

Heinz Bonfadelli · Priska Bucher · Christa Hanetseder  
Thomas Hermann · Mustafa Ideli · Heinz Moser

Jugend, Medien und Migration

Heinz Bonfadelli · Priska Bucher  
Christa Hanetseder  
Thomas Hermann  
Mustafa Ideli · Heinz Moser

# Jugend, Medien und Migration

Empirische Ergebnisse  
und Perspektiven



**VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN**

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

1. Auflage 2008

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2008

Lektorat: Monika Mülhausen

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist Teil der Fachverlagsgruppe  
Springer Science+Business Media.

[www.vs-verlag.de](http://www.vs-verlag.de)



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg  
Druck und buchbinderische Verarbeitung: Krips b.v., Meppel  
Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier  
Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-531-16184-6

# Inhalt

Vorwort .....	9
---------------	---

## Teil I Quantitative Perspektiven

*Heinz Bonfadelli und Priska Bucher*

1. Theoretischer Hintergrund .....	15
1.1 Gesellschaft und Medien: Makro-Perspektiven .....	15
1.1.1 Gesellschaftswandel, Migration und Integration .....	15
1.1.2 Medienwandel: Kommerzialisierung & Globalisierung .....	21
1.1.3 Medien und Migration .....	21
1.2 Identität und Medien: Mikro-Perspektiven .....	23
1.2.1 Identität .....	23
1.2.2 Medien im Prozess der Identitätsentwicklung .....	27
1.2.3 Identitätsentwicklung im Migrationskontext .....	31
2. Forschungsstand .....	35
2.1 Forschungsentwicklung .....	35
2.2 Befunde: Erwachsene .....	38
2.2.1 Schweiz .....	38
2.2.2 Deutschland .....	39
2.2.3 Dänemark und Schweden .....	41
2.3 Befunde: Kinder und Jugendliche .....	42
2.4 Befunde zur Mediennutzung: Fazit .....	43
3. Die Studie: Design, Methoden, Stichprobe .....	45
3.1 Fragestellung und Kontext der Studie .....	45
3.2 Zentrale Dimensionen: Definitionen und Operationalisierung .....	45
3.3 Datenerhebung und Stichprobe .....	47
4. Soziokultureller Hintergrund .....	49
4.1 Migrationshintergrund .....	49

---

4.2	Ethnokulturelle Orientierungen .....	50
4.3	Religion .....	55
5.	Soziales Umfeld .....	57
5.1	Freizeit .....	57
5.2	Peers .....	61
5.3	Familie .....	65
6.	Personale Identität .....	73
6.1	Werthaltungen .....	73
6.2	Vorbilder .....	76
6.3	Persönliche Diskriminierung .....	78
6.4	Berufsorientierung .....	79
6.5	Politische Orientierungen .....	80
7.	Medienumwelt und Mediennutzung .....	83
7.1	Medienzugang .....	83
7.2	Digitale Klüfte .....	84
7.3	Häufigkeit der Mediennutzung .....	86
7.4	Dauer des Medienkonsums .....	89
7.5	Nutzung von Computer und Internet .....	92
7.6	Mediennutzungstypen .....	95
7.7	Mediennutzung: Fazit .....	96
8.	Medienumgang .....	100
8.1	Medienfunktionen .....	100
8.2	Medienpräferenzen .....	113
8.3	Medienbewertungen .....	122
8.4	Perzipierte Medienrealität .....	129
9.	Mediensprache und Mediengespräche .....	132
9.1	Sprache der Mediennutzung .....	132
9.2	Mediensprache und Deutschnote .....	137
9.3	Gespräche über Medien .....	138
10.	Zusammenfassung und Folgerungen .....	142
11.	Literatur .....	148

## **Teil II**

### **Qualitative Perspektiven**

*Heinz Moser, Christa Hanetseder, Thomas Hermann und Mustafa Ideli*

1. Theoretischer Hintergrund .....	155
1.1 Der Hintergrund der türkischen und der kurdisch-türkischen Migration in die Schweiz .....	155
1.2 Das Medienangebot in türkischer und kurdischer Sprache in Europa und der Schweiz.....	156
1.3 Migrantinnen und Migranten in der „Diaspora“ .....	159
1.4 Selbstsozialisierung und Hybridisierung von Identitäten .....	161
1.5 Bildungsaspirationen im Kontext der Benachteiligung .....	165
2. Untersuchungsanlage und Methoden .....	168
2.1 Forschungsanlage .....	169
2.2 Forschungsprozess und Methoden .....	169
2.2.1 Schritte und Methoden der narrativen Datengewinnung.....	170
2.2.2 Schritte und Methoden der visuellen Datengewinnung .....	171
2.3 Stichprobe .....	172
2.3.1 Stichprobenbildung .....	172
2.3.2 Absagen und Abbrüche .....	173
2.3.3 Soziodemographische Angaben zu den Familien .....	174
2.3.4 Familienporträts .....	176
3. Ergebnisse der qualitativen Interviews mit den Eltern und den Peergruppen .....	182
3.1 Die Mediennutzung in den Familien .....	183
3.1.1 Fernsehen .....	186
3.1.2 Telefon .....	192
3.1.3 Printmedien .....	195
3.1.4 Computer .....	197
3.1.5 Weitere Medien: Radio und Kino .....	203
3.2 Die Bedürfnisse, die über Medien befriedigt werden .....	204
3.2.1 Unterhaltung .....	205
3.2.2 Kommunikation .....	205
3.2.3 Kulturelle Bedürfnisse .....	206

3.2.4	Bildung .....	207
3.2.5	Information .....	207
3.3	Der Migrationsbezug .....	209
3.3.1	Zur Berichterstattung der Schweizer Medien über die Türkei.....	209
3.3.2	Die Berichterstattung der türkischen Medien über die Türkei .....	211
3.3.3	Die Berichterstattung der türkischen Medien über die Schweiz .....	212
3.3.4	Die schweizerische Berichterstattung zur Migrationsthematik .....	214
3.4	Die Frage der Medienerziehung in türkischen und türkisch / kurdischen Familien .....	216
3.5	Migrantinnen und Migranten in der Mediengesellschaft .....	221
4.	Ergebnisse der visuellen Erhebungsschritte .....	227
4.1	Kinderzimmer als verkörperlichte Identitätsräume .....	228
4.1.1	Räume als transparente oder hermetische Texte .....	230
4.1.2	Räume, die auf Zeitdimensionen verweisen .....	232
4.1.3	Räume als kulturell hybride Texte .....	233
4.1.4	Räume als Entwürfe von Männlichkeit und Weiblichkeit .	235
4.1.5	Liebingsgegenstände in den Zimmern .....	236
4.1.6	Verweise auf die Sozialisationsinstanzen .....	238
4.1.7	Verweise auf Herkunftskultur, lokale und globale Kultur .	240
4.2	Fotografische Selbstdokumentationen: „Eine Woche im Leben von ...“ .....	241
4.2.1	Motive der Reportagen im Überblick .....	241
4.2.2	Selbstporträts als Ausdruck von Identitätsarbeit .....	244
4.2.3	Zwischen Innen und Außen, Gegenwart und Zukunft: Ausblicke aus Fenstern .....	249
4.2.4	Medien als virtuelle Fenster .....	251
4.2.5	Lebens- und Erlebensraum Schule .....	254
5.	Zusammenfassende Diskussion der Ergebnisse .....	256
6.	Literatur .....	263

# Vorwort

„Man hat Arbeitskräfte gerufen, und es kamen Menschen. Sie fressen den Wohlstand nicht auf, im Gegenteil, sie sind für den Wohlstand unerlässlich.“ Max Frisch<sup>1</sup>

Die modernen Massenmedien besitzen in unserem Alltag einen wichtigen Stellenwert und tragen bei Erwachsenen, aber gerade auch bei Heranwachsenden durch Prozesse der Thematisierung von aktuellen Ereignissen und Problemen (Agenda-Setting, der Anstiftung von Gesprächen untereinander (Ko-Orientierung), der Vermittlung von Normen und Wertvorstellungen (Sozialisation) und der Konstruktion von Bildern der sozialen Realität (Kultivierung) wesentlich zur gesellschaftlichen Integration und zur persönlichen Herausbildung einer eigenen Identität bei. Durch Globalisierungstendenzen der Medienproduktion, zusammen mit neuen technischen Möglichkeiten der modernen Massenmedien wie Kabel- und Satellitenfernsehen, können in der Schweiz aber längst nicht mehr nur ausschließlich schweizerische Medien und deren Inhalte genutzt werden. Vielmehr ist sowohl im Bereich der Printmedien als auch bei den Fernsehprogrammen eine breite Palette von ausländischen Medienangeboten zugänglich geworden, deren dokumentarische, unterhaltende und kulturelle Inhalte zunehmend Tendenzen der Internationalisierung aufweisen. Und durch das Internet ist ferner die rasche Information über Ereignisse in anderen Ländern, aber auch die gegenseitige interpersonale Kommunikation zwischen Menschen – Stichwort „E-Mail“ – möglich geworden, die in verschiedenen Ländern leben (müssen).

