

**Aus:**

MARGRETH LÜNENBORG, KATHARINA FRITSCHE,  
ANNIKA BACH

## **Migrantinnen in den Medien**

Darstellungen in der Presse und ihre Rezeption

Mai 2011, 178 Seiten, kart., zahlr. z.T. farb. Abb., 19,80 €, ISBN 978-3-8376-1730-6

Wie entwerfen Medien Bilder von Geschlecht und Ethnizität? Diese Frage konnte die Kommunikationswissenschaft bisher nur ungenügend beantworten. Männliche Migranten werden als bedrohlich für die Gesellschaft inszeniert, doch über die Medienbilder von Migrantinnen gibt es wenig Wissen.

Eine kritische Analyse der dominanten Berichterstattungsmuster zeigt, wie Medien-diskurse Migrantinnen zu Opfern machen oder ausschließen können. Dagegen liefern besonders Lokalpresse und Boulevardzeitungen (auch) vielfältige Entwürfe unter Ein-schluss lebensweltlicher Bezüge. Eingeleitet wird die Studie durch eine ausführliche Diskussion des Forschungsstands zu »Migrantinnen und Medien«.

**Margreth Lünenborg** (Univ-Prof. Dr. phil.), **Katharina Fritsche** (M.A.) und **Annika Bach** (M.A.) lehren und forschen am Institut für Publizistik- und Kommunikations-wissenschaft der Freien Universität Berlin.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

[www.transcript-verlag.de/tsr1730/tsr1730.php](http://www.transcript-verlag.de/tsr1730/tsr1730.php)

# **Inhalt**

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>Migration in der globalisierten Mediengesellschaft.....</b>                      | <b>11</b> |
| 1.1      | Doing gender – doing ethnicity:<br>Geschlecht und Ethnizität im Mediendiskurs ..... | 13        |
| 1.2      | Migration und Medien:<br>Ein wachsendes Forschungsfeld .....                        | 19        |
| 1.2.1    | Mediale Repräsentation von Migranten .....  | 22        |
| 1.2.2    | Medienrezeption von Migranten .....   | 25        |
| 1.2.3    | Migranten in der Medienproduktion .....   | 27        |
| 1.3      | Migrantinnen in den Medien .....  | 28        |
| 1.3.1    | Das Problem der Nicht-Wahrnehmung.....  | 31        |
| 1.3.2    | Das ‚Wie?‘ der Darstellung.....   | 32        |
| 1.3.3    | Der Diskurs um die muslimische Frau .....   | 35        |
| 1.3.4    | Fazit und Desiderata.....   | 40        |
| 1.4      | Aufbau der empirischen Studie.....  | 41        |
| <b>2</b> | <b>Migrantinnen in Tageszeitungen: Inhaltsanalyse.....</b>                          | <b>43</b> |
| 2.1      | Forschungsdesign .....  | 43        |
| 2.2      | Formale Dimensionen der Darstellung .....   | 48        |
| 2.2.1    | Vergleich der Analysezeiträume .....  | 49        |
| 2.2.2    | Genre und Umfang der Artikel .....  | 50        |
| 2.2.3    | Ressorts .....  | 52        |
| 2.2.4    | Journalistinnen und Journalisten mit<br>Migrationshintergrund .....                 | 54        |
| 2.3      | Inhaltliche Dimensionen der Darstellung .....                                       | 56        |
| 2.3.1    | Intensität .....  | 56        |
| 2.3.2    | Identifikation.....   | 59        |
| 2.3.3    | Relevanz.....   | 60        |
| 2.3.4    | Handlungsniveau .....   | 61        |
| 2.3.5    | Visuelle Darstellung.....   | 62        |
| 2.3.6    | Herkunftsländer .....   | 66        |
| 2.3.7    | Themenfelder .....  | 68        |

|                                  |  |            |
|----------------------------------|--|------------|
| 2.4                              | Typologie der medialen Darstellung.....  | 81         |
| 2.4.1                            | Das Opfer.....   | 87         |
| 2.4.2                            | Die Prominente .....   | 91         |
| 2.4.3                            | Die Nachbarin .....  | 95         |
| 2.4.4                            | Die Integrationsbedürftige.....  | 96         |
| 2.4.5                            | Die Erfolgreiche .....   | 98         |
| 2.4.6                            | Die Unerwünschte.....  | 100        |
| 2.5                              | Mediale Konstruktion von Geschlecht und Ethnizität....                                       | 101        |
| 2.6                              | Zwischenfazit: Stereotype und Varianz.....   | 104        |
| <b>3</b>                         | <b>Zur Bedeutung der Medienbilder: Rezeptionsanalyse .....</b>                               | <b>107</b> |
| 3.1                              | Forschungsdesign .....   | 107        |
| 3.2                              | Zusammensetzung der Fokusgruppen.....  | 110        |
| 3.3                              | Identität als Migrantin?.....  | 111        |
| 3.3.1                            | Selbstbezeichnungen: <i>Nicht ganz deutsch, nicht ganz türkisch, so was Gemischtes</i> ..... | 115        |
| 3.3.2                            | Zugehörigkeit: <i>Wo gehöre ich eigentlich richtig hin?</i> .....                            | 117        |
| 3.3.3                            | Fremdheit: <i>Du bist ja doch irgendwie Ausländer</i> .....                                  | 121        |
| 3.4                              | Medienbilder: <i>Irgendwelche Olgas, denen der Ausweis abgenommen wurde</i> .....            | 125        |
| 3.4.1                            | Kritik: <i>Dann hat jeder sofort ein Feindbild</i> .....                                     | 129        |
| 3.4.2                            | Mediengenres: <i>Nachrichten und so ein Scheiß</i> .....                                     | 134        |
| 3.5                              | Anforderungen an die Berichterstattung: <i>Zeigen, dass es auch miteinander geht</i> .....   | 136        |
| 3.6                              | Relevanz der Medienbilder .....  | 137        |
| 3.7                              | Zwischenfazit: Kritische Distanz und Sprachlosigkeit....                                     | 140        |
| <b>4</b>                         | <b>Fazit und gesellschaftspolitische Konsequenzen .....</b>                                  | <b>143</b> |
| <b>Literaturverzeichnis.....</b> |  | <b>151</b> |
| <b>Quellenverzeichnis.....</b>   |  | <b>161</b> |
| <b>Anhang.....</b>               |  | <b>167</b> |
| I.                               | Thesaurus.....   | 167        |
| II.                              | Kodierbuch.....  | 168        |
| III.                             | Leitfaden für die Gruppendiskussionen .....  | 173        |
| IV.                              | Fragebogen zur Mediennutzung .....   | 175        |

## **1 Migration in der globalisierten Mediengesellschaft**

Wie soll gesellschaftliches Zusammenleben in Deutschland im 21. Jahrhundert gestaltet werden? Wer lebt in Deutschland und wer ist Teil der deutschen Gesellschaft? Welche Rolle spielen Migrantinnen und Migranten? Das sind Fragen, mit denen sich die Politik eines der größten europäischen Einwanderungsländer beschäftigen muss. Dabei steht in den öffentlichen Debatten um Migrantinnen und Migranten in der Bundesrepublik deren angenommenes Integrationsdefizit meist im Vordergrund. Es werden die angeblich mangelhaften Deutschkenntnisse vieler Zugewanderter thematisiert, ihre schlechten Bildungsabschlüsse, Kriminalität, Frauenunterdrückung und die Bedrohung durch religiösen Fanatismus. Einwanderungspolitik wird so vor allem problemorientiert diskutiert und mit einer negativen Vorstellung von ‚dem Migranten‘ und ‚der Migrantin‘ bebildert. Mit den von den Medien inzwischen ikonografisch verwendeten Darstellungen von „Kopftuchmädchen“ (Sarrazin, zit. n. Berberich 2009) wird beispielsweise das Bild der fremden Muslimin evoziert und damit ein weibliches Stereotyp der Integrationsunwilligkeit gezeichnet, bei dem in der Verbindung von Geschlecht, Ethnizität und Religion prototypisch Fremdheit entsteht.

Journalismus hat in der modernen, hochgradig ausdifferenzierten Gesellschaft die Aufgabe, Öffentlichkeit herzustellen (vgl. Jarren/Donges 2006: 104). Mittels dieser Öffentlichkeit erst kann aus Gemeinschaften Gesellschaft als Ganzes entstehen. Indem Journalismus Wissen aus den Teilbereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Umwelt aufbereitet und zur Verfügung stellt, kann er die Teilhabe an einem öffentlichen Diskurs ermöglichen. Journalismus stellt somit seinem Publikum Informationen und Interpretationen über unterschiedliche Prozesse, Ereignisse und Konflikte zur Verfügung, die Voraussetzung sind, um als Gesellschaft zu agieren. Diese Integrationsfunktion ist eine zentrale Anforderung an die alltägliche journalistische Berichterstattung. Ob und in welcher Weise sie tatsächlich erbracht wird, ist eine Frage, die fortlaufend kritisch diskutiert wird und welche die vorliegende Studie beschäftigt.

Unter Bedingungen weltweiter Wanderungsbewegungen von Menschen und Kapital und – damit verbunden – notwendiger transkultureller Verständigung, sind die Anforderungen an Öffentlichkeit weitaus komplexer geworden. Es kann nicht mehr allein auf nationalstaatlicher

Ebene betrachtet werden, wie Journalismus innerhalb der Gesellschaft zwischen Teilbereichen vermittelt. Unter globalen Migrationsbedingungen bekommt die Integrationsfunktion von Journalismus neue Bedeutung. Denn durch journalistische Berichterstattung wird die heutige Gesellschaft – unter Bedingungen globaler Mobilität – fortlaufend neu beschrieben, definiert und hergestellt. Wie das Beispiel des in den Medien zur Ikone gewordenen ‚Kopftuchmädchen‘ zeigt: Zugehörigkeit zur deutschen Gesellschaft oder Ausschluss aus ihr, Inklusion und Exklusion – diese Zuweisung wird maßgeblich durch Mediendiskurse vorgenommen.

Wie diese Herausforderung im deutschen Journalismus bewältigt wird, das untersucht die vorliegende Studie, wozu sie die Verbindung von Weiblichkeit und Ethnizität in der aktuellen deutschen Medienberichterstattung in den Blick nimmt. Dabei wird folgenden Fragen nachgegangen: Wie werden Migrantinnen in den Medien dargestellt? Wie vielfältig sind ihre Lebensentwürfe, die in der medialen Berichterstattung sichtbar werden? Werden auch Probleme, denen Frauen mit Migrationshintergrund begegnen, in den Blick genommen? Gibt es Bezüge zum Alltag der Frauen? Finden sich Migrantinnen, die als Vorbilder fungieren? Bieten diese Medienbilder den Migrantinnen selbst Identifikationspotenziale? Wird hier eine Gesellschaft sichtbar, der sie sich zugehörig fühlen können und wollen?

Die Konzentration auf die Analyse der Berichterstattung über Migrantinnen macht analytisch den Vergleich zu den Medienbildern von Männern mit Migrationshintergrund möglich. Die Forschung konstatiert hier seit langem kritisch, dass der männliche Migrant als krimineller Ausländer im Fokus der Medienberichterstattung steht (vgl. u. a. Ruhrmann 2007). Die Migrantin blieb dahinter bislang unsichtbar, in der vorliegenden Studie rückt sie in den Mittelpunkt. Zugleich fragen wir nach der Relevanz der Medienbilder für Migrantinnen und Nicht-Migrantinnen: Wie werden die Mediendiskurse wahrgenommen? Welche Bedeutung hat die Medienberichterstattung für das Selbst- und Fremdbild von Migrantinnen? Diese Fragen deuten darauf hin, dass es nicht nur für die Migrantinnen, sondern auch für die deutsche Mehrheitsgesellschaft von Bedeutung ist, was und wie Medien über Frauen mit Migrationshintergrund berichten.

Im Folgenden wird zunächst die gesellschaftspolitische Relevanz der Fragestellung in einen theoretischen Rahmen eingeordnet. Dem folgt der aktuelle Forschungsstand zum Thema ‚Migrantinnen in den Medien‘. Dabei wird zunächst das Feld ‚Migration und Medien‘ umrissen, um darin die geschlechterspezifische Forschung einordnen zu können. Das empirische Vorgehen der Studie ist zweigeteilt. Im zweiten Kapitel steht die Inhaltsanalyse im Mittelpunkt, die die Berichterstattung in fünf deutschen Tageszeitungen untersucht. Die Befunde werden detailliert

und mit Bezug auf bisherige Wissensbestände vorgestellt. Im dritten Kapitel rückt die Rezeption der Medienangebote ins Zentrum der Analyse. Wir fragen nach der individuellen und kollektiven Relevanz, die Medienbilder von Migrantinnen für das Publikum entwickeln. Den Abschluss dieser Studie bilden eine Zusammenfassung der Ergebnisse und deren Reflexion im Forschungskontext Migration und Medien sowie die Formulierung gesellschaftspolitischer Handlungsempfehlungen.

