseitige Interaktionsmodell am günstigsten und dieses wird am stärksten seitens türkischer Online-NutzerInnen sowie auch durch türkische AkteurInnen in der Zeitschrift propagiert. Das ist vermutlich darauf

zurückzuführen, dass die TürkInnen den Weg des einseitigen Assimilierens ablehnen und am stärksten für mehr soziales Vertrauen und Interaktion seitens der Mehrheitsgesellschaft, aber auch seitens ihrer Community plädieren, welche sie als Mangel betrachten. Assimilationsprozesse werden generell im Online-Forum noch kritischer kommentiert als sie in der Zeitschrift präsentiert sind. Aus der Summe der gewonnenen Daten lässt sich erklären, dass die TürkInnen in beiden Medienplattformen am stärksten von allen ethnischen AkteurInnengruppen auf bessere Interaktion hinweisen.

Mithilfe der Bewertungsanalyse ist auch klar, dass zwar im Online-Forum nicht so positiv über die Fähigkeiten der Menschen mit Migrationshintergrund geschrieben wird wie in der Zeitschrift, aber dafür viel positiver als über die Nicht-MigrantInnen. Daraus ist zu schließen, dass wahrscheinlich in Bezug auf Integrationsprozesse kritischer gegenüber Menschen ohne als mit Migrationsherkunft kommentiert wird.

Die allgemeingültige kritischere Bewertung von MigrantInnen und ihren Fähigkeiten im Gegensatz zu Bewertungen aus der Zeitschrift lässt wieder den Schluss zu, dass die antistereotypische positive Berichterstattung aus der Zeitschrift beim Publikum keine direkte Aneignung auslöst, sondern durch Kritik oft hinterfragt und widerlegt wird.

Ein interessantes Ergebnis ergibt sich bei den Zusammenhängen mit persönlichen ethnischen Identitätsstatements (aus der Aussageanalyse), wobei die KommentatorInnen, die sich selbst explizit als ÖsterreicherInnen präsentieren, viel mehr den Assimilationsprozess bevorzugen. Umgekehrt sind sie viel kritischer zum Interaktionsmodell, als andere, die sich nicht österreichisch präsentieren. Das stellt eine gegensätzliche Tendenz zur Zeitschrift dar, wo man beobachten kann, dass grade die patriotischen AkteurInnen oft kosmopolitische Merkmale und Meinungen aufweisen. Daher kann man behaupten, dass für Online-NutzerInnen, welche explizit ihre österreichische Identität betonen, diese Beziehung nicht gilt. Das kann auch daran liegen, dass diese KommentatorInnen nicht patriotisch, sondern schon nationalistisch sind.

Oppositionelle Reaktionen auf Politik

Der Kommunikationsstil hinsichtlich des Integrationsprozesses, sowohl seitens des Staats als auch im Privatsektor, bewerten die Online-Diskussionen eher negativ. Im Vergleich zur Zeitschrift, in der zumindest der Privatsektor überwiegend positiv präsentiert wird, wird ihm und seiner Online-Kommentare nicht viel Vertrauen beigemessen, d. h., kritische Kommentare kommen auch in diesem Zusammenhang oft vor.

Genauso ist es mit der Hochpolitik, die als Thema in Bezug auf Integration noch viel kritischer im Online-Forum behandelt wird, als in der Zeitschrift. Während die SPÖ in Zeitschrift vermehrt als neutral bewertet wird, wird ihre Politik seitens KommentatorInnen überwiegend kritisch diskutiert. Sogar die FPÖ schneidet besser ab. Es überrascht daher weniger, dass sich die Online-NutzerInnen aus den politischen Parteien am meisten mit Zivilgesellschaft und ihren politischen Aktivitäten im Hinblick auf Integrationsprobleme identifizieren. Dies untermauert das allgemeine Misstrauen gegenüber der Hochpolitik und ihrer Lösungen bezüglich der Integrationsdebatte. Die eher positive Darstellung der Politik von ÖVP oder SPÖ seitens der Zeitschrift scheinen von der Zielgruppe vermehrt wenig akzeptiert zu werden und als Reaktion kann sogar eine Tendenz Richtung positiverer Bewertung rechtspopulistischer Partei FPÖ festgestellt werden.

Die Rolle der Religion und religiöser Glauben beim Integrationsprozess wird, ähnlich wie in der Zeitschrift, eher skeptisch bewertet. Allerdings ist mit dem Blick auf die Bewertungen von muslimischen KommentatorInnen eine signifikant positivere Beziehung zum Religion allgemein und ihre Rolle bei Integration festzustellen, als es bei nicht-religiösen oder christlichen Gläubigen der Fall ist. Vermutlich handelt sich hier um eine muslimische Widerstandsreaktion auf den öffentlichen Diskurs, in dem der Islam oft als Hindernis auf dem Weg zur Integration präsentiert wird.

Die direkte Artikulation eigener ethnischer Identität, falls sie überhaupt erwähnt wird, manifestiert meistens entweder eine komplette Abgrenzung von Österreich oder eine totale Zugehörigkeit. Das bedeutet, dass sich eine direkte Identitätsartikulation in dem ethno-homogenen Repräsentationsraum abspielt und ganz selten in einem hybrid-ethnischen Repräsentationsrahmen, was auch für die Aussagen in der Zeitschrift gilt. Dies bestätigt auch die These über Identitätsartikulation, die besagt, dass die Identitäten meist nicht direkt ausgehandelt werden, sondern indirekt durch verschiedene Repräsentationsebenen. Ein gutes Beispiel dafür kann die wienerische lokale Identität sein, die seitens der KommentatorInnen laut Ergebnisse stark durch die verwendeten wienerischen Dialektbegriffe repräsentiert, aber sehr selten direkt geäußert wird.

Die Schlüsse aus der Online-Analyse sind ziemlich überraschend, da laut den Ergebnissen die hybriden multiplen Repräsentationsbilder aus der Zeitschrift in den Beiträgen von KommentatorInnen kritisch behandelt und daher wenig akzeptiert werden. Laut der

Reaktion von KommentatorInnen, kann man behaupten, dass sie überwiegend immer in einem ethno-kultur-homogenen symbolischen Raum operieren und im Gegensatz zur Zeitschrift eine viel kritischere Betrachtung gegenüber oft hybriden kosmopolitischen AkteurInnen ausüben. Meiner Meinung nach ein Grund dafür ist, dass die Online-NutzerInnen während des Dekodierungsprozesses immer noch stark in hegemonialen sozialgesellschaftlichen Offline-Diskursen eingebettet sind und durch diese ihr Alltagshandeln auch mithilfe anderer Medien oder sozial-politischer Institutionen stark geprägt sind. Dadurch ändert sich gleichzeitig ihr Wahrnehmungshorizont, mit dem sie dann auch die Artikel im „biber“ lesen, verstehen und schließlich auch kommentieren. Dazu kommen die konkreten privaten Alltagsbedingungen und Erfahrungen, die die Wahrnehmung der Situation ebenfalls beeinflussen. Weiter spielt dabei die Kommunikationsstruktur des Internets eine wichtige Rolle, weil der Anonymitätsaspekt wahrscheinlich mehr zur Kritik „motiviert“.

Die „biber“-Zeitschrift versucht, durch ihre teilweise emanzipatorischen anti-hegemonialen Kodes die multiplen ethnisch-kulturellen Identitätsbilder an die RezipientInnen zu übertragen. Diese weisen meist ähnliche Merkmale auf wie die AkteurInnen, wodurch sie sich auch angesprochen fühlen. Die angebotenen Bilder werden aber gleichzeitig oft kritisch hinterfragt und wenig akzeptiert.

Eine Ausnahme stellt die wienerische Identitätszugehörigkeit dar, die in beiden Repräsentationsebenen stark dominiert und als Folge der Global-/Lokal-Verhandlung zu verstehen ist. Diese repräsentierte Zugehörigkeit zur Großstadt, in der viele Leute mit unterschiedlichem ethnischen Hintergrund wohnen, kann als eindeutiges Zeichen der Translokalität bei Online-NutzerInnen gelten.

Die angebotenen Identitätskodes aus der Zeitschrift wecken zwar Interesse bei den Rezipienten, vor allem bei denen, die ähnliche soziodemografische Merkmale aufweisen, aber diese werden online oft oppositionell verhandelt.²⁰ Daher lässt sich feststellen, dass die Zeitschrift mit ihrem positivorientierten transkulturellen Dekonstruierungsmodell von Stereotypen über ethnische Minderheitsmitglieder und das vor allem bezüglich Menschen mit türkischem Hintergrund, die nicht immer erfolgreich bei ihrer Zielgruppe ankommen. Dieses Modell scheint noch weit von dem individuellen Wahrnehmungsmuster der RezipientInnen entfernt zu sein, die immer noch durch eine homogene ethnische systemkonstruierte „Brille“ bewerten, welche bei ihnen eine kritische und oft sogar

²⁰ Siehe Kap. 4.3.1

Ablehnung gegenüber erfolgreichen AkteurInnen aus der Zeitschrift hervorrufen kann. Die Widerstandsidentität der Zeitschrift lässt jedoch keine kollektiven Widerstandsidentitäten seitens RezipientInnen entstehen.

Noch genauere Zusammenhänge diesbezüglich bietet uns die dritte Analyse, die die Online-Reaktion spezifisch unter der Einbeziehung der einzelnen ethnischen AkteurInnen aus der Zeitschrift beschreibt.

12.3 Daten-Intepretation in Bezug auf die 3. Forschungsfrage - AkteurInnen aus der Zeitschrift vs. Kommentare (Identifikationsanalyse)

KommentatorInnen mit ähnlichen natio-ethnischen Merkmalen wie die AkteurInnen

Ein interessanter Befund stellt die Rolle der gleichen ethnischen Zugehörigkeit für KommentatorInnen dar, die einen wichtigen Aneignungsfaktor für das Kommentieren, Aushandeln und Weiterführen von Diskussion darstellt. Das bedeutet, dass die gleiche ethnische Identität eine wichtige Identitätsressource bzw. einen wichtigen Artikulationsinput für Kommentierende spielt.

Die Ausnahme stellen nur die österreichischen KommentatorInnen dar, die beim keine/n AkteurIn dominierend kommentieren. Das bedeutet, dass die österreichischen Online-KommentatorInnen, weniger ethno-zentrisch, sondern mehr kosmopolitisch bzw. offener orientiert sind, genauso wie die österreichischen AkteurInnen in der Zeitschrift. Ferner sind die österreichischen AkteurInnen meist in tatsachenbetonten Formaten präsent, was ein kleines Identitätspotenzial aufweist.

Es hat sich weiter herausgestellt, dass wenn ein/e RedakteurIn in die Online-Diskussion mit seinen/ihrer Kommentaren eintritt, es am häufigsten geschieht, wenn ein/e türkische/r AkteurIn im Artikel vorkommt. Damit wird das Engagieren in Bezug auf die mediale Repräsentation türkischer AkteurInnen seitens Redaktion auch online weitergeführt, wo ein direkter Austausch zwischen Users und RedakteurInnen stattfindet.

Wenn ein/e türkische/r oder ex-jugoslawische/r AkteurIn auftritt, der/die am stärksten das Identitätsangebot in Form von Lebensporträts in der Zeitschrift mitbringt, kommentieren die Frauen etwas weniger als die Männer. Das deutet auf ein kleineres Identitätspotenzial von diesen/r AkteurInnen bei Frauen hin, was mit der stereotypischen Darstellung von Gender-Rollen in der Zeitschrift zusammenhängen kann.