Diesem Strukturwandel im Mediensystem entsprechen Tendenzen auf der gesellschaftlichen Ebene. Der Anteil der Ausländer an der Schweizer Bevölkerung beträgt heute mehr als ein Fünftel und gegen 30% haben einen Migrationshintergrund. Bezüglich des Umgangs mit diesen ethnokulturellen Minderheiten wird in der Öffentlichkeit die Frage nach einer Balance zwischen der Forderung nach Assimilation an die hiesige Kultur der Schweiz als Aufnahmeland einerseits und der Ermutigung zur Wahrung der Besonderheiten ihrer Herkunftskultur andererseits kontrovers diskutiert. Speziell bezogen auf den Umgang mit Medien stellt sich die Frage, ob und inwiefern bezüglich der Mediennutzung Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Schweizern und Menschen mit Migrationshintergrund bestehen, und inwiefern die Medien einen Beitrag zur gesellschaftlichen Integration und zur Konstruktion kultureller Identität leisten.

---

<sup>1</sup> Max Frisch (1965): Vorwort. In: Alexander J. Seiler: Siamo Italiani. Zürich, S. 7.

Denn die Möglichkeit, nicht nur Schweizer Medien, sondern Medienangebote aus anderen Ländern und in anderen Sprachen zu nutzen, bietet für Migrantinnen und Migranten, die in der Schweiz leben, einerseits eine große Chance, den Kontakt zum Herkunftsland weiter beizubehalten und zu pflegen, birgt aber andererseits auch die Gefahr einer medialen wie auch sozialen Isolation. Studien aus den Cultural Studies belegen dabei, dass die Menschen aus den vielfältigen und mehrsprachigen Ressourcen ihre eigene Medienwelt konstruieren.

Allerdings unterliegen solchen kulturspezifischen Prozessen oft sozialstrukturelle Konstellationen, welche diese überlagern und verstärken, aber auch abschwächen können. Mediennutzungsstudien im Rahmen der *Forschung zur Wissenskluft-Hypothese* haben dazu immer wieder aufgezeigt, dass je nach Bildungs- und Schichthintergrund *Kommunikationsklüfte* in der Nutzung von Medientypen (Print vs. Fernsehen vs. Internet) und Medieninhalten (Information vs. Unterhaltung) vorhanden sind. Und diese können sich wiederum in Wissensklüfte und damit zusammenhängende sozioökonomische Benachteiligungen niederschlagen.

Im Rahmen des Nationalfonds-Projekts<sup>2</sup> „*Mediennutzung im multikulturellen Umfeld*“ sollte deshalb nicht nur der Frage nachgegangen werden, wie stark der kulturelle Hintergrund ausschlaggebend für den Umgang mit Medien ist, sondern ebenfalls der mediatisierende Einfluss von Bildung und Schicht mitberücksichtigt werden. In der Schweiz existieren bis anhin kaum gehaltvolle Studien zu diesem Bereich, was angesichts der Tatsache, dass rund ein Fünftel der Schweizer Bevölkerung Ausländer sind, erstaunen mag. So führte zwar der SRG Forschungsdienst vor einiger Zeit eine Studie zur Integrationsfunktion des Rundfunks in der Schweiz durch (Steinmann/Zaugg/Gattlen 2000), aber es wurde nur das Integrations- und Identitätspotential zwischen den verschiedenen Sprachregionen thematisiert. Obwohl die Befragten der qualitativen Studie zum Stichwort „Integration und Desintegration“ als erstes, neben der Beziehung der Schweiz zur EU, die Integration von Ausländern in der Schweiz erwähnten und dies als das größte Problem betrachteten (a.a.O.: 60 und 68), waren die Ausländer erstaunlicherweise kein explizites Thema der Studie. Und in einer älteren Studie ebenfalls vom SRG Forschungsdienst (Anker/Ermutlu/Steinmann 1995) wurde zwar die Mediennutzung von verschiedenen Ausländergruppen in der Schweiz erhoben, allerdings weitgehend deskriptiv und ohne Bezüge zur Integrations- bzw. Identitätsthematik. Fremdsprachige Ausländer sind bis jetzt in der angewandten, aber auch in der universitären Medienforschung, und zwar nicht nur in der Schweiz, meist nur marginal berücksichtigt worden.

---

2 An dieser Stelle sei dem Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung gedankt, der unser Projekt im Rahmen des Forschungsprogramms NFP52 „Kindheit, Jugend und Generationenbeziehungen im gesellschaftlichen Wandel“ finanziert hat.

Speziell die *Frage* nach dem *Stellenwert der Medien im Leben von Jugendlichen mit Migrationshintergrund* und noch weniger diejenige nach der *Rolle der Medien bei der Identitätskonstruktion in einem multikulturellen Umfeld* sind bisher in der Schweiz ebenfalls noch kaum erforscht. Darum bestand die *Hauptzielsetzung* dieses interdisziplinär angelegten Forschungsprojektes darin, erste Erkenntnisse zu diesem interkulturellen Forschungsbereich aus einer *kommunikationswissenschaftlichen Perspektive im Kontext der Schweiz* mittels quantitativer und qualitativer Methodik zu erzielen (vgl. Bonfadelli/Moser 2007).

Wegleitend war dabei vor allem die *Frage*: Wie werden Medien von Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund genutzt, und zwar im Vergleich zu Heranwachsenden aus Schweizer Familien? Von Interesse war insbesondere die Vermutung, dass der soziale Hintergrund sogar noch prägender sein könnte als die ethnokulturelle Herkunft.

Der *quantitativ orientierte Projektteil* (Leitung: Heinz Bonfadelli, IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich) basiert auf einer schriftlichen Befragung von 1'468 12-16jährigen Heranwachsenden aus 88 Schulklassen im Großraum Zürich, wobei insbesondere Schulen mit hohem Anteil an Migrantenkindern in die Stichprobe aufgenommen werden. In der quantitativen Studie wurden Schüler aus allen Migrationsländern miteinbezogen und gruppenweise untereinander, aber auch mit ihren jeweiligen Schweizer Kameraden verglichen.

Im *qualitativen Projektteil* (Leitung: Heinz Moser, Pädagogische Hochschule Zürich) wurde die Funktion des alltäglichen Medienumgangs von Eltern und Kindern in einer Gruppe von je vier türkischen bzw. türkisch-kurdischen Familien mit insgesamt 16 Kindern und Jugendlichen mittels teilnehmender Beobachtung und verbalem Austausch (Gespräche, Leitfadenterviews, Fokusgruppen) untersucht. Themenbereiche waren der Medienbesitz und Medienzugang in den Familien, die individuelle Medienwahl, bevorzugte Medieninhalte und Motive für Mediennutzung, der Rezeptionskontext, die Interpretation von Medien(-texten) und die Struktur und der Kontext von Mediengesprächen. Ein besonderer Schwerpunkt bildet die Analyse von Gesprächen über Medientexte unter Berücksichtigung der Faktoren Alter und Geschlecht. Vor allem sollten auch entscheidende Generationsunterschiede herausgearbeitet werden. Ziel der ethnographischen Beobachtungen und qualitativen Analysen war es, auf der Basis eines detailreichen und wirklichkeitsnahen Bildes der Medienrezeption und Medienaneignung – „thick description“ – die Funktion der Medien im Kontext der Migrationsproblematik verschiedener Gruppen vertieft aufzuzeigen.