Der vorliegende Band ist das Ergebnis eines Forschungsprojektes, das vom Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen<sup>1</sup> in den Jahren 2008 und 2009 gefördert wurde. Unter Leitung von Margreth Lünenborg hat Annika Bach den Forschungsstand zu „Migrantinnen in den Medien“<sup>2</sup> erarbeitet und Katharina Fritsche hat anschließend die empirischen Teile der Studie durchgeführt.<sup>3</sup>

## **1.1 Doing gender – doing ethnicity: Geschlecht und Ethnizität im Mediendiskurs**

In der Geschlechterforschung besteht Konsens darüber, dass die Zuordnung von Menschen zu einem Geschlecht nach bestimmten (vor allem körperlichen) Merkmalen ein zentraler Mechanismus sozialer Platzierung innerhalb der Gesellschaft ist (vgl. Knapp/Wetterer 2001; Becker/Schmidt 1987; vgl. auch Knapp 2001: 18). Weniger das biologische Geschlecht als vielmehr die sozial-kulturellen Geschlechterverhältnisse prägen und strukturieren unser Zusammenleben. Sie dienen dazu, Unterschiede festzuschreiben und Hierarchien aufzubauen. Geschlecht ist damit kein essentielles Merkmal eines Mannes oder einer Frau, sondern eine gesellschaftliche Zuweisung, die im täglichen Handeln hergestellt und bestätigt werden muss. Diese Geschlechterrolle wird sowohl von außen zugeschrieben als auch subjektiv gelebt und kann folglich als ein komplexes Konstrukt gelten, welches sich aus sozialen Praktiken, kulturellen Zuschreibungen und subjektivem Handeln konstituiert (vgl. Dorer/Geiger 2002: 49). Dorer und Geiger formulieren, dass „wir Geschlecht

---

<sup>1</sup> Jetzt Ministerium für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter des Landes Nordrhein-Westfalen.

<sup>2</sup> Diese Studie wurde um einen internationalen Ausblick erweitert unter dem Titel „Migrantinnen in den Medien – Eine systematische Literaturanalyse“ vom MGFFI herausgegeben und ist als .pdf abrufbar unter <http://www.polsoz.fu-berlin.de/kommwiss/institut/journalistik/forschung/migrantinnen.html#teil1>; 28.11.2010.

<sup>3</sup> Besonderer Dank gilt Tobias Rauscher, dem studentischen Mitarbeiter des Projekts. Außerdem haben Lisa Konrad, Anna Weinreich, Saskia Sell, Stefan „Sinni“ Flecke, Philipp Haaser und Fabio Correa den Forschungsprozess sowie die Fertigstellung dieses Bandes tatkräftig unterstützt.

vor allem *tun* und *ausüben*“ (ebd., Herv. i. O.). Damit wählen die Autorinnen eine Beschreibung, die in der englischsprachigen Literatur mit *doing gender* ausgedrückt wird. Dies wird von Klaus präzisiert: „In all unseren Lebensäußerungen greifen wir auf die Genderkategorie zurück, produzieren und reproduzieren sie, genau wie auch gesellschaftliche Institutionen auf dieser als natürlich und selbstverständlich angenommenen Grundlage funktionieren.“ (2002: 22) Hagemann-White betont mit *doing gender* besonders die Eingebundenheit des Geschlechts in das soziale Umfeld, wenn sie schreibt: Geschlechtsgebundenheit ist „ein interaktiver Vorgang, worin wir ganz unabdingbar auf die Mitwirkung unserer Gegenüber und so auf die mit ihnen geteilte unbewusste Alltags-theorie des Geschlechts in unserer Kultur angewiesen sind“ (1993: 70).

Die Praxis des *doing gender* ermöglicht im historischen und gesellschaftlichen Wandel, dass die Möglichkeiten und Grenzen, als Mann und als Frau zu leben, stets neu ausgehandelt werden. Legitime Entwürfe von Männlichkeit und Weiblichkeit werden nach Kultur, sozialem Milieu oder gesellschaftlichen Anforderungen immer wieder neu definiert und – maßgeblich durch Mediendiskurse – öffentlich verhandelt.

Das Konzept der Ethnizität (*ethnicity*), welches in US-amerikanischen Auseinandersetzungen zum Verstehen und Erklären gesellschaftlicher Unterschiede und Hierarchien qua ethnischer Herkunft entwickelt worden ist, wird ebenso konstruktivistisch gedacht (vgl. Knapp 2008: 144). Im Vergleich zur ‚Rasse‘, die – besonders im deutschen Sprachraum – als essentialistische Kategorie verstanden wird, fasst Ethnizität Dimensionen der Identitätskonstruktion (vgl. Knapp 2009: 225). Ähnlich wie beim Geschlecht wird auch hier vom *doing ethnicity* (vgl. Krüger-Potratz 2007: 452; Lutz 2008) gesprochen, womit sichtbar wird, dass auch ethnische Zugehörigkeit keine essenzielle Differenz markiert, sondern dass die historisch-politischen und kulturellen Lebensumstände eines Menschen seine ethnische Identität prägen. Ethnizität ist nicht naturgegeben und unveränderlich, vielmehr wird sie als „ein immer wieder neu verhandelbares (Zwischen)-Ergebnis von Prozessen der Fremd- und Selbstzuschreibung“ (Krüger-Potratz 2007: 452) gesehen. Der Begriff Ethnizität macht folglich die Situiertheit des Subjekts in einem politischen und kulturellen Rahmen stark, ohne sich an explizit nationalstaatliche Grenzen zu halten und betont (wie der Begriff Gender) die identitätsprägenden Komponenten. Lutz beschreibt die Kategorie außerdem als ein potentielles System der Rangordnung: „*Doing Ethnicity* ist als relationale Kategorie ebenfalls hierarchisch strukturiert und habitualisiert.“ (2008: 40, Herv. i. O.) In dieser Theoretisierung werden die Kategorien Gender und Ethnizität in ihrer identitätsstiftenden Konstruktion miteinander vergleichbar: Gender bezieht sich auf die soziokulturellen Deutungen von Geschlecht, Ethnizität bezeichnet Sinngebungen, die aus einem kulturellen, sprachlichen und historischen

Rahmen erwachsen können. Beide sind subjektabhängige Wirklichkeitskonstruktionen, die sich in einem spezifischen Kontext entfalten und wirksam werden. Da es sich um fluide Kategorien handelt, bietet ihre Interpretation immer auch Anlass für Konflikt (vgl. ebd.). Sie beschreiben Dimensionen des individuellen wie kollektiven Handelns, mit denen Zugehörigkeit und/oder Ausgeschlossenheit einhergehen. Ethnizität dient damit ebenso wie Geschlecht in der deutschen Gesellschaft als sozialer Platzanweiser, mit dem hierarchischer Status und symbolische wie materielle Ressourcen verbunden sind.

Wir gehen in der Analyse der medialen Repräsentation von Migrantinnen deshalb davon aus, dass die Konstruktion von Geschlecht und Ethnizität gleichermaßen kulturell basiert ist. Geschlecht und Ethnizität prägen unser Tun aktiv und passiv, indem Abgrenzung oder Einschluss entlang dieser Kategorien vorgenommen werden. Migrantinnen und Migranten werden oft aufgrund ihres Namens, ihres Aussehens, ihrer Religion, ihrer Kultur oder ihrer Sprache als anders gekennzeichnet, was nicht an den Besitz einer bestimmten Staatsbürgerschaft gebunden ist. Dies geschieht aus einer weißen Position der Norm heraus. Bezeichnet wird das Fremde, Andere in Abgrenzung zum Eigenen der Mehrheitsgesellschaft (vgl. Lorey 2006: 62f.). Geschlecht wie Ethnizität sind Dimensionen gesellschaftlicher Zuordnung, mit denen stets hierarchische Strukturierung und damit auch Formen von Unterdrückung verbunden sind. Beide haben eine zentrale Bedeutung im Rahmen individueller wie kollektiver Identitätsbildung. Menschen werden als weiße Frau, als orientalischer Mann, als türkisches Mädchen oder als afrikanischer Junge gesehen. Auf diese Beschreibungen und deren implizite Wertungen und Positionierungen wird immer wieder zurückgegriffen – sie werden bestätigt, zurückgewiesen oder neu interpretiert. Die weiße und männliche Norm bleibt dabei jedoch oft unmarkiert und ungenannt, das Andere wird hervorgehoben und zur Beschreibung von Personen oder Gruppen verwendet. Bei der Analyse von Geschlecht geht es um die Einschreibungen von Weiblichkeit und Männlichkeit in Mediendarstellungen. Die Analyse von Ethnizität umfasst die Auseinandersetzung mit dem Eigenen ebenso wie mit dem Fremden. Nur in der Analyse der eingeschriebenen Formen von Normalität lassen sich Markierungen des Anderen erkennen. Die hier vorliegende Analyse der medialen Repräsentation von Migrantinnen identifiziert Formen der Besonderung – als Frau und als Fremde. Diese Markierungen lassen zugleich Bilder des ‚Normalen‘, Unmarkierten entstehen. Medien entwerfen damit Bilder des Deutschseins durch die Repräsentation des Fremden.

Für die empirische Analyse greifen wir auf den Begriff Migrationshintergrund zurück, der sich an die Definition des Statistischen Bundesamtes anlehnt. Im Jahr 2009 verzeichnet das Bundesamt 15,7 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund in der BRD, was einem Anteil

von 19,2 % an der Gesamtbevölkerung entspricht.<sup>4</sup> Davon sind etwas weniger als die Hälfte – gut 7,8 Millionen – Frauen mit Migrationshintergrund (vgl. Statistisches Bundesamt 2010: 36). Diese Zuweisung ist nicht unmittelbar an einen Passbesitz gebunden und bezeichnet mehr als nationalstaatliche Zugehörigkeit oder Ausgeschlossenheit. Zu den Menschen mit Migrationshintergrund zählen „alle nach 1949 auf das heutige Gebiet der Bundesrepublik Deutschland Zugewanderten, sowie alle in Deutschland geborenen Ausländer und alle in Deutschland als Deutsche Geborenen mit zumindest einem zugewanderten oder als Ausländer in Deutschland geborenen Elternteil“ (ebd.: 6). Es wird folglich davon ausgegangen, es entstehe durch eine solche Migration ein zusätzlicher Erfahrungshorizont, der auch an spätere Generationen weitergegeben würde. Wir benutzen damit einen Begriff, der sich inzwischen auch in die öffentlichen Diskussionen eingeschrieben hat. An den zuvor benutzten Bezeichnungen Gastarbeiter, Ausländerin oder Migrant kann ein sprachlicher Wandel nachvollzogen werden, zu Grunde liegende Stereotype sind damit jedoch keineswegs aus der Welt geschafft. Im medialen wie alltagssprachlichen Diskurs werden die amerikanische Professorin, die dänische Künstlerin und die polnische Spitzensportlerin kaum als Migrantinnen bezeichnet. Die türkische Mutter dagegen gilt im öffentlichen Diskurs als ihr Prototyp. Die Markierung als Migrantin verweist somit auf mehr als ethnische Differenz. Sie macht sichtbar, dass hier Geschlecht, Ethnizität und Klasse bzw. soziale Schicht sowie die Religionszugehörigkeit miteinander verwoben werden. Migration als gesellschaftliches Problemfeld wird dadurch auf ein spezifisches soziales Milieu reduziert.

Der Begriff der Intersektionalität hat in der Soziologie – hier insbesondere vertreten durch Klinger und Knapp (2005) – an Relevanz und Popularität gewonnen. Ursprünglich in der US-amerikanischen Debatte geprägt, bezeichnet Intersektionalität die Verwobenheit und das Zusammenwirken verschiedener Differenzkategorien sowie unterschiedlicher Dimensionen sozialer Ungleichheit und Herrschaft (vgl. Winker/Degele 2009). Es geht also um eine Analyse der Regeln, nach denen Hierarchie hergestellt wird. Wie wirken Geschlecht, Ethnizität und die dritte in diesem Feld relevante Kategorie ‚Klasse‘ bzw. soziale Herkunft als „Achsen der Differenz“ (vgl. Klinger/Knapp 2005) zusammen und legitimieren damit in der Gesellschaft ‚oben und unten‘ bzw. ‚drinnen und draußen‘? Das Konzept der Intersektionalität ist das „umfassende Programm einer integralen Analyse von Achsen strukturierter Ungleichheit und kultureller Differenz“ (Knapp 2008: 146).

---

<sup>4</sup> Diese Zahl wurde mit den Angaben zum „Migrationshintergrund im engeren Sinne“ (Statistisches Bundesamt 2010: 377f.) errechnet. Die Gesamtbevölkerung wird für das Jahr 2009 mit 81,9 Mio. angegeben (vgl. ebd.: 32).

Eine Übertragung dieses soziologischen Konzepts auf das Feld der Kommunikationswissenschaft erscheint ertragreich und erforderlich, um das Fortbestehen sozialer und kultureller Segregation zu verstehen. Ethnizität und Geschlecht als soziale und kulturelle Konstruktionen werden maßgeblich durch Mediendiskurse geschaffen, verhandelt und fortgeschrieben. Durch diese öffentlichen Zuschreibungen wird sozialer Status hergestellt, werden Zugehörigkeit und Ausgeschlossenheit bestimmt. Klinger und Knapp (2005) fragen in der Diskussion zur Intersektionalität nach den Regeln, mit denen Hierarchie sowie soziale Inklusion oder Exklusion hergestellt werden. Daraus entstehen auch für die Kommunikationswissenschaft relevante Fragen: Welche Rolle spielen Migrantinnen in den Medieninhalten? Wie wird die Gruppe der in Deutschland lebenden Frauen mit Migrationshintergrund in ihrer Unterschiedlichkeit medial repräsentiert? Welche dominanten Bilder werden von dieser Gruppe medial konstruiert?