Weiter lässt sich erklären, dass nur wenn ein/e türkische/r AkteurIn vorkommt, sind die KommentatorInnen, die am häufigsten schreiben, im Jugendalter, sonst dominieren die Online-NutzerInnen im mittleren Alter. Das ist auf die Dominanz der jugendlichen türkischen KommentatorInnen zurückzuführen, die sich am meisten gerade von türkischen AkteurInnen angesprochen fühlen.

Die muslimischen KommentatorInnen melden sich überraschend wenig im Zusammenhang mit türkischen, sondern nur mit den ex-jugoslawischen und österreichischen AkteurInnen.

Hierbei handelt es sich wahrscheinlich um muslimische BosnierInnen, auf die die muslimischen Online-NutzerInnen reagieren.

Ob während des Dekodierungsprozesses eine eher erfolgreiche Identitätsaushandlung stattfindet und sich die RezipientInnen mit transkulturellen AkteurInnen positiv identifizieren, sagt uns dann die letzte Identifikationsanalyse.

Positives türkisches Bild wirkt nicht identitätsstiftend

Bei dem Dekodierungsprozess der angebotenen kosmopolitischen Identitätskodes aus der Zeitschrift, kommt es entweder zur keiner oder zu einer ablehnenden Aushandlung dieser Ressource. Die Antwort auf die in der Zeitschrift kosmopolitisch dargestellten TürkInnen ist auf Seite der Online-DiskutantInnen eher negativ. Wenn jemand kosmopolitisch auf sie wirkt, dann sind das meist die ex-jugoslawischen AkteurInnen. Das bedeutet, dass der symbolische Kode über weltbürgerliche türkische Gesellschaftsmitglieder aus der Zeitschrift, entweder überhaupt nicht oder eher oppositionell dekodiert wird. Auch bei türkischen RezipientInnen findet eine schwache Identifikation mit diesem kosmopolitischen türkischen Bild statt.

Das liberale Bild der toleranten ÖsterreicherInnen scheint online hingegen genau nach der Zeitschrift dekodiert zu sein. Wie schon festgestellt wurde, stellen RedakteurInnen die ÖsterreicherInnen meistens als liberale und tolerante Personen dar, die die Interkulturalität akzeptieren und den anderen ethnischen Gruppen gegenüber offen stehen. Die Kommentierenden, obwohl sie generell dieses Thema wenig ansprechen, bewerten die ÖsterreicherInnen ähnlich liberal. Damit kann eine Identifikation mit dem liberalen Bild des/r österreichischen Akteurs/Akteurin festgestellt werden.

In beiden medialen Artikulationsebenen kommen die TürkInnen als anders oder fremd vor, mit dem Unterschied, dass sie in der Zeitschrift gleichzeitig auch als sehr heimisch und österreichisch auftreten, d. h. transkulturell präsent sind. Im Online-Forum ist das nicht der Fall. In Zusammenhang mit TürkInnen kommen dort auch öfters die Eigenschaften „nicht tolerant“ sowie „aggressiv“ vor, die umgekehrt in der Zeitschrift mit TürkInnen am wenigsten verbunden werden.

Die Emotionalität und das Temperament werden genauso online am häufigsten den türkischen AkteurInnen zugeschrieben, wobei die ÖsterreicherInnen am rationalsten dargestellt werden und das in beiden Medien. Das bedeutet, dass die stereotypische emotionale Zuschreibung in diesem Fall nicht widerlegt wird. Die Zufriedenheit, die den TürkInnen trotz kritischer Bewertung seitens KommentatorInnen im Gegensatz zu

ÖsterreicherInnen zugeschrieben wird, hat wahrscheinlich mit der temperamentvollen Eigenschaft zu tun.

Es lässt sich zusammenfassend feststellen, dass auf Seite der Online-RezipientInnen wahrscheinlich aufgrund ihrer eigenen sozio-kulturellen Bedingungen sowie systemgeprägten sozialen Konstruktionen die Identifikation mit dem transkulturellen Bild aus der Zeitschrift selten zustande kommt und das hauptsächlich in Bezug auf türkische AkteurInnen. Diese werden trotz der Online-Versuche der RedakteurInnen eher abgelehnt und auch vielmehr kritisch bewertet.

Die ÖsterreicherInnen wie auch die anderen AkteurInnen werden generell neutral von Online-RezipientInnen bewertet, wie die Daten aus der Darstellungsanalyse zeigen. Das bedeutet, dass obwohl den ÖsterreicherInnen wenig negative Eigenschaften zugeschrieben werden, im Vergleich zu anderen AkteurInnen seitens KommentatorInnen und sie sogar als die liberalsten und tolerantesten auftreten, werden sie weniger positiv bzw. lobend bewertet. Daher findet eine positive Identifikation mit den österreichischen AkteurInnen generell eher wenig statt. Dies ist wohl damit zu begründen, dass sie als VertreterInnen der Mehrheitsgesellschaft ohne migrantischen Hintergrund sowieso in einer günstigen Position sind. Sie sprechen in der Zeitschrift oft aus den repräsentativen Rollen und besitzen daher Macht.

Die unterschiedlichen medialen Bilder vor allem hinsichtlich türkischer MigrantInnen und ihrer Nachkömmlinge zwischen Zeitschrift und Online-Forum bilden meiner Meinung nach einen der interessantesten Befunde in dieser Studie, was auch die allgemeine Darstellungsanalyse bestätigt. Das symbolische signifikant positive Zeitschriftbild von türkischen MigrantInnen ist laut Daten im Online-Forum kritisch ausgehandelt und daher größtenteils widerlegt. Es herrscht diesbezüglich eine neutrale Bewertung, wie auch bei anderen AkteurInnen, wobei sowohl negative, als auch positive Eigenschaften erwähnt werden. Über eine starke Identifikation mit der Zeitschrift-Repräsentation von AkteurInnen kann aber keine Rede sein.

Das Online-Bild der Frau sowohl stereotypisch als auch emanzipatorisch

Die symbolische Repräsentation von Frauen in der Zeitschrift scheint seitens der RezipientInnen unreflektiert übernommen zu werden, obwohl weniger Frauen als Männer an die identitätsstiftenden Texte (in welchen Männer öfters repräsentiert sind als Frauen) reagieren, was schon beschrieben wurde. Die Bilder aus der Zeitschrift über aktive und

selbstbewusste, aber gleichzeitig auch emotionale und traditionelle Frauen werden auch online den weiblichen Akteurinnen zugeschrieben. Daher findet im Hinblick auf die Gender-Rolle eine überwiegende Vorzugseart des Kodes seitens der KommentatorInnen statt, was eine identitätsstiftende Akzeptanz beim Dekodieren bedeutet.²¹ Außerdem betrifft die kritischere Online-Bewertung im Vergleich zu der Zeitschrift auch die Frauen, die als aggressiv, nicht begabt oder ängstlich kritisiert werden.

Welche Sprachinstrumente als Reaktion auf die einzelnen AkteurInnen gewählt werden, ist auch ein wichtiger Mechanismus, um zu wissen, ob die multiple Identifikation seitens der RezipientInnen auf der Sprachebene stattfindet oder nicht.

Die Sprachanalyse zeigt im Verhältnis zu den einzelnen AkteurInnen, dass die KommentatorInnen bei allen am häufigsten englische Begriffe verwenden und nicht die ethnisch multiplen Neubegriffe wie in der Zeitschrift. Öfters als diese werden die österreichischen Dialektausdrücke bei jedem/r AkteurIn verwendet. Interessant ist, dass bei ÖsterreicherInnen in der Zeitschrift vielmehr auf Wienerisch kommentiert wird, im Vergleich zu anderen AkteurInnen, und dasselbe gilt auch bei ex-jugoslawischen AkteurInnen, die ebenso viele Herkunftsausdrücke d. h. ex-jugoslawische Begriffe verwenden. Die einzige Ausnahme stellen die türkischen NutzerInnen dar, die ihre Herkunftssprache überhaupt nicht verwenden.

Zusammengefasst lässt sich erkennen, dass im Vergleich zu den AkteurInnen aus der Zeitschrift die KommentatorInnen viel weniger Ethnolekt d. h. gemischte Begriffe verwenden, aber dafür mehr in der Herkunftssprache des/r Akteurs/Akteurin kommentieren, was auf eine parasoziale ethnischzentrierte Identifikation auf der Sprachebene hinweisen kann. (außer bei den türkischen AkteurInnen).

Es ergibt sich seitens der Online-Kommentierenden ebenso eine viel positivere Bewertung von dem einseitigen Assimilationsmodell in Zusammenhang mit den türkischen AkteurInnen, was bedeutet, dass sie von ihrer Seite mehr für einseitige Assimilation an die Mehrheitsgesellschaft plädieren.

Die Vergleichsanalyse bietet zusammengefasst einen tieferen Blick auf die mögliche Identifikation mit den AkteurInnen seitens der Online-RezipientInnen, wobei sich erklären lässt, dass das positive Bild der türkischen AkteurInnen aus der Zeitschrift nicht stark

²¹ Siehe Kap. 4.3.1

identitätsstiftend wirkt und oftmals sogar abgelehnt wurde. Die Online-Kommentierenden sind generell neutral oder eher kritisch in ihren Kommentaren, was bedeutet, dass sie eine ausgehandelte bzw. eher eine oppositionelle Identitätsverhandlungsform annehmen. Eine positive Identifikation seitens der Online-User ist daher eher wenig festzustellen, und dies vor allem in Bezug auf die Repräsentation von türkischen AkteurInnen aus der Zeitschrift. Andere Zusammenhänge sind aufgrund der geringen Fallzahl wenig relevant.

IV. Zusammenfassung und Ausblick

Ich habe mir im Rahmen dieser wissenschaftlichen Arbeit als Hauptziel vorgenommen, die Repräsentationsebene der Zeitschrift „biber“ mit ihrem Identitätsangebot zu untersuchen, um anschließend den Aneignungs- und Identitätsprozess auf der Seite der Online-RezipientInnen anhand ihrer Kommentare nachforschen zu können. In der Arbeit bin ich von den bereits vorliegenden wissenschaftlichen qualitativen Daten über die „biber“-JournalistInnen ausgegangen, über die festgestellt wurde, dass sie ihre eigenen transkulturellen Hybrididentitäten in den medialen Text mittransportieren, was sich auch in meiner Arbeit größtenteils bestätigt hat.

Ich habe mich deshalb entschieden, als ersten Teil der Untersuchung die „biber“-Textebene ausführlich quantitativ mithilfe unterschiedlicher Teilinhaltsanalysen zu untersuchen, um einen Überblick von repräsentierten Zuschreibungen, Werten, Themen, Bewertungen und Sprache in der Zeitschrift zu gewinnen. Diese sollten die Transkulturalität der RedakteurInnen widerspiegeln. Anschließend wollte ich wissen, wer die RezipientInnen sind und wie genau diese identitätsstiftend durch inhaltliche und formale Merkmale auf die RezipientInnen wirken bzw. ob diese Angebote positiv übernommen oder abgelehnt werden. Hierbei beziehe ich mich primär theoretisch auf das mediale Kreislaufmodell aus den Cultural Studies, das zwischen Produktions-, Repräsentations- und Aneignungsebene unterscheidet, wobei diese als Teil des Systems in einer zirkulären Beziehung zueinanderstehen und auf sich bezogen sind.