**Teil I**

**Quantitative Perspektiven**

*Heinz Bonfadelli und Priska Bucher*

# 1. Theoretischer Hintergrund

Im Folgenden sollen die Ausgangslage und der theoretische Hintergrund des Projekts bezüglich a) des gesellschaftlichen Kontextes und b) des Mediensystems der Heranwachsenden genauer dargestellt werden. Im Zentrum stehen die relevanten Basiskonzepte und der damit zusammenhängende wissenschaftliche Diskurs, und zwar speziell mit Bezug auf die Frage nach dem Zusammenhang von Medien und sozialer Integration sowie kultureller Identität in multikulturellen Gesellschaften.

## 1.1 Gesellschaft und Medien: Makro-Perspektiven

Sowohl die modernen Massenmedien selbst wie auch die entwickelten Gesellschaften Europas sind seit längerem einem starken Wandel unterworfen, der für die Fragestellung „Medien und Migration“ von Bedeutung ist. Stichworte sind u.a. die gestiegene Mobilität und Migration von Menschen, Individualisierung von Werthaltungen und pluralistische Lebensstile einerseits, aber auch internationalisierte Information oder gar globalisierte Unterhaltung andererseits.

### 1.1.1 Gesellschaftswandel, Migration und Integration

Die Schweizer Bevölkerung besteht heute zu gut einem Fünftel aus Ausländern plus weitere 10% eingebürgerte Fremdsprachige, die zum Teil nur über begrenzte Kenntnisse der deutschen Sprache verfügen und darum mehr oder weniger stark ihrer Herkunftskultur verhaftet bleiben. Der Anstieg des ausländischen Bevölkerungsanteils, vor allem aus muslimisch geprägten Ländern wie der Türkei oder dem Balkan, hat in den letzten Jahren zu einer zunehmend intensiver werdenden *Thematisierung der Integrationsproblematik* in der Medienöffentlichkeit geführt. Dieser Diskurs hat sich in jüngster Zeit erheblich verschärft. Dabei spielten zum einen die gehäuften Terroranschläge von extremistischen Muslimen seit dem 11. September 2001, aber auch Schlüsselereignisse wie 2004 die Ermordung des Filmers Theo van Gogh in den Niederlanden oder die Jugendunruhen in den Pariser Vorstädten im November 2005 eine wichtige Rolle.

Der politische Diskurs über die Integration der Ausländer in der Schweiz (vgl. Piguet 2006), aber auch in den meisten übrigen Ländern Europas hat zu einer Wiederentdeckung des Themas der sog. „*kulturellen*“ bzw. „*nationalen*“ *Identität* geführt. Er ist Ausdruck einer weit verbreiteten Unsicherheit und eines Unbehagens gegenüber gesellschaftlichen Veränderungsprozessen. Kulturelle Identität wird offenbar dann im Alltag zum Problem, wenn die tradierten sozia-

len und kulturellen Grundlagen einer Gesellschaft für eine stabile Verortung und Einbindung der Menschen nicht mehr ausreichen oder gar wegzubrechen drohen (Eickelpasch/Rademacher 2004: 5). Unklar ist dabei vor allem, wie viel kulturelle Homogenität es für eine stabile kulturelle Identität braucht. Oder anders formuliert: Wo läge in der Schweiz für die verschiedenen Bevölkerungsgruppen mit Migrationshintergrund eine ausgewogene Balance zwischen einer Anpassung an die sog. Mehrheitskultur der Schweiz und der Wahrung der Besonderheiten ihrer Herkunftskulturen?

*Gesellschaftliche Integration* und kulturelle Identität als Ausdruck von Integration dürfen allerdings nicht als eindimensional, homogen oder gar als Endprodukt verstanden werden; sie müssen vielmehr als a) mehrdimensional, b) vielschichtig und c) prozesshaft konzipiert werden (Pöttker 2005: 25ff.).

### **Mehrdimensionalität**

Zunächst ist die Integration einer Gesellschaft ein vielschichtiges Phänomen, und kulturelle Integration bzw. kulturelle Identität muss darum in einem umfassenderen Konzept von *sozialer Integration* eingebettet werden (Huntington 2005: 27). Neben nationaler Herkunft, Sprache und Religion, aber auch Wertehaltungen und Bräuchen bzw. Lebensstilen als Ausdruck von kultureller Zugehörigkeit, spielen für die Integration einer Gesellschaft weitere zugeschriebene Dimensionen eine Rolle wie beispielsweise *Geschlecht* oder *Bildung, Beruf und Einkommen* als sozioökonomische Indikatoren der Verortung im Schichtsystem einer Gesellschaft einerseits und die verschiedenen Möglichkeiten von formeller und informeller *politischen Partizipation* andererseits. Allerdings stehen im vorliegenden Projekt im Zusammenhang mit den Medien vor allem Fragen der kulturellen Integration im Vordergrund.

Wie Abb. 1 anhand einer Studie von Haenni Hoti (2003) illustriert, können *Einstellungen hinsichtlich Gleichstellung oder Anpassung* je nach Bereich unterschiedlich ausgeprägt sein. Die befragten 14-15jährigen Schülerinnen und Schüler aus der Schweiz sind zwar der Auffassung, dass Ausländer die *gleichen Bildungschancen* in der Schweiz haben sollten, und immerhin zwei Drittel gestehen den Migranten zu, weiter ihre *eigene Sprache sprechen* zu dürfen, aber weniger als die Hälfte ist der Auffassung, dass Ausländer auch die Möglichkeit haben sollten, weiter ihre *eigenen Bräuche und ihren eigenen Lebensstil* beizubehalten oder nach mehreren Jahren gar an *Wahlen teilzunehmen*. Es fällt auf, dass die Heranwachsenden in der Schweiz im Vergleich zu den befragten Gleichaltrigen aus anderen Ländern den Migranten in allen vier abgefragten Bereichen deutlich weniger Rechte zugestehen wollen. Im internationalen Vergleich steht die Schweiz damit gemeinsam mit Slowenien an zweitletzter Stelle; den letzten Platz belegt Deutschland. Eine deutlich aufgeschlossener Haltung

vertreten beispielsweise Jugendliche aus Zypern, Kolumbien, Schweden und Griechenland, aber auch die USA liegt mit Platz 10 noch im ersten Drittel. – Inwieweit bei der Prägung solcher Haltungen auch die Medien eine mehr oder weniger wichtige Rolle spielen, bleibt dabei offen.

**Abb. 1: Einstellung von Heranwachsenden zu Rechten von Migranten**

Dimensionen von Integration Anteile in Prozent	Land	stimme sehr zu	stimme zu	stimme nicht zu	stimme überhaupt nicht zu
Ausländer sollten gleiche Bildungschancen haben wie andere Kinder in der Schweiz	CH	37	50	8	5
	Int.	40	50	7	3
Ausländer sollten die Möglichkeit haben, in der Schweiz ihre eigene Sprache weiter zu sprechen.	CH	22	44	21	13
	Int.	23	54	15	8
Ausländer sollten die Möglichkeit haben, in der Schweiz ihren Lebensstil / Bräuche beizubehalten	CH	20	41	24	15
	Int.	27	53	14	6
Ausländer, die seit mehreren Jahren in der Schweiz leben, sollten an Wahlen teilnehmen dürfen	CH	19	40	26	15
	Int.	26	52	16	6
Stichprobe: Befragung von 14-15jährigen Jugendlichen in der Schweiz (CH) und weiteren 28 Ländern (Int.) 1999; Quelle: Haenni Hoti 2003: 100ff.					