Die gesellschaftliche Bedeutung der medialen Repräsentation von Migrantinnen lässt sich mit dem von Klaus und Lünenborg (2004a) entwickelten Konzept von *cultural citizenship* beschreiben. *Cultural citizenship* benennt eine wesentliche Dimension von Staatsbürgerschaft in der Mediengesellschaft und verweist auf Medien als kulturelle Ressource, an der alle Gesellschaftsmitglieder teilhaben sollten. Medien werden als Motor und Akteur der Herstellung von Identität begriffen. Dabei umfasst eine solche Identitätsbildung sowohl individuelle, wie gruppenbezogene und gesellschaftliche Dimensionen. Mit und durch Medien werden somit maßgeblich Teilhabe an und Zugehörigkeit zur Gesellschaft hergestellt und verhandelt. In diesem Prozess spielt der Journalismus eine besonders wichtige Rolle, denn er liefert „in seiner Gesamtheit der zur Verfügung gestellten Interpretationsangebote [...] die zentrale Deutungsinstanz der modernen Gesellschaft“ (Lünenborg 2005a: 68). Punktiert formuliert: „Journalismus ist die populäre Instanz zur Beschreibung und Erklärung der Welt“ (ebd., Herv. i. O.). Journalistische Beiträge liefern spezifische Konstruktionen sozialer Wirklichkeit. Durch ihre Auswahl-, Repräsentations- und Darstellungsmuster erschaffen Nachrichten, Berichte, Kommentare oder Interviews spezifische Ausschnitte und Interpretationen gesellschaftlicher Wirklichkeit. Mit Blick auf die Berichterstattung über Migrantinnen heißt das, Journalismus produziert spezifische Images und Bilder von Frauen mit Migrationshintergrund in Deutschland – und lässt andere unberücksichtigt. Diese Bilder, Texte und Töne stellen das Ausgangsmaterial für spezifische Deutungen und Interpretationen dar, die vom Publikum vorgenommen werden. Selbst- und Fremdbilder, die Menschen von sich und voneinander entwerfen, werden auch medial hergestellt. Folglich ist die Art und Weise, in der Migrantinnen zum Gegenstand von Medienberichterstattung werden oder aber unsichtbar bleiben, ein wesentlicher Baustein des Bildes, das

Migrantinnen von sich selbst entwerfen und das die Mehrheitsgesellschaft von ihnen entwirft (vgl. Klaus/Lünenborg 2004a, 2004b, 2005).

Auch Wischermann und Thomas (2008: 10) verweisen auf die Bedeutung von Massenmedien bei der Herstellung von gesellschaftlicher Exklusion und Inklusion und fragen besonders nach dem ‚Wie?‘ der Gestaltung von Ungleichheit. Die Autorinnen fordern eine Diskussion über die Verzerrungen, Unterschlagungen und die Widersprüche in der medialen Herstellung gesellschaftlicher Diversität, um daraus Konsequenzen für medienpolitisches Handeln abzuleiten. Die Frage nach dem Verhältnis von Diversität in der Gesellschaft und in der medialen Darstellung rücken Wischermann und Thomas in das Zentrum des Interesses. Damit kann zunächst die angemessene Sichtbarkeit von Migrantinnen in deutschen Medien als ein Qualitätskriterium herausgearbeitet werden. Ähnlich argumentiert Morley (2001: 29): „Wenn nationale Medien jene Öffentlichkeit sind, die in der Vermittlung des Nationalstaates für ein allgemeines Publikum am zentralsten ist, so ist alles, was von diesen Medien ausgeschlossen ist, auch von der symbolischen Kultur der Nation ausgeschlossen. Wenn die Kultur in diesem öffentlichen Raum (also auch in der Nation) durch eine (weitgehend nicht markierte und deklarierte) Form von Ethnizität ‚rassenspezifisch‘ geprägt ist, dann kann sich hier nur ein Teil der Bürger der Nation willkommen und heimisch fühlen.“ Auch hier wird an die Forderung angeknüpft, dass das durch die Medien verfügbar gemachte symbolische Kapital allen Teilgruppen der Gesellschaft und damit auch Migrantinnen und Migranten zur Verfügung stehen muss (vgl. auch Hipfl 2004: 23f.).

In diesem Sinne haben Medientexte und -diskurse die Aufgabe, die gesellschaftspolitischen Veränderungen einer globalisierten Welt in ihren Blick zu nehmen und sowohl die Wanderungsbewegungen über Staatengrenzen hinweg zu verdeutlichen als auch kulturelle Wandlungsprozesse innerhalb nationalstaatlicher Grenzen. Die Dimensionen des Wandels von Gesellschaft durch Migration muss auch der Mehrheitsgesellschaft eines Nationalstaates medial vermittelt werden.

Die Diskussion um die mediale Sichtbarkeit von vielfältigen sozialen Gruppen dreht sich jedoch nicht ausschließlich um die proportionale Verteilung von Sendezeit, Zeilen oder Abbildungen, woraus dann unmittelbar eine machtvollere Rolle jener Gruppe in der Gesellschaft abgeleitet werden könnte. Mediale Repräsentation liefert kein Abbild gesellschaftlicher Realität. Es geht vielmehr um die „Bedingungen und Modi der Sichtbarkeit“ (Schaffer 2008a: 233). Die Konditionen der ästhetischen, formalen und inhaltlichen Darstellung müssen hier expliziter Bestandteil der Argumentation sein. Schaffer formuliert die Notwendigkeit, besonders die Ästhetik der Darstellung von Migrantinnen zu berücksichtigen, wenn von ihrer Sichtbarkeit in den Medien als politischer

Dimension die Rede ist und sowohl bild- als auch textanalytische Instrumente in die Analyse mit einzubeziehen (vgl. Schaffer 2008a, 2008b).

Mit und durch Medien werden Teilhabe an und Zugehörigkeit zur Gesellschaft hergestellt – als Frau, als Kreuzbergerin oder Köln-Ostheimerin, als Deutsch-Türkin. Die zentrale Frage dieser Studie lautet, ob und wie die Gruppe der in Deutschland lebenden Frauen mit Migrationshintergrund in ihrer Vielfalt und Unterschiedlichkeit medial repräsentiert wird. Diese Form der medialen Repräsentation hat Folgen für ihre Positionierung innerhalb (oder am Rande) der Gesellschaft – symbolisch, aber darauf aufbauend stets mit realen Konsequenzen.

## **1.2 Migration und Medien: Ein wachsendes Forschungsfeld**

Der Themenkomplex Migration und Medien hat in der deutschen Medien- und Kommunikationswissenschaft seit den 1990er Jahren Konjunktur. Bereits ein Blick auf die von dem Forschungsprojekt „Mediale Integration von ethnischen Minderheiten“ (Müller 2005d)<sup>5</sup> erstellte umfassende Bibliografie der deutschen Forschungsliteratur (mit Ausblicken auf die nordamerikanische Forschung) zeigt ein in den letzten Jahren gestiegenes Interesse. Hier finden sich 1966 erste Untersuchungen zum damals noch ‚Gastarbeiter und Medien‘ genannten Themenkomplex. Dann bleibt das Thema jedoch in den folgenden 30 Jahren wenig beachtet von der deutschen Wissenschaft und erfährt erst im Jahr 1993 wieder Berücksichtigung, wie am sprunghaften Anstieg der Publikationen in diesem Jahr sichtbar wird. Die Forschungsaktivitäten verstärken sich ab der Mitte der 1990er Jahre bei durchschnittlich 50 Veröffentlichungen pro Jahr. Im Jahr 2002 listet die Bibliografie sogar 105 wissenschaftliche Arbeiten im Themenfeld Migration und Medien auf.<sup>6</sup> Entsprechend des inhaltlichen und sprachlichen Vorgehens in den zitierten Studien verwenden wir in diesem Kapitel vor allem die männliche Form. Die Strukturkategorie Gender ist hier nicht Teil des Forschungsinteresses.<sup>7</sup>

<sup>5</sup> Das Forschungsprojekt wurde von Rainer Geißler (Siegen) und Horst Pöttker (Dortmund) geleitet und war Teil des Sonderforschungsbereichs „Medienumbrüche“ der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG an der Universität Siegen.

<sup>6</sup> Die Bibliografie ist auch online verfügbar unter <http://www.integration-und-medien.de/bibliographien/deutschland.php>; 28.11.2010.

<sup>7</sup> Eine geschlechterbewusste Sprache, das heißt Formulierungen wie „Ausländer-Innen“ oder „Kurd(inn)en“, steht nicht automatisch für eine geschlechterbewusste Forschung. Oft handelt es sich dabei lediglich um die Formulierung einer Überschrift, die sich jedoch nicht in der konsequenten Berücksichtigung der Kategorien Gender und Ethnizität niederschlägt (so geschehen z.B. bei Weimer/Galliker 2004; Butterwege/Hentges 2004; auch bei Bobber et al. 1996).

Wie Geißler und Pöttker außerdem zu Recht zu bedenken geben, gibt es große Qualitätsunterschiede innerhalb der Menge der Publikationen. Neben stark impressionistischen Arbeiten mit wenig Systematik ist vor allem die Singularität vieler Studien zu bemängeln. Sie nehmen wenig Bezug aufeinander und geben nur selten Überblicksdarstellungen (vgl. Geißler/Pöttker 2005: 391).

Geißler und Pöttker haben mit ihrer Arbeit zu der Systematisierung des wachsenden Forschungsfeldes beigetragen. Sie bearbeiten das Forschungsfeld vor allem aus soziologischer Perspektive und gehen dem Zusammenspiel von Massenmedien und Integration in die deutsche Mehrheitsgesellschaft nach, wobei der Begriff der „*medialen Integration*“ (Geißler/Pöttker 2006: 21) eine zentrale Rolle spielt. Dieser beschreibt die „Integration der ethnischen Minderheiten in die medial hergestellte Öffentlichkeit und in das Mediensystem“ (ebd.) und umfasst eine Spannbreite von Assimilation bis Segregation. Die Formen der medialen Integration beziehen prinzipiell sowohl die Seite der Medienproduktion als auch die der Medieninhalte und die der Medienrezeption ein. Das Modell von Geißler und Pöttker bietet eine überzeugende Strukturierung möglicher Positionen im Forschungsfeld (vgl. Tabelle 1). Die Autoren treten besonders für die interkulturelle mediale Integration ein, den „humanen Mittelweg zwischen Assimilation und Segregation“, wie es Geißler (2005b: 45) bezeichnet. Damit wird erkenntlich, dass es sich hier nicht um ein primär wissenschaftlich-analytisches Konzept handelt, sondern dass das Modell auf impliziten politischen Normen basiert. Ziel ist eine Form der interkulturellen Integration unter Mithilfe des deutschen Mediensystems, bei der „die Vielfältigkeit in der Einheit“ (Geißler/Pöttker 2006: 19) möglich wird.<sup>8</sup> Bei genauerer Betrachtung werden weitere Probleme bzw. Leerstellen dieses Modells deutlich. Zunächst legen Geißler und Pöttker ihrem Forschungsansatz das in der Kommunikationswissenschaft als klassisch zu bezeichnende Kommunikationsmodell von Lasswell (1948) zugrunde. Lasswells Formel besticht zwar durch seine Einfachheit, indem sie den Kommunikationsweg folgendermaßen definiert: „Who says what in which channel to whom with what effect?“, legt aber eine direkte Wirkung der medialen Botschaft des Senders bei einem Empfänger zu Grunde. Diese vereinfachende Annahme vernachlässigt die eigenständige Medienaneignung der Rezipierenden und geht von einer einseitig gerichteten Wirkung des Medienkonsums aus.

Basierend auf der Lasswell'schen Vorgabe des *channels* – also des Mediums, durch das kommuniziert wird – betrachten Geißler und

---

<sup>8</sup> Die Autoren berufen sich dabei auf das kanadische Konzept des Multikulturalismus, welches auf die Formel „unity-within-diversity/diversity-within-unity“ zu bringen ist (ebd.: 19).