Im Rahmen dieser Arbeit habe ich mich aufgrund großer Komplexität des behandelten Themas auf die letzten zwei Ebenen des Kreislaufmodelles konzentriert, um vor allem einen ersten Überblick über die RezipientInnen ebene der „biber“- Zeitschrift zu gewonnen, da diese bisher noch nicht erforscht wurde. Um eine direkte Reaktion bzw. Aneignung der repräsentierten Codes aus dem Text seitens der RezipientInnen untersuchen zu können, habe ich mich hier ebenso für die quantitative Inhaltsanalyse der Online-Kommentare entschieden, die als Reaktion aufgrund der einzelnen online-veröffentlichen Zeitschriftartikeln auf der „biber“-Onlineseite entstehen. Der Vorteil bestand auch darin, dass ich gleich den Zugriff zu den Online-Profilen der KommentatorInnen hatte, die die wichtigen Daten über die Selbstrepräsentation sowie sozio-demografischen Verhältnissen von Online-RezipientInnen liefern. Die zuerst durchgeführte Zeitschriftanalyse war u. a. deshalb notwendig, um überhaupt die Reaktion in Relation an bestimmten Inhaltsmerkmalen messen können.

Aus der ersten Zeitschriftenanalyse hat sich ergeben, dass die HauptakteurInnen in den Zeitschriftenartikeln ähnliche sozio-demografische Merkmale aufweisen wie die Mehrheit der JournalistInnen. Zu ähnlicher Alters-, Geschlechts-, Herkunfts- und Wohnortsgruppe gehören auch die Online-RezipientInnen, die ihre Herkunftswurzeln öffentlich im Profil präsentieren. Das bedeutet, dass eine gewisse Identifikation aufgrund ähnlicher sozialer Merkmale auf der Seite der Online-RezipientInnen sicherlich stattfindet.

Trotz der unterschiedlichen repräsentierten ethnischen Backgrounds stellt Wien als Wohnort eines der wichtigsten Repräsentationsmerkmale bei meisten dar und das sowohl bei den AkteurInnen aus der Zeitschrift, als auch bei den Online-RezipientInnen- Wien als Wohnort gehört zu den am häufigsten erwähnten Profilinformatoren bei den Online-User. Das bedeutet, dass die medialen Inhalte aus der Zeitschrift, die überwiegend aus der Wiener Community stammen, hauptsächlich auch die Online-NutzerInnen aus Wien ansprechen. Die Online-NutzerInnen aus anderen österreichischen Städten oder anderen Ländern kommentieren viel seltener. Der Identifikationsfaktor aufgrund der gleichen Lokalität, der die RezipientInnen mit AkteurInnen der online diskutierenden RezipientInnen untereinander verknüpft, scheint eine wichtige Rolle für die Identifikation zu spielen.

Andererseits kann man keine starke heterogene ethnisch-hybride Repräsentation aus den Profildaten über die NutzerInnen feststellen, wobei überwiegend in klassischen ethno-nationalen Begriffen seitens der RezipientInnen kommentiert wurde. Die stärkere Repräsentation im Rahmen der homogenen natio-ethnischen Kategorien bestätigt immer noch eine große Rolle der Ethnizität (besonders in Online-Foren), die in Verbindung mit realen ethnischen homogenen Bildern steht. Es handelt sich außerdem oft um eine ethnozentristische Interaktion und Identifikation in dem Online-Forum.

Überraschendweise stellen die größte ethnische Akteursgruppe in der Zeitschrift die ÖsterreicherInnen da, d. h. Personen ohne Migrationshintergrund, die aber zugleich am wenigsten in identitätsstiftenden journalistischen Darstellungsformen auftreten und daher wenig Raum für Identitätsaushandlung für RezipientInnen bieten. Es sind meist die transkulturellen ex-jugoslawischen und türkischen AkteurInnen, die viel im Rahmen der identitätsstiftenden Personenporträts und Meinungskommentaren präsent sind. Die Anziehungskraft von diesen Identitätsformaten in der Zeitschrift bestätigt die ethnozentristische Reaktion seitens der Online-Nutzenden: die ex-jugoslawischen Online-

User kommentieren am häufigsten. Die türkischen KommentatorInnen tragen im Vergleich dazu etwas weniger zu Online-Diskussionen unter den Artikeln bei.

Es herrscht generell eine positive Darstellung von AkteurInnen jeder Herkunft in der Zeitschrift. Die meisten sind sehr aktiv, liberal, begabt und kosmopolitisch, wobei die negativen Eigenschaften in den meisten Fällen nur im Zusammenhang mit den Gruppierungen vorkommen. Das bedeutet, die Redaktion versucht selbstreflexiv ein positives Bild über die transkulturellen AkteurInnen in die Zeitschrift mitzutransportieren. Das spiegelt sich auch in den präsentierten Themen wider, die durch Erfolgshervorhebung bei gleichzeitiger Vermeidung des Kriminalitätsthemas kennzeichnend sind.

Allerdings ist diese Strategie deutlich einseitig zugunsten der türkischen AkteurInnen ausgerichtet. Im Vergleich zu ÖsterreicherInnen, Ex-JugoslawInnen und OsteuropäerInnen sind in der Zeitschrift die TürkInnen noch viel erfolgreicher, liberaler und kosmopolitischer dargestellt. Sie arbeiten vielmehr in einem Informationsbereich, haben weltbürgerliche Stellungswerte, sind bikulturell ausgerichtet und wirken zufrieden. Es herrscht daher im Vergleich zu anderen auf jeden Fall eine stärkere positive Darstellungsweise der AkteurInnen mit türkischem natio-ethnischen Identitätsbackground. Das ist auf das vorherrschende negative Bild von TürkInnen im öffentlichen Diskurs zurückzuführen.

Vor diesem Hintergrund lässt sich behaupten, dass dies eine Strategie des Widerstandes und der Dekonstruierung von Stereotypen seitens der Redaktion bedeutet, die am stärksten bei türkischen AkteurInnen eingesetzt wird. Durch die mehrdimensionale Widerlegung von stereotypischer negativer Zuschreibung über türkische MigrantInnen in dem Text, welche im öffentlichen Diskurs immer noch stark dominieren, erhoffen sich die RedakteurInnen eine emanzipatorische Berichterstattung, die den RezipientInnen beim Integrationsprozess in der Gesellschaft helfen soll.

Falls Kritik an der Zeitschrift ausgeübt wird, dann richtet sich diese hauptsächlich gegen Gruppierungen und Institutionen und selten gegen einzelne Personen. Die österreichischen AkteurInnen sind oft als tolerante VertreterInnen der Mehrheitsgesellschaft beschrieben, womit das transkulturelle Element der Zeitschrift noch stärker untermauert wird. Das ist etwas, was „biber“ von anderen Minderheitszeitschriften unterscheidet, indem sie österreichische AkteurInnen als kosmopolitische weltoffene tolerante BürgerInnen darstellt. Diese sind meist jedoch die privilegierten Transkulturellen, weil sie noch immer primär in homogenen ethno-natio-kulturellen Bildern denken, was aus ihren Statements und Zuschreibungen in der Zeitschrift hervorgeht. Ähnlich reagieren auch die Online-

RezipientInnen mit österreichischem Hintergrund, die tolerant und offen gegenüber allen ethnischen AkteurInnen kommentieren, aber sich selbst wenig transkulturell präsentieren. Es handelt sich laut Ergebnissen bei ihnen viel mehr um eine patriotische Sichtweise, die gleichzeitig aber auch kosmopolitisch ist.

Einen weiteren wichtigen transkulturellen Identitätsverhandlungsraum seitens der Zeitschrift stellen die lokalen alltagsbezogenen kulturellen Themen dar, die das Globale mit dem Lokalen in Zusammenhang bringen. Diese stoßen auf mehr Interesse seitens der Online-Kommentierenden, als die einzelnen erfolgreichen Lebensporträts, weil sie mehr die alltäglichen zwischenmenschlichen Konflikte behandeln. Diese scheinen die RezipientInnen mehr zur Identitätsaushandlung anzuregen, da sie hier die meisten Kommentare hinterlassen.

Allerdings- und damit kommen wir zum weiteren zentralen Befund dieser Arbeit- steht die Aneignungsreaktion von Online-NutzerInnen bezüglich der Bewertung von AkteurInnen und Inhalt generell in einer ambivalenten Beziehung zu der Zeitschrift. Obwohl aufgrund der gewonnen Daten kein Zweifel besteht, dass meistens die Online-RezipientInnen aus der „richtigen“ Zielgruppe sind und sich durch repräsentierte transkulturelle Inhalte und AkteurInnen angesprochen fühlen, auch RezipientInnen, die keinen Migrationshintergrund haben, weist die vergleichende Analyse zwischen der Zeitschrift und ihren Kommentaren eine Ambivalenz auf.

Diese zieht sich durch die ganzen Bewertungs- und Zuschreibungsdimensionen jeder Teilanalyse. Die positiven Bilder aus der Zeitschrift, wenn sie für Identitätsaushandlungen herangezogen werden, werden in Kommentaren oft teilweise oder auch ganz abgelehnt. Es wird viel im kritischen Kontext kommentiert, am ambivalentesten ist vor allem die negative Konstruktion der türkischen AkteurInnen im Online-Forum, aus der sich keine große erfolgreiche Identifikation mit dem/r AkteurIn laut Ergebnissen erklären lässt. Dies wurde hauptsächlich anhand der dritten Identifikationsanalyse der vorliegenden Studie untermauert. Die RezipientInnen mit ihrem Wahrnehmungshorizont sind (noch) nicht ganz bereit, die deutliche positive transkulturelle Kontextualisierung der türkischen Personen in der Zeitschrift zu akzeptieren, da ihre eigene Offline-Zusammenhänge größtenteils mit den repräsentierten Symboliken aus der Zeitschrift nicht übereinstimmen.

Das kann aber auch mit der Kommunikationsstruktur im Internet an sich zusammenhängen, da das Online-Forum und insbesondere die Kommentare unter den Artikeln oft für einseitige kritische anonyme Aushandlungen attraktiv erscheinen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die „biber“-Zeitschrift einen einzigartigen medialen Text in Österreich darstellt, vor allem aufgrund seiner starken antistereotypischen transkulturellen Konstruktionen im Rahmen österreichischer Medienkultur, der auf jeden Fall einen attraktiven Input für die Identitätsaushandlung besonders im „biber“-Online-Forum darstellt. Dieser Online-Aushandlungsraum ist nicht nur für die NutzerInnen mit Migrationshintergrund interessant, sondern auch für RezipientInnen, die keine Migrationserfahrung haben, weil sie einfach auch ein Teil der globalen Kultur sind und sich für das Globale in seinem lokalen Ort interessieren. Daher kann man behaupten, das „biber“ eine mediale Plattform darstellt, die sowohl Mitglieder der Mehrheits- als auch der Minderheitsgesellschaft zusammenbringt, auch in seinem Online-Forum. Dabei spielt außerdem der wienerische Lokalfaktor eine unbestrittene Rolle, der die RezipientInnen aufgrund ihrer Identifikation mit der Stadt (sowie mögliche Offline-Kontakte) verbindet.