### Homogenität vs. Heterogenität

Aber auch bezüglich des Konzepts der Integration selbst muss angemerkt werden, dass man sich darunter in modernen differenzierten Gesellschaften keineswegs nur ähnliche, harmonisch ausgeprägte, konsensuelle oder gar gleiche (kulturelle) Identitäten vorstellen darf. *Moderne Gesellschaften* sind mehr denn je auch pluralistische und heterogene Gesellschaften, die aus verschiedenen sozialen Segmenten und einzelnen Individuen bestehen, die durchaus unterschiedliche, widersprüchliche oder gar konfliktive Weltbilder, Meinungen und Werthaltungen vertreten können und trotzdem eine mehr oder weniger stark integrierte Einheit bilden (Beck/Beck-Gernsheim 1994; Giddens 1994; Sennett 1998). Im Vergleich dazu waren die Lebensstile und die kulturelle Identität früher deutlich

homogener, geprägt durch standardisierte Lebensläufe, geteilte Traditionen und religiöse Vorstellungen einerseits sowie soziale Hierarchien andererseits. Moderne kultursoziologische *Lebensstilkonzepte* betonen hingegen den gesteigerten Erlebnis- und Distinktionswert von Produkten und die zunehmende Ästhetisierung des Alltags. Das Leben sei schlechthin zum *Erlebnisprojekt* geworden (Schulze 1992: 13), d.h. die zunehmende Individualisierung der nivellierten Mittelstandsgesellschaft der 1950er und 1960er Jahre habe heute dazu geführt, dass soziodemografisch bezüglich Alter, Geschlecht und Einkommen relativ homogene Gruppen sich bezüglich ihrer Werthaltungen und Lebensstile durchaus völlig unterscheiden können. Dies äußert sich nicht zuletzt auch in neuen Konzepten von Identität und darauf bezogenen modischen Etiketten wie Patchwork- bzw. Bastel-Identität (Keupp u.a. 1999; Hitzler/Honer 1994 Willems/Hahn 1999), nach denen heutige Jugendliche aber auch erwachsene Menschen ihre personalen, sozialen wie kulturellen Identitäten im alltäglichen Umgang mit anderen Menschen, aber auch sozialen Gruppen und den damit verbundenen Konfrontationen und Konflikten aktiv ständig neu kreieren, definieren und aushandeln müssen, indem sie situativ je unterschiedlich akzentuierte Identitätswürfe wählen und ausleben (Beck/Beck-Gernsheim 1994; Schäfers/Scherr 2005: 94ff.), wobei Prozesse der Kommunikation und Integration zwischen den verschiedenen Ebenen des fragmentierten Ichs eine wichtige Rolle spielen.

### **Produkt vs. Prozess**

Schließlich darf man sich gesellschaftliche Integration auch nicht als Zustand vorstellen, der erreicht ist oder nicht. Integration, aber auch Identität ist immer ein aktiver und durchaus auch konfliktiver Prozess der Auseinandersetzung zwischen den verschiedenen Mitgliedern bzw. Segmenten einer Gesellschaft. Damit ist mit dem Soziologen Lewis Coser (1965) auch angedeutet, dass Konflikte für den Erhalt und Zusammenhalt von sozialen Systemen durchaus nützlich sein können und darum auch funktional sind.

Daraus ergibt sich für die Integration von Migranten als ethnischen Minderheiten zunächst in *sozialstruktureller Hinsicht*, dass mehr oder weniger gleiche Chancen im Bildungssystem und auf dem Arbeitsmarkt bestehen müssen, welche mehr oder weniger gleiche Zugangschancen zu Einkommen, Besitz und Lebensqualität ermöglichen.

Während die Forderungen bezüglich gleicher Bildungschancen und materieller Gleichstellung als Voraussetzungen für die sozialstrukturelle Integration relativ klar und weitgehend unumstritten sind, gehen nun aber die Ansichten bezüglich der politischen und kulturellen Integration der Gesellschaft auseinander. Im *politischen Bereich* ist die formale Partizipation in der Schweiz wie in den meisten Ländern an die Verleihung der Staatsbürgerschaft geknüpft, obwohl

Bestrebungen in Gang sind, Ausländern im lokalen Bereich gewisse Mitbestimmungsrechte einzuräumen. Im *kulturellen Bereich* gibt es jedoch idealtypisch unterscheidbare konträre Positionen: das Assimilationsmodell einerseits und das Multikulturalismusmodell andererseits.

### **Gesellschaftliche Integration als Assimilation**

Das *Assimilationsmodell* der frühen Migrationssoziologie, meist eher von konservativen politischen Gruppen vertreten, betont, dass es auch in der Schweiz eine nach wie vor relativ homogene und nationalstaatlich geprägte Kultur gebe, die beispielsweise in Deutschland mit dem Begriff der „Leitkultur“ umschrieben wird. Behauptet wird, dass gesellschaftliche Integration nur über die assimilative Aneignung der Werte und Normen sowie der Identitätsmodelle und Lebensstile der Ausnahmekultur als quasi „neuer Heimat“ im Sinne einer nationalstaatlich gefassten kulturellen Identität möglich sei. Ausländer als Migranten müssen sich demnach sowohl in sprachlicher als auch in mentaler Hinsicht an die Kultur des Aufnahmelandes, d.h. an die schweizerische Kultur anpassen. Erst so werde eine Eingliederung in die sozialen Beziehungsnetze und schließlich auch eine Identifikation mit der neuen Kultur möglich. Auf der Basis dieser Prämissen wird beispielsweise verlangt, dass Ausländer, die um eine Aufnahme in die Schweiz oder Deutschland nachsuchen, über mindestens minimale Kenntnisse der deutschen Sprache oder der Geschichte und der politisch-kulturellen Institutionen des Aufnahmelandes verfügen müssen. Vergessen wird allerdings, dass sich auch die Schweizer bzw. die Deutschen untereinander hinsichtlich der von ihnen akzeptierten Normen, Werthaltungen und vor allem Lebensstile mehr oder weniger stark unterscheiden. Dies äußert sich besonders ausgeprägt, wenn man Alltagsverhalten und Lebensstile etwa von urbanen mit ländlichen Gebieten oder von jungen Leuten mit älteren Menschen vergleicht.

### **Multikulturelle Identität als Differenz**

Das Assimilationsmodell wird oft aus einer Position der kulturellen Identität heraus kritisiert, welche das Recht der Migranten bzw. Einwanderer auf *kulturelle Differenz* betont und beansprucht, dass diese ihre eigene Kultur weiterhin leben und bewahren dürfen: *Multikulturalismusmodell*. Diese beiden Positionen werden bezüglich der Frage der gesellschaftlichen Integration oft als auswegloses „Entweder-Oder“ verstanden. Integration scheint nur möglich durch Assimilation an die Aufnahmekultur bei gleichzeitiger Aufgabe der Herkunftskultur, während das Beharren auf der eigenen kulturellen Identität als Recht auf Differenz im Sinne einer Gefährdung der gesellschaftlichen Integration verstanden wurde. Nach der neueren Auffassung des *kulturellen Pluralismusmodells*, das bspw. von Stuart Hall (1989) vertreten wird, bietet aber das Aufwachsen in

verschiedenen Kulturen der Hybridität, das Sprechen verschiedener Sprachen und das Leben verschiedener Identitäten durchaus auch Chancen, nämlich jene der Übersetzung und des Brücken-Bauens.

**Abb. 2: Unterschiedliche Modelle der kulturellen Integration**

<b>Identität auf Basis von Homogenität &amp; Assimilation</b>	<b>Pluralismus mit interkultureller Integration</b>	<b>Multikulturalismus &amp; kulturelle Differenzen</b>
Prämisse ist, dass nur die Aneignung der Werte, Normen und Lebensstile der Aufnahmekultur durch die Migranten die gesellschaftliche Integration ermöglicht und sichert.	Es besteht ein Recht auf gleichberechtigte kulturelle Vielfalt und Ethnomenen; es darf Differenzen geben, aber bei gegenseitigem Respekt, was gesellschaftliche Integration erlaubt.	Postuliert wird das Recht, die eigene kulturelle Identität der Herkunftskultur zu bewahren, was nicht als Gefährdung der Integration der Gesellschaft interpretiert wird.
Quelle: eigene Darstellung nach Geissler 2005.		