Pöttker neben den deutschsprachigen Medien auch die „Ethnomedien“ (Geißler/Pöttker 2006: 17). Dieser Begriff meint alle heimatsprachlichen Medien, die von einer ethnischen Gruppe in Deutschland genutzt werden. Im Lichte der Globalisierung und ihrer neuen, von Nationalstaaten und Sprachräumen losgelösten Kommunikationsmöglichkeiten und -formen muss eine solche Kennzeichnung jedoch als veraltet bzw. als verengt gedacht bezeichnet werden. Hier wäre es sinnvoll, diese heimatsprachlichen Medieninhalte als einen integrierten Teil des medialen Kommunikationsprozesses zu sehen. Denn mit den technologischen Möglichkeiten von Satellitenübertragung und Internet, die deutschsprachige und anderssprachige Medienangebote auf einem Gerät vereinen und eine übergangslose Nutzung in vielen Sprachen möglich machen, wäre es artifiziell, von einem getrennten Nutzungsbereich in Form von „Ethnomedien“ zu sprechen. Auch ist der Begriff nicht wertfrei und scheint eher Medien aus dem nicht-westlichen Kulturräum zu fassen. Kaum jemand käme auf die Idee, das Programm von CNN oder BBC als „Ethnomedium“ zu bezeichnen.

|                  | Assimilative mediale Integration  | Interkulturelle mediale Integration   | Mediale Segregation   |
|------------------|---|---|---|
| Medienproduktion | Ethische Minderheiten sind nicht mehr als solche erkennbar und in die Mediennstitutionen integriert.  | Ethische Minderheiten machen in ihrer Spezifität einen proportionalen Anteil der Mediengesellschaft aus.  | In der Produktion des deutschen Mediensystems sind keine ethnischen Minderheiten präsent.                                       |
| Medieninhalte    | Medieninhalte benötigen keine ethnospziifischen Bezüge mehr, da ethnische Minderheiten kognitiv, sozial und identifikatorisch in die deutsche Mehrheitskultur aufgegangen sind. | Medieninhalte berücksichtigen die Notwendigkeit der Einwanderung und bereiten integratives Wissen sowohl für die ethnischen Minderheiten als auch für die deutsche Mehrheitsgesellschaft auf.     | Die ethnischen Minderheiten sind in den deutschen Inhalten nicht präsent oder tauchen verzerrt und als „Problemgruppe“ auf.     |
| Mediennutzung    | Keine ethnischen Teilöffentlichkeiten; die ethnischen Minderheiten nutzen Medien wie die deutsche Mehrheit.   | Die ethnischen Minderheiten nutzen die deutschen Medien, um das nötige Wissen für ihre sozialstrukturelle Integration zu erlangen; sie nutzen auch das heimatsprachliche Angebot („Ethnomedien“). | Es existieren Teilöffentlichtheiten; die ethnischen Minderheiten nutzen ausschließlich die „Ethnomedien“ ihres Herkunftslandes. |

Tabelle 1: Formen medialer Integration

(in der Systematik und Begrifflichkeit nach Geißler 2005a sowie Geißler/Pöttker 2006; eigene Darstellung)

Darüber hinaus ist, wie schon weiter oben mit dem Konzept von *cultural citizenship* dargelegt wurde, die Bedeutungsgenerierung zwischen Medienproduktion, Medieninhalt und Rezeption als ein komplexes Geflecht von Wechselwirkungen zu sehen, in der es auch Rückkopplungen vom Rezipierenden zum Medieninhalt und zur Medienproduktion gibt. Diese Bewegungen sind keineswegs beliebig, sondern funktionieren innerhalb eines kulturellen Kontextes, den die Lasswell'sche Formel vernachlässigt, da sie der Frage nach dem „Wie?“ der Kommunikation nicht nachgeht. Zwar sehen auch Geißler und Pöttker die Wichtigkeit einer kulturellen Prägung, integrieren dies aber nicht in ihr Modell. Sie sprechen lediglich von zusätzlichen „Kultureinflüssen auf den Kommunikationsprozess“ (Geißler/Pöttker 2006: 36). Damit ignorieren sie auch die Strukturkategorie Geschlecht, denn so wie kulturell gebundene Deutungs- und Handlungsweisen im Kommunikationsprozess mitgedacht werden müssen, muss auch Gender integraler Bestandteil jeder Untersuchung sein. Hier wird eine systematische Leerstelle der Forschung ersichtlich, die für den Großteil des inzwischen intensiver beforschten Themenkomplexes Migration und Medien kennzeichnend ist: die Kategorie Geschlecht findet in ihrer Verknüpfung mit der Kategorie Ethnizität in der deutschen Kommunikationsforschung kaum Berücksichtigung.

### **1.2.1 Mediale Repräsentation von Migranten**

Zahlreiche Inhaltsanalysen der Presse und in geringerem Ausmaß auch des Fernsehens liefern Wissen über die Darstellung von Migranten. Mit der 1972 erschienen Dissertation von Delgado wurde das Forschungsfeld erstmalig systematisch untersucht. Anhand eines großen Samples von 3.069 Artikeln, das in 40 Monaten aus Tageszeitungen Nordrhein-Westfalens erhoben wurde, zeigt Delgado, wie eng die Berichterstattung über Einwanderer vor allem mit der wirtschaftlichen Entwicklung der Region und mit Kriminalität verknüpft ist. Delgado (1972) zufolge sind es einerseits die Arbeitskraft der Migranten und andererseits die ihnen zugeschriebenen Straftaten, die in den Zeitungen thematisiert werden. Auch andere quantitative Arbeiten zur Darstellung von Migranten in deutschen Zeitungen haben immer wieder gezeigt, wie problematisch die Nennung des Differenzmerkmals Ethnizität vor allem in der Kriminalitätsberichterstattung ist. So kann gesagt werden, dass über „Ausländer“, „Migranten“ und „Personen mit Migrationshintergrund“ tendenziell negativer berichtet wird als über Deutsche (vgl. den umfassenden Überblick von Müller 2005a; ebenso Geißler/Pöttker 2005; sowie die Arbeiten von Ruhrmann et al., vgl. exemplarisch Ruhrmann et al. 2006). Durch die qualitative Methode der Diskursanalyse hat insbesondere der Forschungsverbund am Duisburger Institut für Sprach- und

Sozialforschung sichtbar gemacht, in welchem Maße der Zusammenhang von „Kriminalität und Ausländern“ durch die deutsche Presse diskursiv hergestellt wird (Jäger et al. 1998; Jäger 2000). Müller benennt in seiner Zusammenstellung der quantitativen Inhaltsanalysen die häufigsten Kritikpunkte an der deutschen Berichterstattung. Er sieht Migranten als zu einseitig negativ dargestellt und insgesamt unterrepräsentiert im Vergleich zu den auftretenden deutschen Akteuren. Die Migranten erscheinen neben dem bereits erwähnten Zusammenhang mit Straftaten auch verstärkt als finanzielle Belastung für den deutschen Staat, der an ihrer großen Zahl zusätzlich zu „überfremden“ drohe (Müller 2005a: 100). Außerdem zeigen die Inhaltsanalysen eine Differenzierung der deutschen Presse innerhalb der Gruppe der Migranten. Sie werden stark nach ihrem sozialen Status unterschieden und somit werden Asylbewerber negativer dargestellt als Arbeitnehmer oder gar Spitzensportler. Ebenso findet eine hierarchische Unterscheidung der Herkunftsländer von Migranten statt, wobei die Menschen aus der außereuropäischen „Dritten Welt“ (ebd.: 101), der Türkei und den Balkanstaaten weniger positiv bewertet werden als Migranten aus den anderen „früheren Anwerbeländern Südeuropas“ (ebd.). Eine Arbeit von Fick (2009) hat sich mit der bislang kaum untersuchten Darstellung von Migranten in Lokalmedien beschäftigt. In einem Zeitvergleich der Jahre 1996 und 2006 untersucht er jeweils sechs Wochen der Berichterstattung über Migranten in Siegener Lokalzeitungen und zeigt, dass gerade der Lokalteil Potential bietet, ethnische Minderheiten positiv darzustellen. Der große Anteil an Agenturmeldungen im Politikteil der Zeitungen führt zu einer vermehrten Nennung von Migranten in negativen Handlungsrollen (Fick 2009: 256).

Ertragreich kann hier auch ein international vergleichender Blick sein. In einer Studie von 2010 betrachtet Weibert die Berichterstattung über *Hispanics* in zwei Lokalzeitungen der US-amerikanischen Stadt Denver und vergleicht diese mit der Berichterstattung über türkische Einwanderer in zwei Tageszeitungen aus Dortmund.<sup>9</sup> Die Ergebnisse zeigen, dass die *Hispanics* in der lokalen Berichterstattung der amerikanischen Zeitungen deutlich als solche identifizierbar sind, ihnen dabei aber viele unterschiedliche Handlungsrollen zugewiesen werden. Sie treten selbst als Handelnde (80,7 % der Artikel) und individuell erkennbare Personen (80,1 %) auf und werden seltener als eine Gruppe bezeichnet („die *Hispanics*“ in 19,9 %). Dagegen sind die türkischen Einwanderer in den deutschen Zeitungen „eher Objekt des journalistischen Schreibens“ (in 61,2 % der Fälle). Ein deutlich höherer Anteil als in den amerikanischen Zeitschriften, nämlich 40,5 %, berichtet in den deutschen Zeitungen von „den

---

<sup>9</sup> Der Untersuchungszeitraum wurde zufällig gewählt und erstreckt sich vom 14. Juni bis zum 12. Juli 2004. In den amerikanischen Zeitungen wurden 187 Artikel erhoben, in den deutschen Zeitungen waren es 61 Artikel.

Türken“, die zudem im Vergleich auch weniger als individuell erkennbare Personen auftreten (59,5 %, Weibert 2010: 226.) Die amerikanischen Zeitungen machen die hispanischen Einwanderer und Einwanderinnen folglich deutlich als solche erkennbar und gestehen ihnen einen weiten Aktionsraum in Sphären der gesamten amerikanischen Gesellschaft zu.

Dass es im Vergleich zu den Printmedien deutlich weniger Inhaltsanalysen der Fernsehberichterstattung gibt, begründet sich zweifellos in dem erheblichen zeitlichen und finanziellen Aufwand, der für diese Untersuchungen erforderlich ist. Soweit Studien vorliegen, bestätigen sich im Fernsehen gewisse Aspekte aus der Presseberichterstattung. Die Negativität und Einseitigkeit setzt sich auch hier fort (Müller 2005a: 110). Müller gibt zu bedenken, dass sich die bisherigen Studien ausschließlich auf die journalistischen Formate des Rundfunks beziehen und damit die Repräsentation von Migranten in fiktionalen Genres auslassen (Müller 2005a: 111). Für künftige Fernsehanalysen wäre es wünschenswert, einschlägige Unterhaltungsangebote mit einzubeziehen. Im Bereich der Fernsehorschung ist die repräsentative Studie von Hafez und Richter (2007) interessant. Diese untersuchte auf der Grundlage von 37 informationsorientierten Magazinen der ARD und des ZDF in einem Zeitraum von 18 Monaten von Juli 2005 bis Dezember 2006 die Thematisierungsanlässe des Islam. Die Autoren kommen dabei zu dem Ergebnis, dass die Islamberichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen dominant problemorientiert verläuft, indem sich über die Hälfte der Themen mit Terrorismus und Extremismus, internationalen Konflikten und Integrationsproblemen in Deutschland beschäftigt (vgl. Hafez/Richter 2007: 3). Krüger und Simon (2005) machen mit ihrer Programmanalyse des WDR-Fernsehens<sup>10</sup> zum Bild der Migranten die Bedeutung von tagesaktueller regionaler Berichterstattung erkennbar. So präsentiert die tägliche „Lokalzeit“ im WDR im Untersuchungszeitraum von vier Wochen die meisten Beiträge mit Migranten- und Migrationsbezug. Dieses regionale Nachrichtenmagazin macht damit die Lebensumstände von Einwanderern in Deutschland für ein größeres Publikum zugänglich. Thematisiert werden die Migranten vor allem im Zusammenhang von Politik, Wirtschaft und Zeitgeschehen (vgl. ebd.: 109). Erstmals in der Analyse von Medienangeboten konstatieren die Autoren die Darstellung der präsentierten Migranten als „Durchschnittsbürger“ (ebd.: 110) und bemerken: „Akteure der Kategorie Normabweichler, die früher in der Ausländerthematik eine herausragende Rolle spielten, haben hier nur eine geringe Präsenz“ (ebd.: 110).<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Untersucht wurden alle Sendungen und Beiträge der Sparten Information, non-fiktionale Unterhaltung und Sport des WDR-Fernsehprogramms, die sich mit den Themen Migration befassten und/oder Akteure mit ausländischer Herkunft präsentierten. Die Basis dafür war eine Stichprobe von insgesamt vier Wochen (vgl. ebd.: 106).

<sup>11</sup> Auch Zambonini/Simon (2008) präsentieren einen aktuellen Überblick zur Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für eine kulturelle Vielfalt in Deutschland.

### 1.2.2 Medienrezeption von Migranten

Was lesen, hören und sehen Migranten und Migrantinnen? 2007 erschien eine repräsentative ARD/ZDF-Studie, die erstmals zum Mediennutzungsverhalten von in Deutschland lebenden Menschen mit Migrationshintergrund umfassend Auskunft gibt. Sie schränkt das oft bemühte Vorurteil der Parallelgesellschaft zwischen Minderheiten und der deutschen Mehrheitsgesellschaft ein. Auf der Basis von 3010 geführten Telefoninterviews wurde gezeigt, dass die meisten der Menschen mit Migrationshintergrund deutsche Medien regelmäßig nutzen. Heimatsprachliche Medienangebote dienen als zusätzliche Informationsquellen, die jedoch für die positive Identitätsbildung der Befragten und die Rückbindung an ihr Heimatland selbstverständlich sind (vgl. Simon 2007: 434). Die Migranten in Deutschland werden am besten über das deutschsprachige Fernsehen erreicht: 86 % von ihnen nutzen an mindestens vier Tagen der Woche das deutsche Fernsehangebot. Ein Viertel der Migranten in Deutschland folgt daneben auch heimatsprachlichen Fernsehsendungen. Im Vergleich dazu wird das deutsche Radioprogramm seltener beachtet: 48 % der Migranten sind regelmäßige Nutzer deutschsprachiger Radioprogramme, drei Prozent hören einen Radiomix aus deutsch- und heimatsprachlichen Programmen und vier Prozent hören ausschließlich heimatsprachliche Radiosendungen. Sowohl deutschsprachige Tageszeitungen als auch deutschsprachige Internetseiten werden von den Migranten häufiger genutzt als das jeweilige heimatsprachliche Presse- und Onlineangebot (vgl. ebd.: 432).