Andererseits lässt sich aber erklären, dass die positiven auf Transkulturalismus basierenden rezipierten Identitätskonzepte sehr oft von Online-KommentatorInnen teilweise oder auch ganz abgelehnt werden. Die kosmopolitischen Werte und Eigenschaften sowie bikulturelle Identitätsmerkmale werden generell im Vergleich zu der Zeitschrift viel weniger akzeptiert und verwendet, am signifikantesten kann man das bei der ambivalenten Darstellung der Personen mit türkischem Hintergrund beobachten. Auch die Sprache als Ausdrucksmittel für hybride Identitäten im Internet spielt keine große Rolle. Während die Online-NutzerInnen beim Kommentieren sehr viel englische Ausdrücke oder österreichischen Dialekt verwenden, werden die hybriden ethnischen Mischbegriffe nur selten eingesetzt. Die Angehörigkeit zu zwei Kulturkreisen und das Switchen zwischen ihnen scheinen für die „biber“-RezipientInnen nicht so wichtig für die eigene Repräsentation zu sein. Sie übernehmen sogar oft die ethnozentristischen Ausdrucksmodelle, um sich selbst zu präsentieren.

Diese Ambivalenz zwischen Zeitschrift und Online-Kommentierenden ist darauf zurückzuführen, dass während die Redaktion aus der Kritik der dominanten monokulturellen medialen Berichterstattung hinausgeht und im Sinne der ethnischen medialen Konstruktionen ein neues mediales antihegemoniales Widerstandsmodell zu entwickeln versucht, sind die RezipientInnen noch überwiegend in nationalen Kulturbildern – und Wahrnehmungen „gefesselt“ bzw. entstehen schwache Verbindungspunkte zwischen ihren

realen und medialen Konstruktionen aus „biber“. Falls bei ihnen pluralistische Selbstverständnisse entstehen, sind sie oft durch die dominanten alltäglichen monokulturellen sozialen Mechanismen in der Schule, Arbeit, Familie, nationalen Massenmedien oder aufgrund diskriminierender Alltagserfahrung verzerrt, oft ganz unterdrückt und abgelehnt, weil sie keine Akzeptanz und Zugehörigkeit in der Außengesellschaft finden.

Diese Ergebnisse zeigen einen interessanten Befund auf, dass obwohl die MigrantInnen als ProduzentInnen der medialen Texte langsam den massenmedialen öffentlichen Raum in österreichischem Mediensystem für sich erkämpfen, um ihre eigenen unterschiedlichen transkulturellen Blickwinkel und Positionen als ProduzentInnen in die Berichterstattung mitbringen, das Publikum trotz der Auseinandersetzung mit diesen Inhalten nicht bereit zu sein scheint, sich auch tatsächlich mit diesen neuen transkulturellen Aspekten zu identifizieren. Das bedeutet, dass das Projekt „biber“ viel zu egalitär und „unrealistisch“ für viele wirken kann, obwohl das Interesse und die Bereitschaft für die Auseinandersetzung mit dem Inhalt besteht.

Daher ist meines Erachtens zuerst wichtig, dass breitere pluralistische interaktive Medienstrukturen in Österreich geschaffen werden und nicht nur ein paar kleine mediale Projekte, wie das bis jetzt war, die den transkulturellen Personen (und das gilt auch für Personen ohne Migrationshintergrund) überhaupt erst ihre transkulturelle kommunikative Handlungsfähigkeit zu entwickeln ermöglichen, um dann mit ihren multiplen Identitätsaspekten souveräner umgehen zu können. Ansonsten droht immer eine Erschließung gegenüber solchen Identitäten aufgrund der fehlenden Strukturen in der Gesellschaft, die eine Anerkennung von Mehrfachzugehörigkeit ermöglichen, was zu einer emotionalen Frustration und Ausgrenzung gegenüber der Außengesellschaft führen kann. Die ethnischen homogenen Zugehörigkeitsgefühle können sogar gestärkt werden, was im Falle der Online-Nutzenden in der „biber“-Community durch die Betonung der Herkunftszugehörigkeiten passiert.

Es wird nach mehr Sensibilisierung, auch unter den Medienmachenden in öffentlichen Massenmedien diesbezüglich gefragt, die immer noch eine große Macht bei Identitätskonstruktion haben, um entsprechende Maßnahmen zu entwickeln, die solchen Personen ihre mehrwertigen Identitätsordnungen in die vorherrschenden Identitätsordnungen viel stärker einpassen lassen können, um sie damit gleichzeitig zu ändern.

Zweitens finde ich es wichtig -und damit komme ich auch zurück zu der Zeitschrift „biber“, dass es wiederum die Aufgabe solcher transkultureller Medien ist, viel mehr auf die problematischen sozio-strukturellen Alltagskonstruktionen aufmerksam zu machen, die der Entwicklung von Mehrwertigkeit im Weg stehen, um damit an ihrem Dekonstruierungsprozess durch andere Sichtweisen mitzuwirken. Das wäre auch meine Kritik an die „biber“-Zeitschrift, die sich hauptsächlich auf ein sehr positives „Dekonstruieren von Stereotypen“ der einzelnen ethnischen Individuen und ihrer Eigenschaften konzentriert und dabei aber auf die äußeren systembezogenen konstruierten Machtverhältnisse vergisst und vor allem an die damit zusammenhängenden negativen Alltagserfahrungen von Individuen und ihre emotionalen Zugehörigkeitsprobleme. Dieser Zusammenhang zwischen Außen- und Innenwelt wird in der Zeitschrift seltener dekonstruiert und daher wahrscheinlich als Defizit auch von RezipientInnen wahrgenommen, die selbst die alltäglichen sozio-strukturellen Probleme vielmehr als nur die individuellen in die Online-Debatte bringen, weil sie diese auch in den dominanten monokulturellen Medien vermissen. Das wäre der konkrete Punkt, der die positive Identitätsaneignung bei „biber“-Online-RezipientInnen meiner Meinung nach erhöhen könnte. Reine positive individuelle Repräsentierung und Idealisierung von erfolgreichen Vorbildern und noch dazu einseitig bezogen auf eine ethnische Gruppe ohne ausführlichere Hintergrundinformationen aus den gesellschaftlichen Alltagspraktiken, kann auf viele RezipientInnen oberflächlich und realitätsentfernt wirken und daher auch wenig identitätsstiftend sein.

Ein weiterer Kritikpunkt von meiner Seite hängt mit den Gender-Rollen in der „biber“-Zeitschrift zusammen, die aber keinen zentralen Untersuchungspunkt meiner Studie darstellen, wobei ich damit gleich den Blick auf die Notwendigkeit zukünftiger Forschungen in dieser Richtung lenken möchte. Anhand der Daten aus dieser Studie konnte ich feststellen, dass im Vergleich zu ethnischen Stereotypen die soziale Rollenverteilung im Hinblick auf Frau und Mann in der Zeitschrift größtenteils stereotypisch ist. Meines Erachtens konzentriert sich die Zeitschrift sehr stark auf die natio-ethnischen vorherrschenden Stereotype, die sie versucht zu dekonstruieren, dabei aber auf die Gender-Stereotypen vergisst, die oft auf gleichem Prinzip in der Gesellschaft fungieren und zusammen mit der ethnischen Kategorie die Machtverhältnisse konstituieren.

Es besteht weiter ein Bedarf an einer ergänzenden Datenerhebung über „biber“-RezipientInnen und ihren sozio-kulturellen Motiven aus der Offline-Welt, die auf die „Online-Identitätsverhandlung“ wirken sowie umgekehrt, was aus komplexen Gründen im Rahmen dieser Arbeit nicht untersucht wurde. Die Daten über die sozialen und kulturellen Offline-Gegebenheiten der Online-RezipientInnen können einen erweiterten Blick auf die gesamte Identitätsverhandlung werfen, die als Zusammenspiel von Online-Offline Welt passiert. Weiter stellt sich die Frage, wie sich die Online-NutzerInnen in anderen Rubriken des „biber“-Onlineforums darstellen und wie handeln sie sich dort die Identitätsbilder aus, vor allem wenn da keine direkte Bezogenheit auf die Konstruktionen aus der Zeitschrift besteht. Genauso interessant wäre zu untersuchen, wie das Feedback der Rezipientinnen ist, welche das Online-Forum nicht nutzen, aber trotzdem die Zeitschrift mit ihren Inhaltsbildern regelmäßig rezipieren.

Abbildungsverzeichnis

Ab.1. Globalisierung der Medienkommunikation.....	24
Ab.2. Kreislauf der Medienkultur.....	31
Ab.3. Vergleich der Medienmodelle.....	42
Ab.4. „Kolaric“ Aktion Mitmensch.....	64
Ab.5. Mediennutzung von Jugendlichen.....	71
Ab.6. Fernsehnutzung von MigrantInnen.....	72
Ab.7. Österreichische MigrantInnenmedien.....	78
Ab.8. Ausschnitt der Einstiegseite www.dasbiber.at	81
Ab.9. Beschreibungsstrategien der Medienberichterstattung.....	90
Ab.10. Geschlecht der HauptakteurInnen.....	103
Ab.11. Geschlecht der NebenakteurInnen.....	103
Ab.12. Anzahl der AkteurInnen.....	104
Ab.13. Alter der HauptakteurInnen.....	105
Ab.14. Alter der NebenakteurInnen.....	106
Ab.15. Bildung von HauptakteurInnen.....	106
Ab.16. Bildung von NebenakteurInnen.....	107
Ab.17. Beschäftigungsbereich der HauptakteurInnen.....	107
Ab.18. Wohnort der HauptakteurInnen.....	108
Ab.19. Wohnort der NebenakteurInnen.....	108
Ab.20. Religiösität der HauptakteurInnen.....	109
Ab.21. Religiösität der NebenakteurInnen.....	109
Ab.22. Ethnische Zugehörigkeit der HauptakteurInnen.....	110
Ab.23. Fremd- und Selbstdarstellungsweise nach eth. Zugehörigkeit.....	118
Ab.24. Thema: Erfolg.....	124
Ab.25. Thema: Politik.....	125
Ab.26. Thema: Wirtschaft.....	125
Ab.27. Thema: Kultur.....	126
Ab.28. Thema: Kriminalität.....	127
Ab.29. Thema: Konflikt.....	128
Ab.30. Thema: Hobby.....	128
Ab.31. Thema: Kulinarisches.....	129
Ab.32. Journalistische Gestaltungsformen.....	131
Ab.33. Status der KommentatorInnen.....	139
Ab.34. Geschlecht der KommentatorInnen.....	140
Ab.35. Alter der KommentatorInnen.....	141
Ab.36. Bildung der KommentatorInnen.....	141
Ab.37. Wohnort der KommentatorInnen.....	142
Ab.38. Ethnische Zugehörigkeit der KommentatorInnen.....	142
Ab.39. Religiöse Zugehörigkeit der KommentatorInnen.....	143
Ab.40. Online-Thema: „Erfolg“.....	147
Ab.41. Online-Thema „Politik“.....	147

Ab.42 Online-Thema „Wirtschaft“	148
Ab.43 Online-Thema „Kultur“	148
Ab.44 Online-Thema „Kriminalität“	149
Ab.45 Online-Thema „Konflikt“	149