Eine ausgleichende Mittelposition nimmt das *Modell der pluralistischen interkulturellen Integration* ein. Es geht davon aus, dass moderne Gesellschaften auch in kultureller Hinsicht alles andere als homogen sind, insofern die Mitglieder der Ausnahmegesellschaft quer zur vertikalen sozialen Schichtung ebenso in horizontaler Hinsicht unterschiedlichste Identitäten, Wertvorstellungen und Lebensstile vertreten. Die Aufnahmegesellschaft kann darum den Migranten Teilhabechancen im Bildungssystem, im Arbeitsmarkt und im Alltag gewähren und zudem darüber hinaus die Orientierung an der Herkunftskultur weiterhin gewähren, ohne dadurch die kulturelle Integration der Gesellschaft zu gefährden.

Alle Gesellschaftsmitglieder, d.h. auch die Migranten, haben nach dem pluralistischen Modell des sog. *Multikulturalismus* zudem das Recht auf Individualität, d.h. sie dürfen ihre unterschiedlichen kulturellen Traditionen erhalten und leben, allerdings im Rahmen einer übergeordneten staatlichen Gemeinschaft – engl. „diversity-within-unity“ oder umgekehrt „unity-within-diversity“ –, wobei die verschiedenen ethnischen Kulturen als gleichwertig angesehen werden.

Eine solche multikulturelle Konzeption setzt aber zudem bestimmte von allen Gesellschaftsmitgliedern zu akzeptierende Grundregeln voraus wie etwa gegenseitigen Respekt und Toleranz (Geissler 2005: 56ff.). Wo allerdings das Recht auf Verschiedenheit endet und die Verpflichtung zur Einheit beginnt, um nicht die gesellschaftliche Integration zu gefährden, lässt sich jeweils nur in der konkreten gesellschaftlichen Praxis bestimmen.

### 1.1.2 Medienwandel: Kommerzialisierung & Globalisierung

Bis Mitte der 1980er Jahre gab es in den meisten europäischen Ländern eine öffentlich-rechtliche Fernsehanstalt, deren Informations- und Bildungsprogramme vor allem nationalstaatlich ausgerichtet waren. In der Schweiz wurde diese Orientierung an der dominanten nationalen „Leitkultur“ mit dem Begriff „Helvetisierung“ bezeichnet. In technischer Hinsicht ermöglichten seit Mitte der 1970er Jahre zuerst die Verbreitung von Kabelnetzen und später des Satellitenfernsehens zusätzlich zur SRG den Empfang von ausländischen Fernsehprogrammen. Seit Mitte der 1990er Jahre hat speziell das Aufkommen des Internets dazu geführt, dass Medienangebote nicht mehr nur national empfangbar, sondern global zugänglich geworden sind. Darüber hinaus hat sich zusammen mit der sich verstärkenden Ökonomisierung nach James Lull (2002) eine *international verbreitete Superkultur* amerikanischer Prägung entwickelt, wie dies etwa in den Sendern MTV und CNN oder in Serien wie Dallas, Baywatch oder Sex and the City zum Ausdruck kommt. – Den Jugendlichen von heute stehen somit im Fernsbereich zum einen national-kulturell geprägte öffentlich-rechtliche wie private Anbieter und Programme, zum anderen Inhalte zur Verfügung, welche Werte und Normen, aber auch Lebensstile einer global geprägten (Jugend-) Kultur zum Ausdruck bringen (Lemish u.a. 1998). Und speziell für die in der Schweiz lebenden Heranwachsenden mit Migrationshintergrund ist die Situation noch komplizierter, weil sie selbst in der Schweiz Medien und Inhalte in der Sprache ihrer Herkunftskultur empfangen, kaufen und nutzen können.

In welcher Beziehung stehen nun diese in- und ausländischen Fernsehprogramme und die übrigen Medienangebote zur kulturellen Identität ihrer Nutzer in einem engeren und zur gesellschaftlichen Integration in einem weiteren Sinn?

### 1.1.3 Medien und Migration

Obwohl in den letzten Jahren im Zusammenhang mit der Integrationsproblematik der Ausländer in der Schweiz die Funktionen und Leistungen der Medien immer wieder angesprochen wurden, ist nach wie vor sehr wenig Information zur Nutzung und zu den Funktionen der Medien für dieses Bevölkerungssegment vorhanden (Becker 2002). Ein Hauptgrund liegt sicher darin, dass dieses Segment in der Zuschauerforschung wegen mangelnder Erreichbarkeit bis jetzt praktisch nicht erfasst worden ist. Immerhin werden von Zeit zu Zeit Sonderstudien durchgeführt (z.B. ARD/ZDF-Medienkommission 2007).

Gleichzeitig gibt es in der *Kommunikationswissenschaft* einen *kontrovers* geführten theoretischen Diskurs über die potentiell integrative Funktion der Medien, wobei sich idealtypisch folgende konträre Positionen einander gegenüberstehen (Hummel 1996; Wilke 1996; Schulz 1999; Jarren 2000):

Aus einer *medienzentrierten Perspektive* wird argumentiert: Medien vermitteln aktuelle Informationen und politische Orientierung und würden so zur Sozialisation und Integration beitragen, etwa durch Herstellung einer geteilten Agenda der gesellschaftlich und politisch wichtigen Themen und Probleme. Dadurch ermöglichen sie die Meinungsbildung. Weiter leisten sie einen Beitrag zum Zusammenhalt der Gesellschaft, etwa durch die Kultivierung gemeinsamer Realitätsvorstellungen. Auf die Migrationsthematik übertragen wird postuliert, dass Personen mit Migrationshintergrund sich besser integrieren, wenn sie die Programme der nationalen TV-Anbieter im Gastland denjenigen ihres Herkunftslandes vorziehen (Carøe Christiansen 2004: 186).

**Abb. 3: Unterschiedliche Thesen zur Integration durch Medien**

<b>Integration durch Medien</b>	<b>Desintegration durch Medien</b>
<b>Homogenität und Assimilation</b>	<b>Pluralismus und Multikulturalismus</b>
Agenda-Setting Funktion der Medien führt zu gemeinsamem Themenuniversum als Basis für die Bildung von konsentierter öffentlicher Meinung.	Pluralistische und tendenziell entpolitisierte Medienangebote, zusammen mit individualisierter Nutzung haben fragmentierte Teilöffentlichkeiten zur Folge.
Kultivierungsprozess: Homogene Fernsehrealität im Aufnahmeland kultiviert ähnliche Wirklichkeitsvorstellungen bei den Vielsehern des Aufnahmelandes.	Orientierung der Zuschauer mit Migrationshintergrund an Herkunftskultur (Medienghetto) verhindert Integration in die Kultur des Aufnahmelandes.
Quelle: eigene Darstellung.	

Aus einer *rezipientenorientierten Perspektive* wird gerade entgegengesetzt argumentiert, nämlich dass das über Kabel und Satellit empfangbare oder via Videokassetten zugängliche Medienmenu eine immer stärker individualisierte Nutzung zulässt. Mitglieder fremder Kulturen können so auch in der Schweiz ihrer Herkunftskultur verhaftet bleiben. Im Sinne einer Trendverstärkerhypothese kann so das Fernsehen durchaus dazu beitragen, dass die Ausländer in der Schweiz sich kaum integrieren, die Medien also tendenziell desintegrierend wirken. – Allerdings wird aus einer *transnationalen Perspektive* (Carøe Christiansen 2004: 187ff.) vermittelnd argumentiert, dass die anhaltende Nutzung von Fernsehnachrichten aus dem Heimatland als transnationale soziale Praxis betrachtet werden kann, welche qualitativ wertvolle kulturelle Bezüge zwischen dem Herkunftsland und dem Gastland ermöglicht, die nicht unbedingt nur als Ghettobildung oder Rückzug in die Isolation interpretiert werden müssen.

*Fazit:* Die Medien spielen besonders im Alltag von heutigen Kindern und Jugendlichen eine wichtige Rolle und üben eine entscheidende Funktion aus bei der Herausbildung der kulturellen Identität der Heranwachsenden. Als Fenster zur Welt ermöglichen vor allem die audiovisuellen Medien TV, Film und Musik über das Elterhaus hinaus den Kontakt zur neuen Kultur ebenso wie Bindungen an die Herkunftskultur, aber auch die Auseinandersetzung mit global verfügbaren kosmopolitischen Jugendkulturphänomenen.