In der Kommunikationswissenschaft ist das Mediennutzungsverhalten vor allem von türkischen Migranten in Deutschland oft unter dem normativen Ideal der Integration bearbeitet worden. Weiß und Trebbe haben 2001 dazu eine repräsentative Befragung vorgelegt, die den Medienkonsum von in Deutschland lebenden Menschen mit türkischem Migrationshintergrund sowie die Reichweite deutscher und türkischer Medien innerhalb dieser Gruppe erforscht. Die Studie verknüpft dabei das Maß an deutschsprachigem Medienkonsum mit dem „Integrationsstatus“ (ebd.: 5) der türkischen Einwanderer. Erfolgreiche Integration, so die zentrale These, drückt sich auch im Konsum deutscher Medien aus. Umgekehrt ergibt sich damit: Intensive Nutzung heimatsprachlicher Medien ist ein Hinweis auf mangelnde Integration. Dass der Erkenntnisgewinn dieser quantitativen Studie durch die determinierte Perspektive eingeschränkt ist, kritisiert die 2002 erschienene qualitative Arbeit von Hafez, die sich direkt auf Weiß und Trebbe bezieht. Dabei relativiert Hafez vor allem die kausale Verbindung von Integrationsgrad und Medienkonsum, indem er der von Weiß und Trebbe aufgestellten Typologie mit ausführlichen Leitfadengesprächen nachgeht (Hafez 2002: 8). Die 2007 erschienene Folgestudie von Trebbe und Weiß

formuliert die Frage nach dem Zusammenhang von Integration und dem Medienkonsum von türkischen Einwanderern dann auch vorsichtiger und entwirft ein weniger mechanistisches Gefüge. Eine weitere Untersuchung von Paasch-Colberg und Trebbe kann 2010 nachweisen, dass die Mediennutzung und der Integrationsgrad nicht unmittelbar zusammenhängen. Anhand einer telefonischen Befragung 500 junger türkischstämmiger Erwachsener liefert die Studie das Ergebnis, dass vor allem die soziale Situation der Befragten ausschlaggebend für ihre Mediennutzung ist. Die Autorin und der Autor betonen die Rolle des Bildungsgrades bei der Mediennutzung der türkischstämmigen Befragten. Zu einem ähnlichen Schluss kommt die Arbeit von Heft, Maurer und Weiß (2010), die im Vergleich des Medienumgangs – insbesondere mit digitalen Medien – eher Gemeinsamkeiten als Unterschiede zwischen deutschen und russischstämmigen Jugendlichen feststellt. Das Forschungsteam bemerkt darüber hinaus, dass die Lebensphase, die Schulbildung und das Geschlecht wichtige „migrationsunabhängige Einflussfaktoren“ (2010: 363) auf die Mediennutzung darstellen.

Zahlreiche weitere rezeptionsanalytische Arbeiten untersuchen den Medienkonsum von Migranten verstärkt im Rahmen vielschichtiger Faktoren wie der Sprach- und Technikkompetenz, dem Medienangebot oder der kulturellen Identität (vgl. u.a. die qualitative Studie von Hamerman et al. 2007, für eine Übersicht vgl. Müller 2005b). Hepp, Bozdag und Suna (2010) machen mit Netzwerkanalysen sichtbar, wie in komplexen Medienarrangements die transkulturellen Kommunikationsprozesse zwischen Herkunftskultur und Migrationsland hergestellt werden. Von „transnationalen Medienpraktiken“ (Gouma 2010: 133) geht Gouma in ihrer Studie mit griechischen Migrantinnen und Migranten in Österreich aus. Die Autorin untersucht die Rolle der Medien bei der gesellschaftlichen Selbstpositionierung im Einwanderungsland mit 18 qualitativen Interviews. Sie identifiziert dabei ein Machtgefälle von den österreichischen Medien zu den Rezipierenden. Erstere könnten über ihre Themensetzung und ihre hegemonialen Deutungen den Medien-diskurs im Einwanderungsland bestimmen, was die migrantische Bevölkerung zu einer transnationalen Mediennutzung veranlasste.

Die Entwicklung des Forschungsfeldes zeigt, dass monokausale Zusammenhänge zwischen der Art der Mediennutzung und dem Grad der Integration nicht mehr angenommen werden. Vielmehr ist von einer komplexen und transkulturellen Mediennutzung auszugehen, bei der individuelle Medienmenüs zusammengestellt werden.

### **1.2.3 Migranten in der Medienproduktion**

Die Seite der Medienproduktion ist generell wenig erforscht, was vor allem auch in den Schwierigkeiten der methodologischen Umsetzung begründet sein dürfte (Müller 2005c: 230). Die komplexe Kategorie Ethnizität ist in den Redaktionen nicht einfach über die Staatsangehörigkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter abfragbar (falls diese überhaupt erfasst sein sollte). Einzig zur Tagespresse liefert die Studie von Geißler, Enders und Reuter (2009) repräsentative Zahlen. Die Autoren gingen der Beteiligung migrantischer Mitarbeiter in deutschen Zeitungen mit einer Vollerhebung nach, wozu sie insgesamt 1.229 Chef- und Lokalredaktionen von 600 Zeitungen in einem zweistufigen Verfahren befragten. Zunächst wurden über die Redaktionen die Anzahl der beschäftigten Journalisten mit Migrationshintergrund ermittelt, um mit diesen dann Fragen zu ihrer journalistischen Tätigkeit, zu ihrem beruflichen Werdegang und zu ihrer Zuwanderungsgeschichte zu erörtern. Anhand der erhobenen Daten und der daraus resultierenden Schätzung für die Grundgesamtheit ergab sich, dass nur bei 16 % aller deutschen Zeitungen Menschen mit Migrationshintergrund haupt- oder nebenberuflich beschäftigt sind. Lediglich 200 Personen mit Migrationshintergrund arbeiten hauptberuflich in den Redaktionen deutscher Tageszeitungen, was hochgerechnet auf die Gesamtzahl der Zeitungsjournalisten und -journalistinnen einen Anteil von 1,2 % ergibt (ebd.: 92).

Auch die übrigen vorliegenden Studien weisen daraufhin, dass „MigrantInnen im Journalismus im Verhältnis zu ihrem Anteil in der Wohnbevölkerung unterrepräsentiert sind“ (Röben 2008: 142). Als medienpolitisches Anliegen findet die Frage in den letzten Jahren größere Beachtung. Bei der Förderung von Journalistinnen und Journalisten mit Migrationshintergrund betätigen sich aktuell vor allem die (öffentlich-rechtlichen) Medienanstalten und einige politische Stiftungen.<sup>12</sup> Die zu Grunde liegende Annahme ist, dass sich die Vielfalt der Bevölkerungsgruppen im Einwanderungsland Deutschland auch in den Medien wieder finden sollte. Neben dieser gleichstellungspolitischen Forderung verbindet sich damit ebenfalls die Erwartung, ein größerer Anteil migrantischer Journalistinnen und Journalisten werde auch zu einer differenzierteren Berichterstattung zu Migrationsthemen beitragen. Diese Auseinandersetzung wird bereits seit langem im Bereich der geschlechtergerechten Arbeitsverteilung im Journalismus diskutiert – allerdings

---

<sup>12</sup> Der WDR leistet beispielsweise auf diesem Feld schon seit vielen Jahren wichtige Arbeit. Die Heinrich-Böll-Stiftung arbeitet u.a. an dem Themenschwerpunkt „Medien & Diversity“ und vergibt Stipendien an Studierende mit Migrationshintergrund, die künftig journalistisch tätig sein werden (siehe auch [http://www.migration-boell.de/web/diversity/48\\_1217.asp](http://www.migration-boell.de/web/diversity/48_1217.asp); 28.11.2010).

zunehmend vorsichtig mit Blick auf die dadurch zu erwartenden inhaltlichen Veränderungen (vgl. Lünenborg 2001, 2009). Das gewachsene Interesse für Vielfalt in Redaktionen darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass es für Migranten nach wie vor Hürden im Zugang zum journalistischen Beruf gibt: Sprache, kulturelles Kapital und Netzwerke. Denn laut Oulios (2009) hängt es von eben diesen Faktoren ab, ob den Bewerbern Leistungsfähigkeit zugesprochen würde. „Journalistinnen und Journalisten sollten den Leistungsmythos kritisch hinterfragen. Wie in jedem Beruf zählt auch im journalistischen Metier selbstverständlich Leistung – es ist deshalb aber keine diskriminierungsfreie Zone“ (ebd.: 142). Wie Leistung bewertet und entlohnt wird, untersucht Fritzsche (2009) mit ihrer Studie, worin sie neben den erschwerten Zugangsbedingungen besonders die prekäre Arbeitssituation für Menschen mit Migrationshintergrund in der Medienproduktion offenlegt. Unter integraler Berücksichtigung der Kategorie Geschlecht stellt sie in einer empirischen Studie zur Repräsentation migrantischer Journalistinnen und Journalisten in den Redaktionen des Berliner Hörfunks zwar einen vergleichsweise hohen Anteil von 10,1 % fest. Hinsichtlich der beruflichen Sicherheit und der Besetzung von Leitungsposten ergibt sich jedoch ein deutliches hierarchisches Gefälle nach Ethnizität und Geschlecht. Migrantinnen arbeiten am häufigsten freiberuflich und sind seltener als ihre deutschen Kolleginnen und Kollegen mit Führungsaufgaben betraut. Ähnliches konstatiert auch Röben (2008), die eine explorative Befragung von Print- und Rundfunkredaktionen in Frankfurt/Main durchgeführt hat.

Nach diesem Blick auf wichtige Befunde aus dem Forschungsfeld Medien und Migration, welche die Kategorie Geschlecht allerdings nur selten systematisch berücksichtigen, rücken nun jene Arbeiten der Kommunikations- und Medienwissenschaft in den Mittelpunkt, die Gender und Ethnizität in ihrem Zusammenwirken betrachten und in ihrer medialen Repräsentation untersuchen. Was wissen wir bislang über die Darstellung von Migrantinnen in deutschen Medien?

### **1.3 Migrantinnen in den Medien**

Das aktuelle Forschungsfeld zum Thema Medien und Migration wurde knapp skizziert, um die zentralen Erkenntnisse und Zugewinne der letzten Jahre darzustellen. Geschlecht ist selten integraler Bestandteil des Erkenntnisinteresses, obwohl es gerade in der Untersuchung der Rolle von Ethnizität in der medialen Bedeutungsproduktion erforderlich erscheint, dieses als weitere Strukturkategorie mitzudenken. Wird Geschlecht in Studien nicht berücksichtigt, ist die implizit zugrunde gelegte Norm die männliche.

Noch im Jahr 2005 bezeichnet Müller (2005a: 106) die wissenschaftliche Analyse der Darstellung von Migrantinnen in den Medien als „kleine[s] Forschungsfeld“, und nach wie vor ist Forschungsbedarf anzumelden. Es gibt zwei zentrale Befunde aus der bisherigen Forschung. Erstens: Migrantinnen kommen in den Medien nur am Rande vor. Zweitens: ihre Darstellung ist oft stereotyp. Die meisten der bestehenden Arbeiten untersuchen die Darstellung von Migrantinnen in den Printmedien. Hier ist das wöchentliche Nachrichtenmagazin *DER SPIEGEL* das meist beforschte Medium (vgl. Tabelle 2). Zu Fernsehfilmen und TV-Dokumentationen finden sich ebenfalls Inhaltsanalysen, die allerdings auf einer kleinen empirischen Basis fußen und als explorativ zu bezeichnen sind (vgl. Tabelle 3).

Der erste Sammelband, der sich mit der Darstellung von Migrantinnen in den deutschen Medien beschäftigt, wurde 1996 von Röben und Wilß herausgegeben und trägt den paradigmatischen Namen „Verwaschen und verschwommen – Fremde Frauenwelten in den Medien“. Darin beleuchten die Autorinnen einzelne Phänomene und leisten erste explorative Arbeit im Forschungsfeld. Die Beiträge sind jedoch nicht systematisch an empirischem Material ausgerichtet und können deshalb nur als Einzelfallanalysen gelten. So werden Artikel der Frauenzeitschrift *BRIGITTE* betrachtet (Amanuel 1996) oder die durch die Medien produzierten, patriarchal strukturierten Fantasien von der „fremden Frau“ (Huhnke 1996) analysiert. Daran anschließende Forschung untersucht auf theoretischer Basis die Verbindungen von rassistischer und sexistischer Diskriminierung in den Massenmedien (Röben/Wilß 1997; Röben 1998) und liefert empirische Untersuchungen zur Darstellungsweise von Migrantinnen (Bulut 2000; Hentges 2006; Farrokhzad 2006).