Tabellenverzeichnis

Tab.1.HauptakteurIn.....	104
Tab.2.NebenakteurIn.....	105
Tab.3.Verteilung der Haupt- und NebenakteurInnen nach eth. Zugehörigkeit.....	110
Tab.4 Eigenschaftszuordnung nach eth. Zugehörigkeit.....	112
Tab.5.Bewertung von kosmopolitischen MigrantInnen.....	113
Tab.6. Eigenschaft „kosmopolitisch“ mit „patriotisch“.....	114
Tab.7.Eigenschaftszuordnung nach Geschlecht.....	115
Tab.8. Erfolg nach Geschlecht.....	116
Tab. 9. Fremddarstellung von HauptakteurInnen.....	118
Tab.10. Selbstdarstellung von HauptakteurInnen.....	119
Tab.11. Online-Status nach ethnischer Zugehörigkeit.....	119
Tab.12. Werte im Zusammenhang mit ethnischen AkteurInnen.....	120
Tab.13 Wert „Sicherheit“ im Zusammenhang mit Beruf.....	121
Tab.14. Werte im Zusammenhang mit Geschlecht.....	122
Tab.15. Wert „Toleranz“ nach Religion.....	123
Tab.16 Thema „Erfolg“ nach journalistischen Darstellungsformen.....	124
Tab.17 Thema „Kultur“ nach ethnischer Zugehörigkeit von HauptakteurInnen.....	126
Tab.18 Themendarstellung: Politik.....	129
Tab.19a Themendarstellung:Wirtschaft.....	130
Tab.19b Journalistische Darstellungsformen.....	131
Tab.20 Dialekt und fremdsprachige Ausdrücke.....	132
Tab.21 Abwertende Ausdrücke nach ethnischer Zugehörigkeit.....	133
Tab. 22 Abwertende Ausdrücke im Thema „Konflikt“.....	133
Tab.23. Bewertung des Integrationsmodelles nach ethnischer Zugehörigkeit.....	134
Tab.24 Bewertung der Sprachkommunikation nach ethnischer Zugehörigkeit.....	135
Tab.25 Bewertung der Politik nach ethnischer Zugehörigkeit.....	136
Tab.26 Bewertung des privaten vs. staatlichen Sektors.....	136
Tab.27. Bewertung von Fähigkeiten.....	137
Tab.28a Aussagen zur Identität.....	138
Tab.28b Eigenschaftszuschreibung von KommentatorInnen.....	144
Tab.29 Kommentierungsweise nach ethnischer Zugehörigkeit.....	145
Tab.30 Werte von KommentatorInnen.....	146
Tab.31 Online: Dialekt und fremdsprachige Ausdrücke nach ethnischer Zugehörigkeit.....	150
Tab.32 Online: Bewertung des Integrationsmodelles nach ethnischer Zugehörigkeit.....	151
Tab.33Online:Bewertung des Integrationsmodelles im Zusammenhang mit öster. Identität...	151
Tab.34 Online: Bewertung der Politik nach ethnischer Zugehörigkeit.....	152
Tab.35 Online: Bewertung des privaten vs. staatlichen Sektors.....	153
Tab.36 Online: Bewertung der religiösen Identität von Gläubigen.....	153
Tab.37a Online: Bewertung der Fähigkeiten.....	154
Tab.37b Online: Aussagen zur Identität.....	155
Tab.38 Ethnizität.....	156
Tab.39 Status.....	156
Tab.40 Geschlecht.....	157
Tab.41 Alter.....	158

Tab.42 Bildungsstand.....	158
Tab.43 Wohnort	159
Tab.44 Religiöse Zugehörigkeit	159
Tab.45 Online-Eigenschaft „kosmopolitisch“.....	160
Tab.46 Zeitschrift-Eigenschaft „kosmopolitisch“.....	161
Tab.47 Online-Eigenschaft „liberal“.....	161
Tab.48 Zeitschrift-Eigenschaft „liberal“.....	162
Tab.49 Online-Eigenschaft „fremd“.....	162
Tab.50 Zeitschrift-Eigenschaft „fremd“.....	163
Tab.51 Online-Eigenschaft „zufrieden“.....	163
Tab.52 Zeitschrift-Eigenschaft „zufrieden“.....	164
Tab.53 Online-Eigenschaft „emotional“.....	164
Tab.54 Zeitschrift-Eigenschaft „emotional“.....	165
Tab.55 Online-Eigenschaft „nicht tolerant“.....	165
Tab.56 Zeitschrift-Eigenschaft „nicht tolerant“.....	166
Tab.57 Online-Eigenschaft „aggressiv“.....	166
Tab.58 Zeitschrift-Eigenschaft „aggressiv“.....	167
Tab.59 ONLINE-Kommentierungsweise.....	168
Tab.60 Zeitschrift-Darstellungsweise.....	169
Tab.61 Eigenschaftszuschreibung: weibliche Akteurin.....	169
Tab.62 ONLINE:Abwertende Ausdrücke.....	170
Tab.63 ZEITSCHRIFT:Abwertende Ausdrücke.....	170
Tab.64 Fremdsprachige Ausdrücke bei österreichischen AkteurInnen.....	171
Tab.65 Fremdsprachige Ausdrücke bei ex-jugoslawischen AkteurInnen.....	171
Tab.66 Fremdsprachige Ausdrücke bei türkischen AkteurInnen.....	172
Tab.67 Bewertung des Assimilationsmodelles im Bezug auf AkteurInnen aus der Zeitschrift.....	172
Tab.68 Bewertung des Interaktionsmodelles im Bezug auf AkteurInnen aus der Zeitschrift.....	173

Literaturverzeichnis

APPADURAI, Arjun (2008) : Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy
In: INDA,Jonathan X./ROSALDO,Renato [Hg.] The anthropology of globalization.
Malden/Oxford. 47-65

BARBER, R. Benjamin (2010): Jihad. vs. McWorld. In: RITZER, George/ ATALAY,
Zeynep (Hg.): Reading in Globalization. Key Concepts and Major Debates. Wiley
Blackwell. 290-297

BADAWIA, Tarek (2003): „Der Dritte Stuhl“ – Eine Entwicklungsperspektive für
Immigrantenjugendliche aus einem Ethnisierungsdilemma. In: BADAWIA,
Tarek/HAMBURGER, Franz/ HUMMRICH, Merle (Hrsg.): Wider die Ethnisierung einer
Generation. Beiträge zur qualitativen Migrationsforschung. Frankfurt am Main,London, S.
131-147

BAUMAN, Zygmunt (1997): Schwache Staaten. Globalisierung und die Splatung der
Weltgesellschaft. In: BECK, Ulrich: Kinder der Freiheit. Frankfurt/Main. 315-332

BECK, Ulrich (2007): Was ist Globalisierung. Irrtümer des Globalismus-Antworten auf
Globalisierung. Frankfurt/Main.

BHABHA, Homi K. (2007): Die Verortung der Kultur. Tübingen

BONFADELLI, Heinz /PRISKA,Bucher/HANEDTSEDER, Christa (2008): Jugend, Medien
und Migration. Empirische Ergebnisse und Perspektiven. Wiesbaden

BRÄUCHLER, Birgit (2005): Cyberidentities at war. Der Molukkenkonflikt im Internet.
Bielefeld

BRAUNE, Ines (2008): Aneignung des Globalen: Internet-Alltag in der arabischen Welt.
Eine Fallstudie in Marokko. Bielefeld

BRUNOLD, Joachim (2000): www.cyber-communities.de. Virtual communities. Strategie,
Umsetzung, Erfolgsfaktoren. Landsberg/Lech.

BURKART, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder.
4. Auflage. Wien-Köln-Weimar

BUSCH, Brigitta/HIPFL,Brigitte/ROBINS,Kevin (Hg.) (2001). Bewegte Identitäten.
Medien in transkulturellen Kontexten. Klagenfurt/Celovec

BUTTERWEGGE, Christoph [Hg.] (2006) : Massenmedien, Migration und
Integration : Herausforderungen für Journalismus und politische Bildung.Wiesbaden

CASTELLS, Manuel (2004) : Das Informationszeitalter: Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur.
Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Opladen

CUCUJKIĆ, Ivana (2009): Ethno-Marketing. Zwischen Kommerz und Kultur. Zum Verhältnis von kultureller Identität und Rezeption von Werbung

ĆWIERZ; Agata (2007): Die zweite Generation der polnischen Kinder als Brückenmenschen zwischen zwei Sprachen und Kulturen. Dipl. Arbeit. Wien

DATTA, Asit (Hrsg.) (2005): Transkulturalität und Identität. Bildungsprozesse zwischen Exklusion und Inklusion. Frankfurt/Main

DÖRING, Nicola (1999): Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen In: HUBER, Brigitte (2003) : Virtuelle Communities österreichischer Internetportale: Eine Untersuchung der User nach Lebensstilen, Teilnahmemotivationen und virtuellen Identitäten. Dipl. Arbeit. Wien

DÖRING/SCHESTAG (2000): Soziale Normen in virtuellen Gruppen. In: THIEDEKE, Udo (Hrsg.) : Virtuelle Gruppen: Charakteristika und Problemdimensionen. Wiesbaden. 313-354

ENDERS,Kristina/WEIBERT,Anne. 2009. Identität in Social Web. Von der Bedeutung der Ethnizität für den gesellschaftliche Eingliederungsprozess im digitalen Medienraum. In: GEIBLER, Rainer/PÖTTKER Horst (Hg.). 2009. Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Forschungsbefunde. Bielefeld. S.333-346

FRÜH, Werner (2007): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 6. Auflage. Konstanz.
GEIBLER, Rainer. (2005): Mediale Integration von ethnischen Minderheiten. In: GEIBLER, Rainer/PÖTTKER Horst (Hg.). 2005. Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss. Forschungsstand. Bibliographie. Bielefeld. S.71-79

GEIBLER, Rainer/PÖTTKER Horst (Hg.). 2009. Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Forschungsbefunde. Bielefeld

GIDDENS, Athony (1995): Konsequenzen der Moderne. Frankfurt/Main

GINGRICH, M. Andre (2005): Kulturelle Identitäten zu Beginn des 21. Jahrhunderts: Sozialanthropologische Begriffbestimmungen und ihre Implikationen für Europa IN: RIEGLER, Johanna: Kulturelle Dynamik der Globalisierung. Ost- und westeuropäische Transformationsprozesse aus sozialanthropologischer Perspektive. Wien

GRIMM, Jürgen (1986): Unterhaltung - zwischen Utopie und Alltag. Methode und praktische Anwendung der Inhaltsanalyse am Beispiel von Kriminalheftromanen. Frankfurt/Main

GROSSBERG, Lawrence (2006): Der Cross Road der Cultural Studies. In: HEPP,Andreas/WINTER, Rainer (Hrsg.): Kultur- Medien- Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. 3. Auflage. Wiesbaden. 23-40

HAFEZ, Kai (2005): Mythos Globalisierung. Warum die Medien nicht grenzenlos sind. Wiesbaden

HALL, Stuart (1997): Representation. Cultural Representations and Signifying Practices. London

HALL, Stuart (2000): Rassismus und kulturelle Identität. Ausgewählte Schriften 2. Zweite Auflage. Hamburg

HALL, Stuart (2004): Ideologie, Identität, Repräsentation. Ausgewählte Schriften 4. Erste Auflage. Hamburg

HARVEY, David (1994): Die Postmoderne und Verdichtung von Raum und Zeit. In: KUHLMANN, Andreas (Hrsg.): Philosophische Ansichten der Kultur der Moderne. Frankfurt/Main. 48-78

HASEBRINK, Uwe [Hrsg.] (2004): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen. München.