## 1.2 Identität und Medien: Mikro-Perspektiven

In theoretische Hinsicht soll in einem weiteren Schritt etwas genauer auf zwei *theoretische Basiskonzepte* eingegangen werden, die unserer Untersuchung zu Grunde liegen. Zum einen handelt es sich um das Konzept der „Identität“ und zum anderen um die Medienfunktionen im Prozess der Identitätsentwicklung. Diese allgemeinen Erörterungen sollen schließlich in einem dritten Schritt speziell auf Jugendliche mit einem Migrationshintergrund hin vertieft werden.

### 1.2.1 Identität

Das Bedürfnis, eine eigene *personale Identität* auszubilden, ist typisch für die Jugendphase als Übergang zwischen Kindheit und Erwachsensein (vgl. Erikson 1966). Das Konzept hat nach Hurrelmann (2004: 61) zwei miteinander verknüpfte und Seiten, die auch in einem Spannungsverhältnis zueinander stehen: a) Die Komponente der *persönlichen Identität* bezeichnet spezifisch die „Kontinuität und Konsistenz des Selbsterlebens im Verlauf wechselnder lebensgeschichtlicher und biographischer Umstände“. b) Die Komponente der *sozialen Identität* bezieht sich darüber hinaus auf die sozialen Handlungsfelder als Umfeld der Person und die darin als Ansprüche geltend gemachten Normen und Rollenerwartungen verschiedenster gesellschaftlicher Einrichtungen wie Familie, Schule, Kirche, Politik etc., mit denen sich die Heranwachsenden auseinandersetzen und in die sie sich integrieren müssen. Mit zunehmendem Alter stabilisiert sich dann die Identität und fokussiert sich auf bestimmte Bereiche wie die Berufsidentität; allerdings ist die Identitätsarbeit nie völlig abgeschlossen. Jugendliche brauchen, suchen und finden im Prozess ihrer Identitätsentwicklung Identifikationen mit Vorbildern. *Identifikationsprozesse* sind notwendig, um zu einer Vorstellung von eigener Identität zu gelangen. Das Ausprobieren und Austesten von Identitätsentwürfen geschieht dabei über direkte Interaktionen im Peerkontext sowie über den Vergleich mit anderen wie Eltern und Freunden, aber auch Medienvorbildern (vgl. Winter/Thomas/Hepp 2003; Mikos/Hoffmann/Winter 2007).

**Abb. 4: Klassische vs. neue Konzepte von Identität**

Erik Erikson / Lothar Krappmann	Antony Giddens / Ulrich Beck & Elisabeth Beck-Gernsheim / Heiner Keupp
<i>Stabile traditionale Gesellschaften:</i> Homogene nationaler Kultur, stabile soziale Verortung; Einbettung des Individuums in Religion, Nachbarschaft, Vereine	<i>Postmoderne Gesellschaften im Umbruch:</i> Differenzierung, Individualisierung, Pluralisierung. Mobilität, dynamischer Arbeitsmarkt, Bildungserfordernisse, Familienstrukturen etc.
<i>Normative Idee</i> des autonomen und selbst bestimmten Subjekts mit kohärenter Identität	<i>Dezentrierte Identitäten</i> als Bastel-Identität (Hitzler), Patchwork Identity (Keupp) oder Reflexive Identität (Beck)
<i>Identität:</i> Lebenslang gültiges Selbstkonzept mit Einheitlichkeit, Kohärenz, Stabilität, Kontinuität. <i>Endprodukt</i> eines psychischen Entwicklungsprozesses zum Erwachsensein, der in Phasen verläuft	<i>Identität</i> als aktiver and reflexiver <i>Prozess</i> der Interpretation und symbolischen Konstruktion. Identitätsarbeit als permanente Eigenleistung und Konstruktionsaufgabe im Lebensvollzug
<i>Homogen</i> über verschiedene Kontexte und Situationen	<i>Fragmentiert</i> , hybrid, kurzfristig, kontextualisiert, eigene Ingroup vs. die Anderen
<i>Basis der Identität:</i> Direkte autobiographische Erfahrungen, psychische Befindlichkeit, innere Werthaltungen, interpersonale Kommunikation	Erlebnisgesellschaft (Gerhard Schulze), ästhetische Stilisierung (Lebensstil), kulturelle Handlungen (Ausdruck), biographische Erzählungen (Kommunikation), Nutzung von Medien als symbolische Ressourcen
<i>Soziokultureller Rahmen:</i> Nationalstaat mit homogener Leitkultur, aber <i>lokalisiert</i> durch Familie, Peergruppen und lokale Netze (Vereine, Kirche etc.)	<i>Kulturelle Globalisierung</i> durch medialen Austausch von Symbolen und Identitätsschablonen (James Lull: Super Culture), aber auch lokalisiert (Glokalisierung)
<i>Ausländer &amp; Migranten:</i> Rückzug ins Ghetto und Ausgrenzung als „Fremde“ vs. Integration als Adaption an neue Gesellschaft mit „Leitkultur“ bis hin zur Überanpassung	<i>Migranten:</i> Multikulturalismus als kulturelle Melange und Hybridität, „In-between-Space“, Grenzüberschreitungen, kulturelle Übersetzungen, aber auch als „Zwischenallen-Stühlen-Sein“

In der klassischen Sozialisationstheorie wurde Identität vor allem *psychologisch als Ich-Identität* betrachtet. Es handelt sich um einen „spezifischen Zuwachs an Persönlichkeitsreife“ (Erikson 1966: 123), den das Individuum am Ende der

Adoleszenz auf dem Hintergrund seiner Kindheitserfahrungen herausbildet, um für die Aufgaben des Erwachsenenlebens gerüstet zu sein. Das Konzept der Identität drückt dabei ein dauerhaftes *inneres Sich-Selbst-Gleichsein* aus, wobei aber gleichzeitig in soziokultureller Hinsicht auch die Teilhabe an bestimmten „gruppenspezifischen Charakterzügen“ und kulturellen Traditionen mit gemeint ist. Grundsätzlich erscheinen aber Gesellschaft und Kultur als homogene und stabile Kontexte für den Sozialisationsprozess als Hineinwachsen in die Gesellschaft und die Herausbildung einer stabilen Identität.

Im *psychoanalytisch geprägten Phasenmodell von Erik Erikson* ist die Adoleszenz die letzte und abschließende Phase der Kindheit. Sie kann als psychosoziales Moratorium nur erfolgreich abgeschlossen werden, wenn der Heranwachsende seine in der Kindheit gemachten Erfahrungen und Identifikationen im Rahmen und Prozess eines freien Rollen-Experimentierens umgruppiert und neu geordnet hat. Als Folge gewinnt der junge Erwachsene das „sichere Gefühl innerer und sozialer Kontinuität“. Die Identität durchläuft im Verlauf ihrer Entwicklung mehrere Krisenphasen, die als *Entwicklungsaufgaben* bewältigt werden müssen und auch einen jeweils gegensätzlichen Ausgang haben können. Die jeweils positive Bewältigung einer Krise ist eine wesentliche Voraussetzung für die Stabilisierung und Sicherung der Identität und ermöglicht dann die Auseinandersetzung mit der nächsten Aufgabe. Am Ende der Adoleszenz entsteht somit als Endprodukt eine endgültige, kohärente und stabile Ich-Identität im Sinne eines mehr oder weniger lebenslang gültigen Selbstkonzepts. Es sichert die geglückte Integration in eine bestimmte Gesellschaft. Die Basis dieser personalen Ich-Identität bilden die persönlichen Erfahrungen und Identifikationen mit einzelnen wichtigen Beziehungspersonen.

Für die vorliegende Studie ist speziell die *Phase V der Jugendzeit* relevant (Erikson 1966: 106ff.), in der die 13-18jährigen in Auseinandersetzung mit den Peergruppen und gesellschaftlichen Vorbildern sich mit Lebensfragen beschäftigen wie: Wer bin ich bzw. bin ich nicht? Zu wem gehöre ich? Die Gefahr dieses Stadiums ist die Identitätsdiffusion. – Medien spielen speziell in dieser Phase eine wichtige Rolle, weil sie viele Beispiele und Vorlagen im Sinne von positiv bewerteten Vorbildern liefern.