Im Forschungsfeld dominieren Untersuchungen, die den medialen Darstellungsweisen von muslimischen Migrantinnen nachgehen. Eine Monografie über die Darstellung muslimischer Frauen in dem Nachrichtenmagazin *DER SPIEGEL* liegt von Röder aus dem Jahr 2007 vor. Diese Arbeit leistet mit ihrem großen empirischen Korpus einen wichtigen Beitrag zum Forschungsfeld und gibt erstmals quantitative Befunde darüber, wie der *SPIEGEL* über Musliminnen berichtet. Es liegen eine Reihe weiterer Einzelbeiträge vor, die entweder theoretisch angelegt sind, mit Fallbeispielen arbeiten oder die Darstellung von Musliminnen reflektieren (Pinn 1997; ZIF 2002; Neumann 2002; Schiffer 2007; Dietze 2009). Tabelle 2 stellt die wichtigste Forschungsliteratur dar, die Aussagen über die Repräsentation von Migrantinnen in Printmedien trifft. Systematische Analysen der überregionalen Qualitäts- oder Boulevardpresse liegen bislang noch nicht vor. Tabelle 3 fasst die vorliegenden Arbeiten zu Migrantinnen im Fernsehen zusammen und zeigt darüber hinaus die Leerstellen der Kommunikationsforschung zur Darstellung von Migrantinnen im Radio und Internet auf.

|                               | AutorIn                   | Methode  | Material   |
|-------------------------------|---------------------------|--|--|
| Wochenzeitung/<br>Zeitschrift | Huhnke (1996)             | Diskursanalyse   | DER SPIEGEL, nicht systematisch ausgewählte Beispiele von 1980 bis 1992                                  |
|                               | Amanuel (1996*)           | Inhaltliche Betrachtung  | BRIGITTE, drei exemplarisch ausgewählte Dossiers   |
|                               | Farrokhzad (2002*; 2006*) | Diskursanalyse   | DER SPIEGEL, EMMA, keine systematische Auswahl, zahlreiche Beispiele                                     |
|                               | Hentges (2006)            | Diskursanalyse   | DER SPIEGEL, systematische Auswahl für 2001 und I/2002   |
|                               | Röder (2007*)             | Quantitative Inhaltsanalyse  | DER SPIEGEL, systematische Auswahl, 1975-2005  |
|                               | Wellgraf (2008*)          | Inhalts- und Entstehungsanalyse  | DER SPIEGEL, eine Titelgeschichte  |
| Tageszeitung überregional     | -                         | -  | -  |
| Tageszeitung lokal            | Bobber et al. (1996)      | Sammlung aller Artikel über Ausländer-Innen; Klassifizierung nach Inhalt | RUHR-NACHRICHTEN, WESTFÄLISCHE RUNDschau, WESTDEUTSCHE ALLGEMEINE ZEITUNG, erhoben von 9.1995 bis 2.1996 |
| Tageszeitung Boulevard        | -                         | -  | -  |

Tabelle 2: Studien zur Darstellung von Migrantinnen in Printmedien  
 Die mit \* gekennzeichneten Studien untersuchen vor allem die Darstellung der muslimischen Migrantin.

|           | AutorIn                | Methode                                       | Material   |
|-----------|------------------------|---|--|
| Fernsehen | Toker (1996)           | Persönliche Einschätzungen als Rundfunkräerin | Keine systematische Auswahl  |
|           | Bulut (2000)           | Inhaltliche Betrachtung                       | 21 Kino- und Fernsehfilme aus 30 Jahren, keine systematische Auswahl |
|           | Paulus (2007b*; 2008*) | Diskursanalyse                                | TV-Dokumentation „Fremde Nachbarn“                                   |
|           | Paulus (2007a*)        | Diskursanalyse                                | TV-Dokumentationen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, 2000-2006    |
| Radio     | -                      | -   | -  |
| Internet  | -                      | -   | -  |

Tabelle 3: Studien zur Darstellung von Migrantinnen in elektronischen Medien  
 Die mit \* gekennzeichneten Studien untersuchen vor allem die Darstellung der muslimischen Migrantin.

### 1.3.1 Das Problem der Nicht-Wahrnehmung

Die repräsentative Fernsehstudie von Krüger und Simon (2005, vgl. Kapitel 1.2.1) zur Darstellung von Migranten in den Medien gibt unter anderem auch Auskunft zur medialen Präsenz von migrantischen Frauen. Sie konstatieren, dass Frauen mit Migrationshintergrund deutlich seltener als Migranten in den untersuchten Sendungen zu finden sind (vgl. ebd.: 113). Auf quantitativer und qualitativer Basis belegen die Autoren, dass nur in einem Drittel aller migrationspezifischen Beiträge Frauen mit Migrationshintergrund in Erscheinung treten. Obwohl sie den Befund mit der allgemeinen Unterrepräsentation aller Frauen in der Fernsehrealität erklären, sehen wir hier gerade die Kombination einer migrationsspezifischen und genderspezifischen Diskriminierung, die zum geringen Anteil von Frauen mit Migrationshintergrund im Fernsehen führt. Bobber et al. (1996) haben in ihrer Untersuchung zur Darstellung von AusländerInnen<sup>13</sup> in drei nordrhein-westfälischen Printmedien ein umfangreiches Materialkorpus erhoben. Sie weisen nach, dass ausländische Frauen in den 1550 Beiträgen ihres Samples nur vierzehnmal zum Subjekt der Nachricht werden (vgl. ebd.: 9). Obwohl die Lokalzeitungen im einwanderungsstarken Bundesland Nordrhein-Westfalen erscheinen, ignorieren sie die Frauen mit Migrationshintergrund völlig.

Toker (1996) geht in ihrer Analyse eher deskriptiv vor. Auf der Grundlage ihrer Erfahrungen als Rundfunkräerin beschreibt sie die Programmentwicklung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens und konstatiert eine Leerstelle in der Darstellung von Migrantinnen. Ihre Kritik an „dreißig Jahren deutsche[r] Fernsehwelt: Die Migrantinnen sind in den Medien gestern wie heute kaum vertreten“ (vgl. ebd.: 31). Ihr Ausgangspunkt ist die weibliche Migration nach Deutschland und deren Darstellungsweise im deutschen Fernsehen. Die ersten Migrantinnen kamen in den 1960er Jahren nach Deutschland, um ihre Familien in der Türkei und in Italien zu finanzieren. Toker resümiert, dass diese wirtschaftlich unabhängigen Frauen in den deutschen Medien nicht auftauchten. Die zweite Generation von Migrantinnen zog nicht zur Arbeitssuche nach Deutschland, sondern um nach der wirtschaftlichen Krise 1967 bei ihren in Deutschland arbeitenden Männern, Söhnen oder Vätern zu leben. Medial sieht Toker erst diese zweite Generation von Migrantinnen in Bildern realisiert. Sie würden jedoch lediglich als Frauen erscheinen, die ihre Männer wie „Anhängsel“ (ebd.: 34) begleiten. Ab den 1970er Jahren sieht Toker eine zahlenmäßig zunehmende Berichterstattung über die nach wie vor als Gastarbeiter bezeichneten Männer und ihre Frauen in Deutschland. Inhaltlich folgten die Nachrichten

---

<sup>13</sup> „AusländerInnen“ ist der in der Studie verwandte Begriff.

jedoch einem einfachen Schema und sähen den ausländischen Mann als Unterdrücker seiner Ehefrau. Besonders die zu dieser Zeit entstandenen feministisch und aufklärerisch gemeinten Beiträge im Fernsehen hätten dazu beigetragen, das Bild der unterdrückten und leidenden Migrantin in die deutsche Öffentlichkeit einzuführen. Daneben beobachtet die Autorin einen steigenden Anteil von türkischen und muslimischen Migrantinnen an der Berichterstattung über Migration. Diese würden dominant im Zusammenhang von Unfreiheit und Zwang thematisiert (ebd.: 40). Aufgrund der über einen Zeitraum von 30 Jahren angelegten Betrachtung von Toker wird deutlich, dass die Berichterstattung über Migrantinnen im Fernsehen zeitlich verzögert eingesetzt hat.

Anders als in der nachrichtlichen Berichterstattung kann man in fiktionalen Formaten schon relativ früh die Sichtbarkeit von Migrantinnen feststellen. Bulut (2000) legt dar, dass ab 1969 filmische Auseinandersetzungen mit der Arbeitsmigration von Frauen in den Kinos zu sehen waren. In ihrem explorativen Überblick über die deutsche Film- und Fernsehproduktion seit Ende der 1960er Jahre hat sie 21 Kinofilme und Fernsehspiele auf ihre Inszenierung von Frauen nicht-deutscher Herkunft untersucht. Sie sieht darin eine positive Entwicklung der Frauenrollen vom Objekt zum Subjekt (vgl. ebd.: 261). Bulut thematisiert damit einen weiteren zentralen Befund des Forschungsstandes und eröffnet so das Forschungsfeld zur Art der Darstellung von Migrantinnen in den Medien.

### **1.3.2 Das ‚Wie?‘ der Darstellung**

Huhnkes Beitrag aus dem Jahr 1996 setzt sich detailliert mit den Stereotypen auseinander, die über Migrantinnen in deutschen Medien hergestellt werden. Huhnke macht deutlich, wie zum Teil jahrhundertealte westeuropäische Denk- und Beurteilungstraditionen in Medienbildern von Migrantinnen aktuell zum Tragen kommen. Sie stellt fest, dass insbesondere die Mythen des „Orientalismus“ und des „erotischen Exotismus“ sowie Mythen aus der US-amerikanischen Sklaverei, die in den Machtstrukturen der Kolonialgeschichte entstanden sind, auch in der aktuellen medialen Berichterstattung mitschwingen (Huhnke 1996: 121). Sie beschreibt den journalistischen Text als für einen männlichen Blick produziert, in dem die ‚fremden‘ Frauen zu Objekten der Begierde gemacht würden. Die Autorin verdeutlicht und belegt ihre Analyse an Beispielen aus dem Nachrichtenmagazin *DER SPIEGEL*. Die gewählten Beispiele folgen dabei jedoch keiner systematischen Auswahl, was die Aussagekraft nicht für den Einzelfall schwächt, jedoch keine allgemeingültigen Aussagen über das Nachrichtenmagazin zulässt. Huhnke untersucht mit Hilfe einer Diskursanalyse – die Grundgesamtheit nicht

weiter erläuternd – im Zeitraum von 1980 bis 1992 die Berichterstattung des SPIEGEL über Migrantinnen in Deutschland. Sie legt dabei die Stereotype offen, mit denen das Nachrichtenmagazin vor allem im Politikteil „die schwarze Frau“, „die Türkin“ und „die Osteuropäerin“ medial konstruiert. Für die aus afrikanischen Ländern stammende Frau findet Huhnke im SPIEGEL nur eine Beschreibung: sie sei eine billige Prostituierte. Und auch die Osteuropäerin erscheine als Frau, die für wenig Geld zum Sex bereit sei. Allein die Türkin trate nicht als offen sexualisiertes Objekt auf, sondern würde durch ihre weite Bekleidung in der Öffentlichkeit verhüllt und gälte somit als nur für ihren Ehemann verfügbar. Nach Huhnke ist der muslimische Frauenkörper aufgrund seiner Unkenntlichmachung durch den Schleier vor offenem Sexismus geschützt und wird medial nicht als verfügbare Ware wie der Körper von Osteuropäerinnen oder afrikanischen Frauen verhandelt. Dennoch wird auch bei türkischen Migrantinnen das Thema Sexualität Teil der Darstellung, wenn die Jungfräulichkeit der Musliminnen zum Thema der Berichterstattung wird (vgl. ebd.: 130).

Zentral in der Inszenierung der Migrantin ist gemäß Huhnke die sprachliche Subjektposition, die der SPIEGEL gegenüber den Frauen aufbaut. Das Gebot der journalistischen Neutralität missachtend und stattdessen den schlüpfrigen „Jargon des Freiers“ (ebd.: 124) annehmend, beschreibe er die afrikanischen und osteuropäischen Frauen wie Objekte der Lust. Dieser Jargon werde erzielt, indem Zitate der männlichen Freier unkommentiert als Bildunterschriften oder als in den journalistischen Text eingebundene Beschreibungen benutzt werden. Die fotografischen Abbildungen verstärkten die Objektposition der Migrantinnen zusätzlich. Huhnke beschreibt, wie die Frauen oft nackt und frontal zur Kamera sitzen, die Freier neben ihnen aber angezogen sind und ihre Gesichter mit einem schwarzen Balken unkenntlich gemacht werden. So würden diese vor der Öffentlichkeit geschützt, während die Frauen ihr voyeuristisch ausgeliefert seien.