HEPP, Andreas/LÖFFELHOLZ, Martin (2002): Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation. Stuttgart

HEPP, Andreas (2004) : Netzwerke der Medien : Medienkulturen und Globalisierung (Medien - Kultur - Kommunikation). Wiesbaden

HEPP, Andreas (2006) : Transkulturelle Kommunikation. Konstanz

HEINTZ, In: THIEDEKE, Udo (Hrsg.) (2000): Virtuelle Gruppen: Charakteristika und Problemdimensionen. Wiesbaden.

HIPFL, Brigitte/KLAUS, Elisabeth/SCHEER, Uta (Hg.) (2004): Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Bielefeld

HUBER, Brigitte (2003) : Virtuelle Communities österreichischer Internetportale: Eine Untersuchung der User nach Lebensstilen, Teilnahmemotivationen und virtuellen Identitäten. Dipl. Arbeit. Wien

HUGGER, Kai-Uwe. (2009): Junge Migranten online. Suche nach sozialer Anerkennung und Vergewisserung von Zugehörigkeit. Wiesbaden

HUSBAND, Charles (2001): Über den Kampf gegen Rassismus hinaus: Entwurf einer polyethnischen Medienlandschaften. In: BUSCH, Brigitta/HIPFL, Brigitte/ROBINS, Kevin (Hg.) Bewegte Identitäten. Medien in transkulturellen Kontexten. Klagenfurt/Celovec, 9-20

INDA, Jonathan X./ROSALDO, Renato (Hg.) (2008):: Tracking Global Flows In: INDA, Jonathan X./ROSALDO, Renato [Hg.] The anthropology of globalization. Malden/Oxford 3-46

JARREN, Otfried [Hrsg.] (2002): Journalismus - Medien – Öffentlichkeit. Eine Einführung. Wiesbaden

KAMP, Hanns-Christian (1998): In: NEVERLA, Irene (Hrsg.): Das Netz-Medium. Kommunikationswissenschaftliche Aspekte eines Mediums in Entwicklung. Opladen/Wiesbaden. 277-298

KISSAU, Kathrin/HUNGER, Uwe (2009): Politische Sphären von Migranten im Internet. Neue Chancen im "Long Tail" der Politik. Baden Baden

KEUPP, Heiner (et.al.) (1999): Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne. Reinbek bei Hamburg.

KROTZ, Friedrich (2006): Gesellschaftliches Subjekt und kommunikative Identität: Zum Menschenbild von Cultural Studies In: HEPP, Andreas/WINTER, Rainer (Hrsg.): Kultur-Medien-Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. 3. Auflage. Wiesbaden. 125-138

LUGER, Kurt (1997): Interkulturelle Kommunikation und kulturelle Identität im globalen Zeitalter. In: RENGER, Rudi/SIEGERT, Gabriele (Hg.): Kommunikationswelten. Wissenschaftliche Perspektive zur Medien- und Informationsgesellschaft. Innsbruck. 317-346

MAINSAH, Henry: 'I could well have said I was Norwegian but nobody would believe me': Ethnic minority youths' self-representation on social network sites. In: European Journal of Cultural Studies. Volume 14 (2). May 2011. 179-194

MALETZKE, Gerhard (1963): Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik. Hamburg

McQUAIL, Denis (2000): Mass communication theory. 4. Auflage. London

OJO, Tokunbo (2006): ICTs and the Construction of "Imagined African Communities" Online In: HIPFL, Brigitte/HUG, Theo (Hrsg.) Media Communities. Münster. 167-188

POLAT, Ülger (1998): Soziale und kulturelle Identität türkischer Migranten der zweiten Generation in Deutschland. Hamburg

RIEGLER, Johanna (2005): Kulturelle Dynamik der Globalisierung. Ost- und westeuropäische Transformationsprozesse aus sozialanthropologischer Perspektive. Wien

RITTER, Ch./MURI, G./ROGGER, B. (Hrsg.) (2010) : Ambivalenz. Visualität und Identität im transkulturellen Raum. Zürich

RHEINGOLD, Howard (1994): Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers. Addison-Wesley.

ROBERTSON, Roland (1992): Globalization. London

ROBERTSON, Roland (1998): Glokalisierung: Homogenität und Heterogenität in Raum und Zeit. In: BECK, Ulrich (Hg.): Perspektiven der Weltgesellschaft. 192-220

ROBINS, Kevin (2004): Beyond Imagined Community? Transnationale Medien und türkische MigrantInnen in Europa. In: HIPFL, Brigitte/KLAUS, Elisabeth/SCHEER, Uta (Hg.): Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Bielefeld. 114-132

RÖSSLER, Patrick (2010): Inhaltsanalyse. 2. Auflage. Konstanz

SEITZ, Klaus (2005): Verhängnisvolle Mythen. In: DATTA, Asit (Hrsg.): Transkulturalität und Identität. Bildungsprozesse zwischen Exklusion und Inklusion. Frankfurt/Main, S. 51-68

SINGER, Mona: Fremd.Bestimmung. Zur kulturellen Verortung von Identität. Tübingen 1997.

SKLENICKA, Alina (2009): Neue Repräsentationen von Migranten und Migrantinnen in österreichischen Printmedien. Eine Analyse der Zeitschrift biber und des M-MEDIA-Projekts in der Presse. Dipl. Arbeit FH Journalismus. Wien.

TAUSCHITZ, Anna (2010): Journalismus „mit scharf“ –Die Vermittlung hybrider Identität in transkulturellen Zeitschriften am Beispiel von „biber - Stadtmagazin für Wien, Viyana und Be! Dipl. Arbeit. Wien

TOMLINSON, John (1999) : Globalization and culture. 1. Auflage. Cambridge

TOŠIĆ, Jelena/HOHENBALKEN, Maria Six: (2009): Anthropologie der Migration. Theoretische Grundlagen und interdisziplinäre Aspekte. Wien

Weiss, Hilde [Hrsg.] (2007): Leben in zwei Welten. Zur sozialen Integration ausländischer Jugendlicher der zweiten Generation. Wiesbaden

WELSCH, Wolfgang (1994): Transkulturalität. Lebensformen nach der Auflösung der Kulturen. In: KURT, Luger/ RENGER, Rudi: Dialog der Kulturen. Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien. Wien. 147- 169

WINTER, Rainer (1995) : Der produktive Zuschauer: Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozeß. München

WÖGERER, Johanna (2004): Transkulturelle Zeitschriften in Österreich. Printmedien im Diskurs um Migration, Integration und die "multikulturelle Gesellschaft“. Dipl. Arbeit . Wien

ZIRFAS, Jörg/JÖRISSEN, Benjamin (2007): Phänomenologien der Identität. Human-, sozial- und kultur- wissenschaftliche Analysen. Wiesbaden

ZURAWSKI, Nils (2000): Virtuelle Ethnizität: Studien zu Identität, Kultur und Internet. Frankfurt/Main. Wien

Internetquelle:

ARD/ZDF-Onlinestudie 2002

EIMEREN, Birgit/HEINZ/Gerhard, FREES/ Beate: Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland. Mehr Routine, weniger Entdeckerfreude

<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=277>
(04.03.2012, 11:04)

ARD/ZDF-Onlinestudie 2010
Eimeren und Frees : Fast 50 Millionen Deutsche online-Multimedia für alle?
<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=205>
(03.03.2012, 16:59)

[dasbiber.at/wasistbiber](http://www.dasbiber.at/wasistbiber)
<http://www.dasbiber.at/wasistbiber>
(04.03.2012,13:52)

[dasbiber.at/mediadaten](http://www.dasbiber.at/mediadaten)
<http://www.dasbiber.at/mediadaten>
(04.03.2012,13:52)

Fast 800.000 Migrantinnen;
Medienservicestelle.at
http://medienservicestelle.at/migration_bewegt/2011/08/31/migrantinnen-in-osterreich/
(03.03.2012,19:21)

IOM
International Organisation of Migration /Key Migration Terms
<http://www.iom.int/jahia/Jahia/about-migration/key-migration-terms/lang/en#Migrant>
(03.03.2012, 17:02)

Medienhandbuch
Aktuelle Daten zu Migration und Medien
http://medienservicestelle.at/migration_bewegt/2011/09/28/aktuelle-daten-zu-migration-und-medien/
(04.03.2012, 13:09)

Migration in der IPKW
HERCZEG, Petra: Migration in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
<http://www.univie.ac.at/sowi-online/esowi/cp/migrationpkw/migrationpkw-full.html>
(03.03.2012, 17:08)

„Migranten und Medien 2007“
SIMON,Erik: Migranten und Medien 2007. Zielsetzung, Konzeption und Basisdaten einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF-Medienkommission
<http://www.media-perspektiven.de/1688.html>
(04.03.2012, 10:53)

Migranten schreiben für die Presse
<http://diepresse.com/unternehmen/pressenews/362719/Migranten-schreiben-fuer-Die-Presse>
(04.03.2012)

Punzenberger, Barbara Herzog (2003): Die „2. Generation“ an zweiter Stelle?;
http://www.interface-wien.at/system/attaches/10/original/Studie_2Generation.pdf?12469685
(03.03.12, 19:02)

„biber“ Stipendium
<http://www.dasbiber.at/content/biber-akademie%3A-bewirb-dich-f%C3%BCr-ein-stipendium-mit-scharf>
(04.03.2012, 12:46)

www.radioafrika.net
(04.03.2012, 12:46)

www.okto.tv
(04.03.2012, 12:46)

www.o94.at
(04.03.2012, 12:46)

www.radiofabrik.at
(04.03.2012, 12:46)

derneue.orf.at
(04.03.2012, 12:46)

migrazine.at
<http://www.migrazine.at/content/ber-uns>
(04.03.2012, 12:49)

balkanforum.at
<http://www.balkanforum.info/>
(04.03.2012, 12:54)

dastandard.at
<http://dastandard.at/1265852053655/Editorial>
(04.03.2012, 12:57)

[derStandard.at](http://derstandard.at)
<http://derstandard.at/1314652572359/Ausgezeichnet-Biber-laut-Journalist-das-beste-Gratismagazin>
(04.03.2012, 13:57)

Anhang

Kodierbuch

0 wird kodiert, wenn ein Merkmal **nicht vorhanden** ist

999 wird kodiert, wenn ein Merkmal **nicht zugeordnet** werden kann

K1 Artikelnummer (*arnr*)

laufend

K2 Ausgabedatum (*ausgabe*)

1=0110

2=0210

3=0310

4=0410

5=0510

6=06/0710

7=0810

8=0910

9=1010

10=1110

11=1210/0111

Akteuranalyse

K3 Anzahl der AkteurInnen (*ak_anz*)

1=ein Akteur

2=zwei Akteuren

3=mehr als zwei Akteure

999=nicht erkennbar

K4 Akteur/in 1 (*akteur1*)

1= Einzelperson

2=Gruppierungen

3=Institution/Organisation

4=Staat

5=Sonstiges

999=nicht erkennbar

K5 Akteur/in 1: Geschlecht (*ak1gesch*)

1=Frau

2=Mann

3=gemischte Geschlechtsgruppe
999= nicht erkennbar

K6 Akteur/in 1: Alter (*ak1alter*)