Diese psychologische Konzeption der Ich-Identität wurde durch Krappmann (1971) in soziologischer Hinsicht kritisiert und auf der Basis der *symbolinteraktionistischen Handlungstheorie* von George Herbert Mead weiterentwickelt. Er versteht Identität weniger als stabiles und inhaltlich bestimmtes Gefühl der Übereinstimmung mit sich selbst und der umgebenden sozialen Gemeinschaft wie Erik Erikson, sondern mehr als *formale Handlungskompetenz*: Identität ist die im Sozialisationsprozess erworbene Fähigkeit, sich mit unterschiedlichen Erwartungen und Rollenanforderungen auseinanderzusetzen, auch wenn diese

u.U. mehr oder weniger stark divergieren. Dabei spielen Fähigkeiten wie die Einnahme von Rollendistanz, Empathie und Rollenübernahme, aber auch die Ambiguitätstoleranz eine wichtige Rolle.

Damit ist der Weg freigemacht für sog. *postmoderne Identitätskonzeptionen* etwa von Antony Giddens (1994), Ulrich Beck und Elisabeth Beck-Gernsheim (1994) oder Heiner Keupp (1999). Sie alle betonen den tiefgreifenden Strukturwandel, den moderne westliche Gesellschaften in den letzten Jahrzehnten durchgemacht haben: gestiegene Mobilität, Dynamik von Berufsbildern und Arbeitsmarkt, wachsende Bildungsabhängigkeit, veränderte Geschlechterverhältnisse und Familienstrukturen und Enttraditionalisierung. Diese Entwicklungen haben zu einer starken *Pluralisierung der Lebenslagen* und *Individualisierung der Werthaltungen* geführt, welche die Auflösung traditionsbestimmter und kulturell vordefinierter Identitätsmuster begünstigten.

Als Folge muss Identität immer mehr als *bewusste und reflexive Wahl* zwischen einer Vielzahl von Möglichkeiten verstanden werden: Identität als permanente flexible Eigenleistung und Konstruktionsaufgabe sowie Identitätsarbeit als riskante Chance. Angesichts der pluralisierten und widersprüchlichen Alltagswelt macht das Leitbild einer kohärenten und stabilen Identität darum nur noch einen begrenzten Sinn. Als Bilder und Metaphern werden nun von den postmodernen Soziologen Begriffe wie „reflexive Identität“, „Bastelidentität“ oder „Patchwork-Identität“ bemüht.

Gemeinsam ist diesen Konzepten, dass sowohl aus dem fragmentierten Erfahrungsbereich als auch aus den Medienangeboten einzelne Sinnangebote, symbolische Äußerungsformen, ästhetische Stilelemente und Verhaltensmuster heraus gebrochen und zu neuen hybriden Formen verknüpft werden. Betont wird dabei im Extremfall, dass das Individuum sich nicht mehr auf eine Identität festlege, sondern gerade jede Festlegung vermeide und ein ständiges Spiel mit wechselnden Selbstentwürfen und Identitäten betreibe. – Zur *Multiplizität* von Identität als Verknüpfung von vielfältigen Elementen kommen somit *Prozesshaftigkeit* und *Flexibilität* hinzu, indem Identität im konkreten Handlungsvollzug in unterschiedlichsten Alltagssituationen als je angepasste *Selbstdarstellung* ständig neu inszeniert werden muss.

Ein wichtiger Einflussfaktor bei der Veränderung ja Auflösung von traditionellen bestimmten und national geprägten Identitäten waren ohne Zweifel die *grenzüberschreitenden Migrationsbewegungen*. Gerade für Heranwachsende mit Migrationshintergrund gilt besonders ausgeprägt, dass sie sowohl mit der Herkunftskultur als auch mit der Kultur des Aufnahmelandes in Berührung kommen. Sie leben quasi in einem *Raum des Dazwischen*, indem es ständig gilt, zwischen der traditionellen Kultur zu Hause in der Familie und der Mehrheitskultur des Ausnahmelandes im Peerkontext zu wechseln und zu vermitteln.

Darüber hinaus findet im Zeitalter der globaler Medien und Kulturindustrien eine weltweite Verbreitung und Vermarktung von Symbolen, Ideen und Lebensstilen statt, indem auch für den Prozess der Identitätsbildung weltweit vorhandene Stilmuster und Identifikationsangebote bereitgestellt werden. Sowohl Schweizer als auch ausländische Jugendliche mit Migrationshintergrund können solche Medienangebote nutzen und sich beispielsweise gemeinsam als „Hip-Hop“-Fans definieren und verstehen.

### 1.2.2 Medien im Prozess der Identitätsentwicklung

Medien nehmen heute einen großen Stellenwert in den Prozessen der Identitätsentwicklung ein. Da der Umgang mit Medien zu einem integralen Bestandteil des Alltagslebens der Kinder und Jugendlichen geworden sind, konstituieren ihre Inhalte im Rezeptionsprozess einen medialisierten *Erfahrungsraum* und fungieren als *Orientierungsquelle*. Medien tun dies nach Krotz (2003: 41), indem sie Inhalte anbieten, die als *Attribute* für die Konstitution von Identitäten (1) verwendet werden können, etwa durch an Gruppen gebundene Lebensstile und die diese charakterisierenden Accessoires. Medien können zudem Beziehungen zu *Medienfiguren* und deren Werthaltungen sowie Handlungsweisen vermitteln (2), die als *Vorbilder* dienen können. Gerade die neuen interaktiven Medien wie das Internet gestatten aber nicht nur die oben erwähnte mehr oder weniger passive Nutzung, die parasoziale Interaktion und die Identifikation mit Medienidolen, sondern sie ermöglichen darüber hinaus, aktiv die eigene *Identität öffentlich zu präsentieren* (3), beispielsweise auf einer eigenen Homepage oder auf sog. Dating-Sites; gegebenenfalls können neue *Identitätsentwürfe sogar aktiv ausprobiert werden*, etwa in Casting-Shows im Fernsehen oder anonym und verbal in Form von Selbstinszenierungen in sog. Chat-Rooms oder interaktiv-virtuell im Rahmen von Rollenspielen bei den sog. MUDs (Turkle 1996; Vogelgesang 1999; Götzenbrucker 1999).

Mittels interaktiver Kommunikationsmedien können so eigenständige rolenbasierte Erfahrungen gemacht werden, und zwar auch solche, die sich nur über Medien realisieren lassen. Laut Döring (1997) regen solche sozialen Erfahrungen, die im virtuellen Umfeld gemacht werden, die Selbstreflexion an, haben eine selbstwertsteigernde Wirkung und können zudem auf das reale Leben übertragen werden. Einer solch positiven Bewertung stellen allerdings auch kritischere Einschätzungen unter Verweis auf die häufig nur *eskapistische Nutzung* der Online-Kommunikation gegenüber.

Eine notwendige Voraussetzung dafür sind jedoch entsprechende *identitätsrelevante Medienangebote*, und zwar sowohl in *dokumentarischer* als auch in *fiktionaler* Form.