Hentges (2006) hat in ihrer Untersuchung der Migrationsberichterstattung im SPIEGEL auch den Einsatz weiblicher Stereotype herausgearbeitet. Ebenfalls mittels einer Diskursanalyse untersucht Hentges in der Berichterstattung aus dem Jahr 2001 und im ersten Quartal 2002 den Diskursstrang Zuwanderung, Einwanderung, Flucht und Asyl. Dazu isoliert sie einzelne Themenfelder aus der deutschen politischen Debatte: Green Card, Zuwanderung, Flucht und Asyl, (Spät-)Aussiedler/innen sowie Integration und Integrationsdefizite. Neben den Texten berücksichtigt sie auch die grafische Gestaltung der Beiträge. Hentges zeigt, in welchem Maße sich die Berichterstattung im SPIEGEL darauf versteht, den sozialen Status der einzelnen Migrationsgruppen zu unterscheiden und als hierarchisches Gefälle darzustellen. „Die Berichterstattung im SPIEGEL differenziert sehr genau zwischen den verschiedenen Formen

der Zu- bzw. Einwanderung“ (ebd.: 108). Es würde nach der Herkunft einzelner Zuwanderungsgruppen, ihrem sozialen Prestige, ihrer Ausbildung und ihrem wirtschaftlichen Gewinn für Deutschland – bzw. ihrem Gefahrenpotential – unterschieden. Tabellarische Darstellungen, Fotos, Diagramme und Infografiken dienten sowohl dazu, ökonomisch wichtige Zuwanderer und Zuwanderinnen positiv zu schildern, als auch – im Kontrast dazu – ein Bild der Bedrohung von wirtschaftlich schwachen Flüchtlingen zu erzeugen (ebd.). Als Beispiele für positive Integration fungierten Migranten und Migrantinnen im SPIEGEL dann, wenn sie sich als beruflich erfolgreich hervorgetan hätten und der Aufnahmegerüstschaft somit aktiv Nutzen brächten. Als Negativbeispiel diene dem Nachrichtenmagazin in der Debatte um Integration hingegen stets die muslimische Frau mit dem Kopftuch. Sie würde zur Verkörperung der Idee einer hermetisch abgeschlossenen „Parallelgesellschaft“ von in Deutschland lebenden Zuwanderern und Zuwanderinnen stilisiert (ebd.: 106). Hentges macht hier sichtbar, wie die Verzahnung von Ethnizität und Geschlecht in der Medienberichterstattung in besonderer Weise dazu dient, Fremdheit und Differenz als Bedrohung zu inszenieren.

Zu ähnlichen Befunden bei der Analyse der SPIEGEL-Berichterstattung kommt Farrokhzad (2002: 81): „Bei näherem Hinsehen lässt sich feststellen, dass einige Berichte, die sich etwa mit Migrantinnen beschäftigen, nicht nur ein relativ kleines Spektrum von Themenfeldern aufweisen, sondern zudem eine nationalspezifische Färbung offenbaren. Türkische Frauen werden zum Beispiel eher im Zusammenhang mit dem Islam oder der ‚Integrationsproblematik‘ thematisiert, während Osteuropäerinnen eher im Zusammenhang mit Prostitution in Erscheinung treten.“

Die vorliegende, primär explorative Forschung zeigt, dass Frauen mit Migrationshintergrund in deutschen Medien hochgradig stereotyp dargestellt werden. Sowohl geschlechtliche als auch ethnische Zuschreibungen sind zentraler Bestandteil der Darstellung und werden eingesetzt, um die Frauen nach ihrem sozialen und gesellschaftlichen Status zu klassifizieren. Jene Themenkomplexe, in denen Migrantinnen auftreten, werden mit Rhetoriken der Unterdrückung medial inszeniert: Menschenhandel, Prostitution und Islam. Die Medienbilder sind einseitig und sexualisiert, wenn nicht gar explizit sexistisch und evozieren den Eindruck von Passivität und Entmachtung der Subjekte. Diese Stereotype entstehen einerseits in Relation zueinander: Wo die sexuelle Verfügbarkeit zum Fixpunkt der Berichterstattung über die Osteuropäerinnen und Afrikanerinnen wird, ist als Gegenstück die verschleierte Sexualität der muslimischen Migrantin zu sehen. Doch diese Zuschreibungen entstehen andererseits auch in Beziehung zu den männlichen Akteuren der Nachrichten. In den Figuren der Freier, Menschenhändler und der muslimischen Patriarchen wird ein dominantes, männliches Gegenbild zur un-

terdrückten Migrantin entworfen. Schließlich nimmt auch der in den Medientext eingeschriebene „männliche Leser“ durch die sprachliche und visuelle Gestaltung der Artikel eine überlegene Subjektposition gegenüber der Migrantin ein und degradiert die dargestellte Frau zum Objekt.

### **1.3.3 Der Diskurs um die muslimische Frau**

#### *Die Muslimin in den Printmedien*

Die mediale Darstellung von Migration greift auf ein enges Repertoire an Rollenzuweisungen zurück: „die Prostituierte“, „die Sexsklavin“ und „das machtlose Opfer“. Die vorliegenden Studien zeigen, dass die Zugehörigkeit zum weiblichen Geschlecht in einen direkten Zusammenhang zu Sexualität und Begehrtswerden gestellt wird. Neben dieser als natürlich präsentierten heteronormativen Deutung liefert spätestens seit der islamischen Revolution 1978/79 im Iran auch die Weltreligion Islam der westlich-christlichen Position Interpretationsmuster und imaginäre Erklärungen, um besonders die Migrantin aus dem arabischen Raum als muslimische Migrantin darzustellen (vgl. Schiffer 2007). Die geografische Herkunft wird hier durch eine religiöse Zuordnung ersetzt. So richten die deutschen Medien nicht erst seit dem 11. September 2001 einen kritischen Blick auf die muslimische Migrantin. Bereits die Bilder von den Aufständen gegen das Shah-Regime im Iran liefern der westlichen Öffentlichkeit einen Interpretationsrahmen des Islam und seiner Geschlechterordnung, in dem nachfolgend auch die in Deutschland lebenden Musliminnen gedeutet werden<sup>14</sup> (vgl. Pinn 1997: 216; Amanuel 1996: 98). Dieses Repertoire an Deutungen hat sich allerdings im Kontext der aktuellen weltpolitischen Entwicklungen, in dem Judentum und Christentum antagonistisch zum Islam positioniert werden, noch verschärft. Die Muslimin wird zur Verkörperung religiöser und kultureller Fremdheit und Bedrohung (vgl. Schiffer 2007). „Im Diskursstrang ‚Islam‘ verläuft der Hauptteil der Debatte über die Kategorie Geschlecht“, schreibt Farrokhzad (2002: 80, Herv. i. O.). Sie bringt damit ein zentrales Ergebnis der einschlägigen Studien auf eine Formel, denn in den deutschen Medien wird das komplexe und vielfältige Thema Islam vor allem am Körper der Muslimin diskursiv verhandelt.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Eine Studie von Mikota (1996: 112) hat anhand der Untersuchung von Mitgliederzeitschriften deutscher Gewerkschaften Belege dafür gefunden, dass bereits in den 1960er Jahren in Afrika lebende Frauen als durch den Islam unterdrückt dargestellt wurden.

<sup>15</sup> Um die Rolle der Muslimin im Verhältnis von Orient und Okzident zu verstehen, sei auf zwei zentrale kulturwissenschaftliche Arbeiten verwiesen (Pinn/Wehner 1995; von Braun/Mathes 2007).

Röder (2007) hat die Darstellung der muslimischen Frau in der SPIEGEL-Berichterstattung untersucht und liefert mit ihrer Arbeit repräsentative Daten. 91 Artikel – die gesamte Berichterstattung im SPIEGEL über die Muslimin zwischen 1975 und 2005 – werden in einer quantitativen Inhaltsanalyse untersucht, die nach den zugewiesenen Handlungsrollen der muslimischen Frauen fragt. Röder geht in ihrer Analyse sowohl inhaltlichen als auch semantischen Fragen nach und untersucht, ob und wie stereotype Darstellungen über muslimische Frauen in der Berichterstattung des SPIEGELS hergestellt und stabilisiert werden. In dem Material wurde dafür nicht nur die textliche, sondern auch die visuelle Repräsentation der Beiträge kodiert. Die Studie legt ihren Fokus allgemein auf die muslimische Frau und bezieht somit sowohl Frauen in die Analyse mit ein, die als muslimische Migrantinnen in Deutschland leben, als auch Frauen muslimischen Glaubens in allen anderen Ländern. Ein gutes Drittel (35 %) der gesamten Berichterstattung behandelt Musliminnen in Deutschland. Diese werden vor allem in rechtlichen Themengebieten zur Sprache gebracht, besonders wenn es um „Integrationsprobleme“, den „Islam allgemein“ oder um „Politik“ geht (ebd.: 82). Muslimische Frauen werden in der Berichterstattung des Nachrichtenmagazins zu über einem Viertel in Opferrollen präsentiert, danach folgen Repräsentationen, die sie in einer politischen Funktion und als moderne Frau (beides 19 %) oder in einer familiären Rolle (13 %) zeigen (vgl. ebd.: 84). Die Rolle der Exotin, mit der Frauen aus muslimischen Ländern noch bei Huhnke (1996) beschrieben wurden, verliert in dem Material von Röder an Bedeutung. Lediglich acht Prozent der Berichterstattung gehören in diese Kategorie (vgl. ebd.). Auch die Rolle der „Extremistin“ findet sich bei Röder nur selten (vgl. ebd.: 87).

Die Ergebnisse einer kritischen Diskursanalyse, die Farrokhzad (2002, 2006) anhand von ausgewählten Artikeln des SPIEGEL und der EMMA durchgeführt hat, zeigen, dass das erotisch konnotierte Bild der Orientalin im deutschen Mediendiskurs verschwindet und durch Attribute wie Rückständigkeit und Unzivilisiertheit ersetzt wird. Die Kopfbedeckung fungiert zwar immer noch als wichtiger Bestandteil der Inszenierung, doch wird sie nicht mehr zum sinnlichen Schleier erklärt, sondern das Kopftuch gilt nunmehr als Zeichen der Bäuerlichkeit und unaufgeklärten Gottesfurcht (vgl. 2002: 86). Daneben erfüllt die Figur der modernen Muslimin eine interessante Funktion. Farrokhzad zeigt an diesem Typus, wie das Nicht-Tragen des Schleiers in der deutschen Berichterstattung als Zeichen der Modernität und Aufgeklärtheit gesehen wird (ebd.: 87). Hier entstehen die „anderen Anderen“ (ebd.). Denn aus der Gruppe der Frauen mit muslimischer Religionszugehörigkeit kristallisieren sich in der medialen Darstellung die gebildeten und säkularisierten Frauen heraus und setzen sich gegen die verschleierten,

gläubigen Musliminnen ab (vgl. hierzu auch Wellgraf 2008). Die Zuschreibungen sind damit eindeutig: Auf der einen Seite steht die der deutschen Frau ähnliche, emanzipierte Muslimin und auf der anderen Seite die rückständige, unterdrückte Kopftuchträgerin. Diese verengte Konzentration der Medienberichterstattung auf den Schleier als Symbol der Unterdrückung zeigt sich auch an Formulierungen wie „die gemäßigte Muslima“ (Schiffer 2007: o. S.). Schiffer verdeutlicht beispielsweise anhand der medialen Berichterstattung über eine muslimische Religionslehrerin, die ohne Kopftuch an einer deutschen Schule unterrichtet, wie diese als Sonderfall und Ausnahme dargestellt wird. Jede Muslimin mit Kopftuch muss im Vergleich dazu automatisch als fanatisch religiös gelten.

Eine weitere Strategie der deutschen Berichterstattung bezeichnet Schiffer (2007) als „Kronzeugenregelung“. Kronzeuginnen seien jene Frauen aus der muslimischen Community, die in den Medien auftreten und durch ihre Emanzipation von der Gruppe Urteilskompetenz zugesprochen bekommen. Die Soziologin Necla Kelek, die Politikerin Ayaan Hirsi Ali oder die Rechtsanwältin Seyran Ateş, die sich gesellschaftspolitisch für die Stärkung der Rechte muslimischer Migrantinnen in Deutschland und Europa einsetzen, sind bekannte Beispiele von als Kronzeuginnen inszenierten Expertinnen, die aus dem Inneren der vermeintlich hermetisch abgeschirmten Parallelgesellschaft berichteten. Schiffer kritisiert, wie diese Frauen als gebildete und darüber hinaus vor allem medienaffine Aktivistinnen ihre Islamkritik mit großer Autorität medial äußern könnten. Der journalistischen Sorgfalt würde jedoch nicht genüge getan, auch ebenso kompetente Gegenstimmen in die Diskussion um den Islam miteinzubeziehen. Als drei Kronzeuginnen, die durch eine eigene Geschichte, ihre Ausbildung und Arbeit die Unterdrückung von Frauen durch den Islam dokumentieren könnten, traten diese Frauen immer wieder in den Medien auf und spielten so der gegen den Islam voreingenommenen, deutschen Mehrheitsgesellschaft Argumente zu (vgl. ebd.). Anhand von zahlreichen Beispielen aus der deutschen Printberichterstattung über muslimische Migrantinnen weist Schiffer außerdem darauf hin, dass die verschleierte Muslimin meist auf Bildern erscheint und zu „Illustrationszwecken“ dient (Schiffer 2007: o. S.). Ihr Konterfei wird dabei auch für journalistisch aufbereitete Themen herangezogen, die sich nicht primär um ihre Person drehen. Ob bei der Debatte um die Einwanderung nach Deutschland, um die Integrationskurse oder die Arbeitslosigkeit unter Jugendlichen mit Migrationshintergrund, die Kopfbedeckung dient in der visuellen Aufbereitung der Texte dazu, Kennzeichen der Fremdheit einzusetzen. Die verschleierte oder Kopftuch tragende Frau wird so zum Schlüsselbild für die mediale Repräsentation kultureller Fremdheit und Rückständigkeit.