0=nicht erwähnt
1=Kinderalter (0-14)
2=Jugendalter (15-25)
3= Mittleres Erwachsenenalter (26-59)
4=Seniorenalter (60+)
5=gemischte Altersgruppe
999= nicht erkennbar

K7 Akteur/in 1: Bildung(*ak1bildu*)

0=nicht erwähnt
1=untere Bildung (bisher ohne Matura)
2=höhere Bildung (mit Matura)
3=gemischte Bildungsgruppe
999=nicht erkennbar

K8 Akteur/in 1: Beschäftigungsbereich/Beruf (*ak1besch*)

0=nicht vorhanden
100= Produktion
110=Industrieproduktion
120=Agrarproduktion
200=Diensleistung
210=Beratungsleistung
210=Gastronomie
300=Information/Wissen
310=Journalismus
320=Universität/Schule
330=Kultur
400=Staatsverwaltung
999=nicht erkennbar

K9 Akteur/in 1: Wohnort (*ak1wohn*)

0=nicht erwähnt
1=Österreich
11=Wien
2=Türkei
3=Ex-Jugoslawien
4=Deutschland
5=Osteuropa
6=Sonstiges

999= nicht erkennbar

K10 Akteur 1: Ethnische Zuordnung (*ak1eth1*)

0=nicht erwähnt

1=Österreicher(in)

11=Wiener(in)

2=Ex-Jugoslawisch

3=Türkisch

4=Osteruropäisch

5= Deutsch

6= Asiatisch

7= Sonstiges

999=nicht erkennbar

K11 Akteur 1: : Sonstige ethnische Zuordnung (*ak1eth_s*)

String

K12 Akteur 1: Religiöse Zuordnung (*ak1relig*)

0=nicht erwähnt

1=muslim

2=christ

3=nicht religiös

4=Sonstiges

999=nicht erkennbar

Eigenschaftsanalyse

Eigenschaften von Akteur 1

K13 Eigenschaft „kosmopolitisch“ (*ak1ei_ko*)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K14 Eigenschaft „nationalistisch“ (*ak1ei_nt*)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K15 Eigenschaft „patriotisch“ (*ak1ei_pa*)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K16 Eigenschaft „traditionell“(*ak1ei_td*)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K17 Eigenschaft „modern“(*ak1ei_md*)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K18 Eigenschaft „konservativ/traditionell“(*ak1ei_ks*)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K19 Eigenschaft „liberal/modern“ (ak1ei_lb)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K20 Eigenschaft „kriminell“ (ak1ei_kr)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K21 Eigenschaft „gesetztreu“ (ak1ei_gt)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K21 Eigenschaft „heimisch“/„vertraut“ (ak1ei_hm)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K23 Eigenschaft „fremd“/ „unvertraut“/exotisch (ak1ei_bf)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K24 Eigenschaft „intelligent“/ „begabt“ (ak1ei_bg)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K25 Eigenschaft „dumm“/unbegabt“ (ak1ei_ub)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K26 Eigenschaft „fleißig“/kollektiv (ak1ei_fl)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K27 Eigenschaft „faul“ (ak1ei_fa)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K28 Eigenschaft „emotional“/ „temperamentvoll“ (ak1ei_em)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K29 Eigenschaft „rational“ (ak1ei_ra)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K30 Eigenschaft „gesellig“/kollektiv (ak1ei_kl)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K31 Eigenschaft „individualistisch“ (ak1ei_id)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K32 Eigenschaft „zufrieden/fröhlich“ (ak1ei_zu)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K33 Eigenschaft „unzufrieden/frustriert“ (ak1ei_uz)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K34 Eigenschaft „tolerant“ (ak1ei_to)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K35 Eigenschaft „untolerant“ (ak1ei_ut)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K36 Eigenschaft „aggressiv“ (ak1ei_ag)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K37 Eigenschaft „friedlich“ (ak1ei_fd)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K38 Eigenschaft „selbstbewusst/sicher“ (ak1ei_se)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K39 Eigenschaft „unsicher/ängstlich“ (ak1ei_un)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K40 Eigenschaft „reich/wohlhabend“ (ak1ei_re)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K41 Eigenschaft „arm“ (ak1ei_ar)

0=Eigenschaft nicht erwähnt

1=Eigenschaft erwähnt

K42 Sonstige Eigenschaft (ak1ei_so)

String

Darstellungsweise de/r/s AkteurIn

K43 Selbstdarstellungsweise „kritisch/negativ -lobend/positiv“ (ak1sdar1)

0=kommt gar nicht vor

1= kritisch

2=eher kritisch

3= ambivalent (kritisch sowie lobend)

4=eher lobend

5=lobend

K44 Fremddarstellungsweise „kritisch/negativ -lobend/positiv“ (ak1fdar1)

0=kommt gar nicht vor

1= kritisch

2=eher kritisch

3= ambivalent (kritisch sowie lobend)

4=eher lobend

5=lobend

K45 Selbstdarstellungsweise „sachlich-wertend“ (ak1sdar2)

0=kommt gar nicht vor

1=sachlich

2=eher sachlich

3=ambivalent (sachlich sowie wertend)

4=eher wertend

5=wertend

K46 Fremddarstellungsweise „sachlich-wertend“ (ak1fdar2)

0=kommt gar nicht vor

1=sachlich

2=eher sachlich

3=ambivalent (sachlich sowie wertend)

4=eher wertend

5=wertend

K47 Selbstdarstellungsweise „humorvoll-ernst“ (ak1sdar3)

0=kommt gar nicht vor

1=humorvoll

2=eher humorvoll

3=ambivalent

4=eher ernst

5=ernst

K48 Fremddarstellungsweise „humorvoll-ernst“ (ak1fdar3)

0=kommt gar nicht vor

1=humorvoll

2=eher humorvoll

3=ambivalent

4=eher ernst

5=ernst

Akteur 2 (K49 bis K93)

Verfolge die Liste der Kategorien K4 bis K48

Wertanalyse

K94 Wert 1 „Hilfsbereitschaft“/ „Solidarität“ (we1hilfs)

0=nein

1=ja

K95 Wert 2 „Ehrlichkeit/Vertrauen“ (we2ehrl)

0=nein

1=ja

K96 Wert 3 „Harmonie“ (we3harm)

0=nein

1=ja

K97 Wert 4 „Liebe“/Wohlwollen (we4lieb)

0=nein

1=ja

K98 Wert 5 „Gerechtigkeit/Fairness“ (we5gere)

0=nein

1=ja

K99 Wert 6 „Gleichheit“ (we6glei)

0=nein

1=ja

K100 Wert 7 „Sicherheit“ (we7siche)

0=nein

1=ja

K101 Wert 8 „Ordnung/Hierarchie“ (we8ordn)

0=nein

1=ja

K102 Wert 9 „Anpassung/Zurückhaltung“ (we9anpa)

0=nein

1=ja

K103 Wert 10 „Tradition“ (we10trad)

0=nein

1=ja

K104 Wert 11 „Toleranz/Verständnis“ (we11tole)

0=nein

1=ja

K105 Wert 12 „Leistung“ (we12leis)

0=nein

1=ja

K106 Wert 13 „Freiheit/Selbstbestimmung“ (we13frei)

0=nein

1=ja

K107 Wert 14 „Macht/Stärke“ (we14mach)

0=nein

1=ja

K108 Wert 15 „Wissen/Fähigkeiten“ (we15wiss)

0=nein

1=ja

K109 Wert 16 „Schönheit“ (we16schö)

0=nein

1=ja

K110 Wert 17 „Abwechslung/Stimulation“ (we17abwe)

0=nein

1=ja

K111 Wert 18 „Erfolg/Ansehen“ (we18erfo)

0=nein

1=ja

K112 Wert 19 „Wohlstand/Reichtum“ (we19wohl)

0=nein

1=ja

K113 Wert 20 „Spaß/Glück“ (we20spaß)

0=nein

1=ja

Themenanalyse

K114 Erfolg (t1erfolg)

0=nicht vorhanden

1=im Beruf/in beruflichen Aktivitäten

2=in der Ausbildung

3=im Hobby

4=im Privatleben

5=Sonstiges

K115 Politik (*t2polit*)

0=nicht erwähnt

1=österreichische Innenpolitik

11=österreichische Sozialpolitik

12=österreichische Wirtschaftspolitik

13=österreichische Innenpolitik (konkret Sicherheitspolitik)

2=Internationale Politik

3=Sonstiges

K116 Wirtschaft (*t3wirts*)

0=nicht erwähnt

1=Wirtschaftslage und Finanzen

2=Organisation und Struktur vom Unternehmen

21= Organisation und Struktur vom Großunternehmen

22= Organisation und Struktur vom Kleinunternehmen

3=Wirtschaftsprojekte/-service

4= Sonstiges

K117 Kultur (*t4kult*)

0=nicht erwähnt

100=translokale österreichische Kultur

110=Religion

120=Linguistik

130=Essgewohnheiten

140=Verwandtschaftsbeziehungen

200=andere/internationale Kultur

210=Religion

220=Linguistik

230=Essgewohnheiten

240= Verwandtschaftsbeziehungen

300=Sonstiges

K118 Kriminalität (*t5krimin*)

0=nicht erwähnt

1=kleine Kriminalfälle

11=Diebstahl

12=Diskrimination auf der kultursozialen Ebene

2=große Kriminalfälle

21= Diskrimination auf kulturstruktureller Ebene

22=Genozid

23=Menschenhandel

3= Sonstiges

K119: Konflikt (*t9konfl*)

0=nicht vorhanden

1= soziokultureller Konflikt
11= auf kognitiver Ebene
12= auf sozialer Ebene
13= auf emotionaler/identifikatorischer Ebene
2= sozialstruktureller Konflikt
21= Recht/Macht und Herrschaft
22= Bildung
23= Arbeit
24= Lebensstandard und soziale Sicherheit
25= Medien
3= Sonstiges

K120 Hobby/Freizeit (*t7hobby*)

0= nicht erwähnt
1= Sport
2= Mode
3= Natur
4= Reisen
5= Sonstiges

K121 Kulinarisches (*t8kulin*)

0= nicht erwähnt
1= internationale Restaurants und Lokale
11= internationales Essen
2= nationale Restaurants und Lokale
22= internationales Essen
3= Sonstiges

K122 Sonstiges (*t10sonst*)

String

Themenbehandlung

K123 Themenbehandlungsweise 1 „problemzentriert-lösungszentriert“ (*beh_wei1*)

0= kommt gar nicht vor
1= problemzentriert
2= eher problemzentriert
3= ambivalent
4= eher lösungszentriert
5= lösungszentriert

K124 Themenbehandlungsweise 2 „sachlich/objektiv-wertend/subjektiv“ (*beh_wei2*)

0= kommt gar nicht vor
1= sachlich
2= eher objektiv
3= ambivalent
4= eher wertend
5= wertend

K125 Themenbehandlungsweise 3 „humorvoll-ernst“ (*beh_wei3*)

0= kommt gar nicht vor

1=humorvoll
2=eher humorvoll
3=ambivalent
4=eher ernst
5=ernst

K126 Themenbehandlungsweise 4 „kritisch-lobend“ (*beh_wei4*)

0=kommt gar nicht vor
1=kritisch
2=eher kritisch
3=ambivalent
4=eher lobend
5=lobend

Gestaltungsanalyse

„Abwertende Ausdrücke“

K127 „ernst gemeinte abwertende Ausdrücke“ (*gt1ab_er*)