**Abb. 5: Funktionen der Medien bei der Identitätskonstruktion**

Produktion von Medienangeboten und Medieninhalten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medien als <i>Trendscouts</i>: Interpretation und Framing von kulturellen Lifestyle-Phänomenen wie „Generation Golf“ etc.</li> <li>- Medien als <i>Trendsetter</i>: Fabrikation und Vermarktung von Lebensstilen und kulturellen Identitäten, z.B. in der Soap „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“</li> <li>- Medien bieten jugendkulturelle <i>Experimentierräume</i> an: Traumhochzeit, Dating-Shows, Big Brother, Casting- Shows etc.</li> </ul>
Tendenzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Glokalisierung</i>: Globalisierungsprozesse → standardisierte Super Culture vs. lokale Adaption wie z.B. bei „Züri-Date“</li> </ul>
Nutzung von Medien und Medieninhalten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Selektive Mediennutzung</li> <li>- Schweizer Medien vs. Medien aus dem Herkunftsland</li> <li>- Lokale vs. internationale Kulturen</li> <li>- Homogene vs. polymorphe kulturelle Symbole</li> </ul>
Rezeptionsprozess und Produktionsprozess	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medieninhalte als Erfahrungsraum und Orientierungsquelle: Medienframes → Rezipientenframes</li> <li>- Parasoziale Interaktion mit Medienfiguren als Basis für persönliche Orientierung und Identifikation sowie sozialen Vergleich</li> <li>- Artikulation, Konstruktion, Ausprobieren von Identität in interaktiven Medien wie dem Internet: Homepages, Dating-Sites, Chats, MUDs, MMORPGs</li> </ul>
Wirkungen: Chancen vs. Risiken	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Cultural Studies</i>: Individuelle Rezeption als bevorzugte, aushandelnde und oppositionelle Lesart von Medientexten</li> <li>- <i>Kultivierungsprozesse</i>: Homogenisierende Prägung von verzerrter Wahrnehmung der sozialen Realität</li> </ul>

In der traditionellen Form berichten Printmedien, aber auch das Fernsehen über neue jugendkulturelle Phänomene, Lifestyles, Jugendszenen und Lebensentwürfe wie bspw. die „Generation Golf“ oder die „e-Generation“, wobei durch die Berichterstattung selbst wiederum solche Trends überhaupt erst in einer breiteren Öffentlichkeit bekannt werden und als Moden Verbreitung finden. Medien funktionieren auf dieser ersten Stufe als sog. Trendscouts, zugleich aber auch als Trendsetter. Dies geschieht aber nicht nur in dokumentarischer Form als Be-

richterstattung über Jugendszenen, Lebensstile oder kulturelle Identitäten, sondern auch in Unterhaltungssendungen des Fernsehens wie bspw. der Soap Opera „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“, wo die jungen Darsteller unterschiedliche Muster personaler und sozialer Identitäten verkörpern (Götz 2003).

Die Entwicklung des *Privatfernsehens* hat in den letzten Jahren zudem eine Flut neuer sog. *Reality-Formate* erzeugt, in denen nicht mehr professionelle Schauspieler aufgrund von Drehbüchern agieren, sondern junge Leute als Laien in medial umrissenen Experimentierräumen sich selbst präsentieren, und zwar mehr oder weniger authentisch. Es handelt sich um Sendungen wie *Big Brother* oder vergleichbare Camps, aber auch um *Dating- bzw. Casting-Shows* wie *Deutschland sucht den Super Star* und ähnliche Formate in immer wieder neuen Variationen. In der Medienöffentlichkeit wird dazu kritisch diskutiert, inwiefern solche medialen Inszenierungen mit der lebensweltlichen Realität von jungen Menschen noch zu tun haben. Aber unabhängig von der Authentizität solcher Selbstdarstellung: Viele dieser neuen Angebote haben Erfolg, und die vermeintliche Realitätsnähe, zusammen mit der öffentlichen Bekanntheit der jeweiligen Akteure, macht diese zu mehr oder weniger attraktiven symbolischen Modellen für eigene Identitätsentwürfe.

Während beim Fernsehen die meisten Heranwachsenden in der passiven Rolle des mehr oder weniger beteiligten Zuschauers verharren müssen, erlaubt das *Internet* seinen jugendlichen Nutzern, sich selbst produktiv einzubringen und sich mittels eigener Identitätsentwürfe auf der *eigenen Homepage* oder auf *Dating-Sites* darzustellen. Darüber hinaus besteht sogar die Möglichkeit, Identitätsfacetten anonym in Chats oder MUDs auszuprobieren.

Angesichts der noch dürftigen Forschungslage in diesem Bereich ist es nicht weiter erstaunlich, dass die neuen TV-Formate, aber auch die neuen Möglichkeiten des Internets kontrovers diskutiert werden. Zum einen werden die *produktiven Chancen* für die Identitätskonstruktion hervorgehoben, etwa im Zusammenhang mit dem spielerischen Ausprobieren neuer Facetten der eigenen Identität im Internet, zum anderen werden aber auch die u.U. wenig hilfreichen, ja gar verzerrten Selbstbilder kritisiert, welche durchaus erfolgreiche Protagonisten in Daily Soaps oder in Reality-Formaten verkörpern (vgl. Götz 2003; Themenheft merz 2004). – Welche Rolle aber fiktionale Medienfiguren oder Alltagsprotagonisten in Reality-Formaten im Hinblick auf die Entwicklung von personalen und soziokulturellen Identitäten spielen, bleibt bislang ein weitgehend unerforschtes Feld. Insbesondere bleibt unklar, ob der Beitrag der Medien eher als *Chance* in Richtung von mehr Vielfalt und aktiver Selbstaneignung oder eher als *Risiko* im Sinne eines verstärkten Konformitätsdrucks, von verzerrten Selbst- und Weltbildern oder der gesteigerten Verunsicherung oder gar Auflösung von Identitätsgrenzen bewertet werden muss.

*Empirische Studien* zeigen allerdings einschränkend, dass aus der Perspektive der Kommunikationswissenschaft die identitätsprägende Kraft der Medien nicht überschätzt werden sollte (Hoffmann 2004: 10). So gaben beispielsweise in der Shell-Jugendstudie 2000 nur 29% an, ein Vorbild zu haben (zit. in Wegener 2004: 20). Und in *Jugendmedien-Studien* identifizieren sich meist nur umfangmäßig kleine Gruppen mit den in der Medienberichterstattung stark portraitierten Jugend-Szenen. Aber auch nach neueren Kindermedienstudien (Paus-Hasebrink u.a. 2003) haben die befragten Kinder meist Schwierigkeiten, sich auf eine Lieblingsmedienfigur festzulegen. Die Präferenzen verteilen sich nicht nur auf wenige, sondern auf ein breites Spektrum an Nennungen. Gewisse Medienfiguren „Rambo“ oder „Harry Potter“ sind zwar mittlerweile global bekannt, scheinen aber doch nur für eng begrenzte Fangruppen von prägender Bedeutung zu sein.

Auf der theoretischen Ebene liefern der Cultural Studies Ansatz (Fiske 1999) einerseits und die Kultivierungsanalyse von George Gerbner (2000) andererseits unterschiedliche Antworten auf die Frage nach den Funktionen und Wirkungen der Medien für die Herausbildung von Weltansichten und kultureller Identität.

### **Kultivierungsanalyse**

Die Kultivierungstheorie (Gerbner 2000) basiert auf längerfristig angelegten systematischen Analysen vor allem der Unterhaltungsprogramme des amerikanischen Fernsehens, die belegen, dass bestimmte Themen wie Gewalt, Frauenrollen und Familienbilder, aber auch Protagonisten und Werthaltungen im Vergleich zu sog. „Real-World“-Indikatoren homogen und konsistent abweichend dargestellt werden. Unter Bezugnahme auf diese stereotype symbolische Welt und zusammen mit der universellen Verbreitung, wenig selektiven Programmwahl und der hohen Nutzungsdauer wird als Kultivierungseffekt postuliert, dass das Fernsehen als sog. *Mainstream-Effekt* zu einer Homogenisierung der sozialen Realität führe. Die Vielfalt der Weltansichten bei Wenigsehern kontrastiert so zur angeglichenen Mehrheitsansicht der Vielseher. Auf die Identitätsproblematik übertragen bedeutet dies, dass Heranwachsende Fernsehnutzer, die von den TV-Protagonisten vertretenen kulturellen Identitäten und Lebensstile ähnlich wahrnehmen, aufnehmen und im eigenen Alltag imitieren.

### **Cultural Studies**

Gerade umgekehrt argumentieren die *Cultural Studies* (vgl. Fiske 1999; Ang 1999), der davon ausgeht, dass Medientexte prinzipiell „offen“ sind, d.h. von den Rezipienten aufgrund von Persönlichkeit, sozialer Lage und kultureller Herkunft je unterschiedlich interpretiert werden können. Die jugendlichen Mediennutzer wählen somit aufgrund von Motivation und Bedürfnislage *aktiv* aus