0=nein
1=ja

K128 „ironisch gemeinte abwertende Ausdrücke“ (*gt1ab_ir*)

0=nein
1=ja

K129 „referierte abwertende Ausdrücke von Anderen“(*gt1ab_re*)

0=nein
1=ja

„Dialektausdrücke“

K130 „wienerische Dialektausdrücke“(*gt2dia_w*)

0=nein
1=ja

K131 „andere österreichische Dialektausdrücke“(*gt2dia_ö*)

0=nein
1=ja

„Fremdsprachige Ausdrücke“

K132 „fremdsprachige Ausdrücke auf türkisch“(*gt3fr_tü*)

0=nein
1=ja

K133 „fremdsprachige Ausdrücke auf serbokroatisch“ (*gt3fr_sb*)

0=nein
1=ja

K134 „fremdsprachige Ausdrücke auf englisch“(*gt3fr_en*)

0=nein
1=ja

K135 „sonstige fremdsprachige Ausdrücke“ (*gt3fr_so*)

String

K136 „Neologismen“(Ethnolekt) (*gt_neol*)

0=nein
1=ja

K137 Journalistische Darstellungsform (*gt_darst*)

- 1= Interview
- 2=Reportage
- 3= Kommentar
- 4= Porträt
- 5= Mischform
- 6= Sonstiges
- 999= Nicht erkennbar

Bewertungsanalyse

Integrationsmodell

K138 Assimilation an die Mehrheitsgesellschaft (*bw_i1ass*)

- 1= schadet sehr der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

K139 Separation von einzelnen ethnischen Gruppen (*bw_i2sep*)

- 1= schadet sehr der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

K140 Gegenseitige Interaktion zwischen ethnischen Gruppen (*bw_i3int*)

- 1= schadet sehr der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

Sprache

K141 Kommunikation in der deutschen Sprache (*bw_ko1de*)

- 1= schadet der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

K142 Kommunikation in der Sprache des Mutterlandes (*bw_ko2mu*)

- 1= schadet der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

K143 Mehrsprachige Kommunikation (*bw_ko3mh*)

- 1= schadet der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

Politik

K144 Politik (*bew_pol*)

- 1= schadet der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

K145 Politik von FPÖ (*pol1fpö*)

- 1= schadet der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

K146 Politik von SPÖ (*pol2spö*)

- 1= schadet der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

K147 Politik von ÖVP (*pol3övp*)

- 1= schadet der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

K148 Politik von anderer Partei (*pol5anpa*)

- 1= schadet der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

K149 Politik auf Seite der Zivilgesellschaft (*pol5zges*)

- 1= schadet der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

Soziostrukturelle Kommunikation

K150 Kommunikation auf Seite der Menschen mit Migrationshintergrund (*s_ko1mig*)

1= sehr schlecht - - - 5= sehr gut

K151 Kommunikation auf Seite der österreichischen Mehrheitsgesellschaft (*s_ko2nmi*)

1= sehr schlecht - - - 5= sehr gut

K152 Kommunikation auf Seite der privaten Institutionen/Organisationen in Österreich (*s_ko3pri*)

1= sehr schlecht - - - 5= sehr gut

K153 Kommunikation auf Seite der staatlichen Institutionen/Organisationen in Österreich (*s_ko4sta*)

1= sehr schlecht - - - 5= sehr gut

Fähigkeiten

K154 Von Personen mit Migrationshintergrund in Österreich (*fä1mig*)

1= sehr gering geschätzt - - -5= sehr hoch geschätzt

K155 Von Personen ohne Migrationshintergrund in Österreich (*fä2nmig*)

1= sehr gering geschätzt - - -5= sehr hoch geschätzt

Religiöse Identität

K156 Religiöse Identität (*bew_reli*)

1= schadet der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

K157 Traditionelle muslimische religiöse Identität (*re1t_mus*)

1= schadet der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

K158 Traditionelle christliche religiöse Identität (*re2t_ch*)

1= schadet der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

K159 Liberale muslimische religiöse Identität (*re3l_mus*)

1= schadet der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

K160 Liberale christliche religiöse Identität (*re4l_chr*)

1= schadet der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

K161 Nicht religiös (*re4nreli*)

1= schadet der Lösung - - - 5= trägt sehr zur Lösung

Erfahrung mit Migration

K162 Erfahrung von Person mit Migrationshintergrund (*mig1pmm*)

1= sehr negativ - - - 5= sehr positiv

K163 Erfahrung von Person ohne Migrationshintergrund (*mig2pom*)

1= sehr negativ - - - 5= sehr positiv

Aussageanalyse

Ethno-kulturelle Identität

K164 Ich bin überall in der Welt zuhause. (*as1über*)

0=kommt nicht vor

1=kommt vor

K165 Ich bin in Österreich zuhause. (*as2öster*)

0=kommt nicht vor

1=kommt vor

K 166 Ich bin in anderem Land zuhause. (*as3ande*)

0=kommt nicht vor

1=kommt vor

K 167 Ich bin in Wien zuhause. (*as4lokal*)

0=kommt nicht vor

1=kommt vor

K 168 Keine homogene ethnische Identität. (*as5keine*)

0=kommt nicht vor

1=kommt vor

Religiöse Identität

K169 Ich bin religiös (*as1relig*)

0=kommt nicht vor

1=kommt vor

K170 Ich bin traditioneller konservativer Muslim/in. (*as2t_mus*)

0=kommt nicht vor

1=kommt vor

K171 Ich bin traditioneller konservativer Christ/in. (*as3t_chr*)

0=kommt nicht vor

1=kommt vor

K172 Ich bin liberaler Muslim. (*as4l_mus*)

0=kommt nicht vor

1=kommt vor

K173 Ich bin liberaler Christ. (*as5l_chr*)

0=kommt nicht vor

1=kommt vor

K174 Ich bin nicht religiös. (*as6n_rel*)

0=kommt nicht vor

1=kommt vor

Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit den transkulturellen medialen Räumen in Österreich, konkret anhand der Zeitschrift „biber“ und ihren Online-Kommentaren. Die Zeitschrift versteht sich als Überbrückungsmedium zwischen Minderheits- und Mehrheitsgesellschaftsgruppen, indem sie auf Deutsch sowohl Themen aus den ethnischen Communities als auch aus den Mainstream-Bereichen der österreichischen Gesellschaft mitbringt.

Bislang erschienen über dieses einzigartige mediale Projekt in Österreich zwei Studien, die sich primär mit der Seite der Produktion d. h. mit den RedakteurInnen beschäftigen. Beide weisen auf ihre transkulturellen Identitäten hin, die plurikulturell, hybrid und ständig veränderbar sind. Diese stellen einen wichtigen Aspekt der präsentierten journalistischen Artikel dar, die empirisch untersucht werden.

Ich versuchte auch einer weiteren Ebene des Mediums nachzugehen. Im Rahmen dieser Arbeit wurde zum ersten Mal wissenschaftlich untersucht, wer die RezipientInnen dieser Zeitschrift sind und wie sie sich die repräsentierten transkulturellen Identitätsbilder aneignen. Anschließend habe ich versucht, aus den gewonnenen Daten die Identifikationsprozesse seitens der RezipientInnen zu erklären.

Die medialen Kreislaufmodelle aus den Cultural Studies über Medienkultur legen neben den Begriffen „cultural turn“ und „transkulturelle Identitäten“ den theoretischen Grundstein der Arbeit. Die mediale Darstellung und Verarbeitung solche pluralistischer kultureller Identitätsbilder wurde empirisch anhand einer quantitativen Inhaltsanalyse durchgeführt, die die Zusammenhänge zwischen diesen beiden Ebenen des medialen Kreislaufmodelles besser erklären soll.

Aus den gewonnenen Zusammenhängen lässt sich erklären, dass die transkulturellen Bilder durch die Zeitschrift mittransportiert werden hauptsächlich auf eine positive Art und Weise. Allerdings werden diese neuen emanzipatorischen Identitätsangebote, trotz ihrer intensiven Aneignung im Online-Forum seitens der RezipientInnen, oft kritisch ausgehandelt oder sogar ganz abgelehnt. Mit den kollektiven beständigen Identitätsbildern, die durch die Zeitschrift konstituiert werden, lassen sich viele RezipientInnen, trotz ihrer ebenfalls transkulturellen Backgrounds, im Online-Kommentarraum nicht positiv identifizieren. Diese weisen oft eine geschlossene ethnozentristische Rückbezogenheit auf, welche die transkulturellen Sichtweisen und Identitätsbilder widerlegt.

Abstract

This thesis deals with the transcultural identities and their construction through media spaces in general and with the transcultural identity in the Austrian magazine “biber” and their online comments in particular. The magazine is in German and works as a medium junction between the social minority and majority groups as it focuses on both ethnic as well as mainstream Austrian topics.

The thesis builds upon an already existing qualitative study, which shows the producing side of this medium by presenting the portraits of journalists, who are working in “biber”. Their pluri-cultural identities, which become an important element of their articles and of the journals’ symbolics, have been the first research aspect of this work. Furthermore, I have focused on the way how the audience acquires these symbols and expresses it in their online comments. My goal was to show who the readers are and how exactly they deal with the transcultural topics coming from the magazine. These two analyses could also provide an explanation to the question how does the audience identify itself with the subjects, who are represented in the articles.

The main theoretical framework builds on the “circuit of media culture” from Cultural Studies as well as the concepts based on the terms such as “the cultural turn” and “transcultural identities”. My goal is to show the relationship between the text as a certain kind of representation and its perception by the audience. The method I use in the empirical part is the content analysis.

The results of the thesis demonstrate the ambivalent character between both these processes. Whereas the magazine represents the transcultural actors in a very positive way, the online audience, which is also ethnically heterogeneous, accepts these pictures only very mildly. Despite the interest in transcultural issues on the online audience side, the findings of this work show the ethnocentric critical attitudes towards other minorities by the majority of the online readers.

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere hiermit, dass ich die vorliegende Magisterarbeit selbstständig verfasst habe, keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, im März 2012

.....
Unterschrift

Curriculum Vitae

Persönliche Daten

Name: **Romana Medved'ová**

Geburtsdaten: 16.08.1984, Levice/Slowakische Republik

E-Mail: romanamedvedova@yahoo.de

Ausbildung

- 03/2008 Verleihung des Grades „Bakkalaura der Philosophie“
- Seit 03/2008 Universität Wien, Fakultät für Sozialwissenschaften
Studienrichtung: Kultur- und Sozialanthropologie
- Seit 10/2004 Universität Wien, Fakultät für Sozialwissenschaften
Studienrichtung: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
- 09/2000-05/2004 Gymnasium Grösslingová 18, Bratislava
Abschluss: Matura (mit Auszeichnung)

Berufserfahrung

- Seit 09/2011 Organisation **People in Peril**, Bratislava/Slowakei
Konzeption und Führungen von Workshops für SchülerInnen
- 03/2008-04/2009 Organisation **Amnesty International**, Bratislava/Slowakei
PR-Mitarbeiterin
- 08/2007-09/2007 Slowakischer Fernsehsender **TA3**, Bratislava, Slowakei
Redakteurin

Sprachkenntnisse

Slowakisch (Muttersprache), Deutsch (Fremdsprache Eins), Englisch (Fremdsprache Zwei), Portugiesisch (Basiskenntnisse)