Klaus und Drüeke (2010) sowie Drüeke, Kirchhoff und Klaus (2010) untersuchen ebenfalls die symbolischen Implikationen des Schleiers im transnationalen Europa. Sie verfolgen dabei einen Ansatz, der Medien und ihre gesamte Bedeutungsproduktion als geopolitische Räume konstruiert, weshalb sie nicht einzelnen Medien oder Mediengattungen nachgehen. Medieninhalte sehen sie als semiotische Räume, welche mit Bedeutungen gefüllt werden können oder sich vor Interpretationszuweisungen verschließen. Die Autorinnen zeigen, wie sich die öffentliche Debatte um den Schleier als etwas offenbart, das vor allem dazu dient, geopolitische Grenzziehungen zwischen dem Inneren und dem Äußeren von Europa zu verdeutlichen. Die Autorinnen sehen jedoch, dass mit diesen abgeriegelten Medienräumen durchaus widerständig umgegangen werden kann, was sie mit Beispielen aus der Kunst belegen. In der Ablehnung der hegemonialen Vorstellung des Schleiers als Zeichen der Marginalisierung entstünden mit der Medienaneignung neue „Zwischen-Räume“ (Klaus/Drüeke 2010: 116).

Die verschiedenen Inhaltsanalysen der deutschsprachigen Berichterstattung über Musliminnen zeigen, dass in den medialen Konstruktionen der muslimischen Frauen in Deutschland und Europa ein westliches Wertesystem kolportiert wird, in dem die Muslimin als Geogenentwurf zur westlichen Frau dient. Die westliche Welt wird dabei zum erfolgreichen Repräsentanten der Geschlechtergleichstellung. Die Kulturwissenschaftlerin Dietze (2009: 184) schreibt hierzu: „Sexismus wird damit weg von den weiterhin unbefriedigenden abendländischen Geschlechterverhältnissen auf die ethnisch ‚Anderen‘ verschoben. Interessanterweise entsteht in diesem Screen das Bild von der emanzipierten okzidentalen Frau wie von selbst.“ Indem die moderne, atheistische Frau mit Migrationshintergrund gegen die gläubige, verschleierte Muslimin ausgespielt wird, zeigt sich, dass die okzidentalen Werte der Disziplinierung dienen. Wer nach einer westlichen Vorstellung lebt und den dazugehörigen Wertekanon vertritt, wird als Mitglied im Einwanderungsland Deutschland akzeptiert.

### *Die Muslimin in der aktuellen Fernsehberichterstattung*

Die Analysen von Printmedien zeigen, dass die Muslimin in einem tendenziell problembehafteten Kontext dargestellt wird. Dabei ist die durch sie repräsentierte Geschlechterordnung immer ein zentrales Narrativ. Dieses Resultat deckt sich mit der Fernsehanalyse von Hafez und Richter (2007, vgl. Kapitel 1.2.1), die ebenfalls darlegt, dass Berichte über Frauen im Islam stets in einem gesellschaftspolitischen, kritischen Kontext aufbereitet sind. Nur in vier Prozent der Beiträge über den Islam tauchen Frauen als handlungsrelevante Akteurinnen auf. Die

Handlungsrollen der muslimischen Frauen sind dabei extrem eingeschränkt, denn diese Beiträge erzählen entweder von der Emanzipation der Frauen vom Islam oder sie machen die Unterdrückung der Frau durch den Islam zu ihrem Gegenstand (vgl. ebd.: 3). Was Hafez und Richter auf einer repräsentativen Ebene zeigen, macht Paulus (2007a) mit Hilfe einer Diskursanalyse am Beispiel von öffentlich-rechtlichen Fernsehdokumentationen über Muslime von 2000 bis 2006<sup>16</sup> noch deutlicher. Sie weist zunächst darauf hin, dass in der aktuellen Fernsehberichterstattung über Musliminnen und Muslime in Deutschland eine Pluralisierung der Rollen muslimischer Frauen stattgefunden habe, die nun auch als Schülerinnen, Ärztinnen, Moderatorinnen, Hausfrauen und Mütter, Büroangestellte, gläubige und säkulare Musliminnen zu sehen seien. Doch diese vielfältigen Darstellungsweisen kommen dennoch nicht ohne den impliziten Bezugspunkt zur verschleierten Frau aus. Für Paulus (2007a: o. S.) gilt: „In diesem Motiv [der kopftuchtragenden Muslimin, Anm. d. A.] verdichtet sich die Gegenüberstellung von Moderne und Traditionalismus, die als ein alles durchdringender Gegensatz die medialen Darstellungen von Muslimen insgesamt prägt.“ Da die vervielfältigten Rollen weiterhin als Abweichungen inszeniert und vom Publikum erkannt würden, sieht Paulus hier kein Ausbrechen aus den Stereotypen, sondern sie bewertet dies als Bestärkung und Rückversicherung einer „modernen, emanzipierten, fortschrittlichen und überlegenen deutschen Gesellschaft“ (ebd.). In Paulus' Materialkorpus sind keine Bilder von Musliminnen auszumachen, die ohne Referenz auf Themen wie Unterdrückung und patriarchale Gewalt auskommen. Sie schlussfolgert: „Aus der Perspektive der Mehrheitsgesellschaft ist eine Muslima außerhalb des thematischen Bezugs [von Gewalt und Unterdrückung, Anm. d. A.] weder denk- noch sichtbar.“ (ebd.) In der Detailanalyse der TV-Dokumentation „Fremde Nachbarn. Muslime zwischen Integration und Isolation“ untersucht Paulus (2007b; 2008) die ästhetischen Inszenierungsstrategien, mit denen die zwei muslimischen Akteurinnen und der muslimische Akteur in Szene gesetzt werden. Sie kritisiert, wie das Genre Dokumentarfilm mit seinem Anspruch auf Authentizität filmische Mittel benutzt, um eine spezifische Deutung muslimischer Lebensweisen zu konstruieren. Gewalt und Unterdrückung von Frauen, so suggeriere der Medientext, seien selbstverständlicher Bestandteil des Alltags von Migrantinnen.

---

<sup>16</sup> Nähere Angaben zu Auswahl und Materialkorpus macht die Autorin nicht.

### 1.3.4 Fazit und Desiderata

Die Darstellung von Migrantinnen in deutschen Medien wurde bislang nur punktuell beforscht. Das wöchentliche Nachrichtenmagazin *DER SPIEGEL* war dabei der häufigste Untersuchungsgegenstand. Dabei überwiegen jedoch qualitative Fallstudien, nur Röders Arbeit legt systematisch gewonnenes Material zu Grunde. Allerdings kann zum gegenwärtigen Zeitpunkt keine valide Aussage darüber getroffen werden, ob der *SPIEGEL* in den kritisierten rassistischen und sexistischen Tendenzen einen Extremfall in der deutschen Berichterstattung darstellt. Auf dem Gebiet der Printmedien fehlen nach wie vor systematische Studien, die auch die tagesaktuelle Presse miteinbeziehen. Empirische Arbeiten über die Repräsentation von Ethnizität und Geschlecht in den überregionalen Qualitätszeitungen, den regionalen und lokalen Zeitungen oder den Boulevard-Printmedien sind bislang ausgeblichen. Auch Frauenzeitschriften oder andere Publikumszeitschriften sind bis zum heutigen Zeitpunkt weitestgehend unerforscht mit Blick auf die Thematisierung der Lebenswelten von Migrantinnen. Des Weiteren mangelt es an systematischer Materialsichtung und es fehlt an repräsentativen Untersuchungen. Nur wenige Studien zeichnen sich durch eine konsequente Betrachtung des Gesamtmaterials aus, auf dessen Grundlage sie eine systematische Auswahl der Analyseeinheiten treffen. Dies zeigt sich auch darin, dass das analysierte Medienmaterial unzureichend charakterisiert wird. Damit lassen sich die Ergebnisse nur begrenzt generalisieren und einige Studien kommen aufgrund ihrer eklektisch gesammelten Medienbeispiele über einen Singularitätsanspruch nicht hinaus. Da die Einzelfallanalysen jedoch Strukturen und Tendenzen sichtbar machen, die für das Forschungsfeld wichtig sind, wäre hier eine größere Systematik wünschenswert. Positiv anzumerken ist dagegen die hohe theoretische Reflexion zahlreicher Arbeiten. Mit diskursanalytischen Ansätzen gelingt es, die Verschränkungen von Sexismus und Rassismus in der medialen Verhandlung des Einwanderungsdiskurses sichtbar zu machen. Auch dem Zusammenspiel von visueller und sprachlicher Darstellung in der journalistischen Berichterstattung kann mit diesen Forschungsmethoden Rechnung getragen werden. Wünschenswert wäre es folglich, diese theoretisch reflektierten, qualitativen Analysen um standardisierte Arbeiten auf breiterer empirischer Materialbasis zu ergänzen.

Inhaltlich wird das Forschungsfeld von Untersuchungen zu den spezifischen Darstellungsweisen muslimischer Migrantinnen in den Medien dominiert. Dabei zeigen diese Studien eindrucksvoll, in welcher Weise durch die Verknüpfung von Ethnizität und Geschlecht in der Medienberichterstattung die kulturelle Konfrontation von Okzident und Orient als Gegensatz von Moderne und Traditionalismus hergestellt

wird. Durch diese Analysen, die ausschließlich den *clash of civilisations* in der medialen Darstellung von migrantischen Lebensentwürfen in den Ländern des globalen Westens sehen, wird jedoch auch eine interpretatorische Engführung der Medien ersichtlich. Die dominante Inszenierung der Muslimin als besondere Andere erschwert die Sichtbarkeit von weiteren migrantischen Lebensentwürfen in den Medien. Es bedarf deshalb weiterer Studien, die das gesamte Spektrum von in Deutschland lebenden Menschen mit Migrationshintergrund und deren Repräsentationen in den Medien untersuchen.

Im Zusammenspiel von Medienbild und dessen Rezeption wird gesellschaftliche Zugehörigkeit durch das Medienpublikum verhandelt. Die Nutzung deutscher oder heimatsprachlicher Medienangebote ist dabei immer auch als Reaktion auf die in diesen Medien entworfenen Images und deren Identifikationspotenzial zu sehen. Hier wird die Bedeutung eines differenzierten und vielfältigen Darstellungsangebots in den Medien sichtbar. Diversität als Vielfältigkeit ethnischer und geschlechtsgebundener Lebensentwürfe wird so zu einem Qualitätskriterium demokratischer Medienöffentlichkeit. Nur so kann die Partizipation aller in Deutschland lebenden Bevölkerungsgruppen an gesellschaftlichen Kommunikationsprozessen möglich werden. Sowohl ökonomische Globalisierungsprozesse wie sich verstärkende wirtschaftliche Ungleichheit zwischen Nord und Süd und kriegerische Auseinandersetzungen werden auch in Zukunft weltweit Migrationsströme verursachen. Medien übernehmen eine wesentliche Funktion, diese gesellschaftlichen Wandlungsprozesse sichtbar zu machen. Damit werden sie zum gelebten Alltag und ermöglichen allen Bewohnerinnen und Bewohnern eines Landes an der öffentlichen Auseinandersetzung um die gemeinsame gesellschaftliche Identität, die einem fortlaufenden Wandel unterzogen ist, teilzuhaben.

## 1.4 Aufbau der empirischen Studie

Anknüpfend an eine erste systematische Aufarbeitung des deutschsprachigen Forschungsstandes zu Migration und Medien wird sichtbar, dass eine geschlechtsspezifische Betrachtung der Medienberichterstattung über bzw. die Mediennutzung von Migrantinnen bislang allenfalls in Form von Fallstudien stattgefunden hat. Das empirische Wissen über die mediale Darstellung speziell von Migrantinnen ist damit im deutschsprachigen Raum recht dünn. Daher werden hier im Rahmen einer Inhaltsanalyse empirische Aussagen über das medial konstruierte Bild der Migrantin erhoben und interpretiert. In einem weiteren Schritt wird die Rezeption und Aneignung dieser Medienbilder

von Migrantinnen und Nicht-Migrantinnen mittels Fokusgruppengesprächen analytisch betrachtet. In diesen Gesprächsrunden wird zuvor gewonnenes Medienmaterial als Impuls eingesetzt, um zu rekonstruieren, in welcher Weise die angebotenen Medienbilder zum Ausgangspunkt eigener Deutungs- und Aushandlungsprozesse werden. Dazu werden Gruppendiskussionen geführt, in deren Mittelpunkt die Fragen stehen: Was bedeutet der Begriff der Migrantin für die Befragten? Wie nehmen die Befragten Medienbilder von Migrantinnen wahr? In welcher Weise rezipieren Migrantinnen und Nicht-Migrantinnen die angebotenen Medienbilder? Welche Kritik und Erwartungen formulieren sie an die Medienberichterstattung? Wie prägen Medienbilder das Selbst- und Fremdbild von Migrantinnen?

Die Verknüpfung der Inhaltsanalyse mit der Rezeptionsstudie erlaubt Rückschlüsse darauf, in welcher Weise Bilder von Migrantinnen Bedeutung für die Selbst- und Fremdwahrnehmung entwickeln. Um Aussagen über das Selbst- und Fremdbild der Migrantinnen treffen zu können, reicht eine Analyse der Medientexte nicht aus. Medienbilder liefern Deutungsentwürfe, die nicht eindimensional in der Wahrnehmung des Publikums reproduziert werden. Vielmehr finden aktive Auseinandersetzungen mit dem angebotenen Medienmaterial statt, die bei Migrantinnen und Nicht-Migrantinnen auf vielfältiges Vorwissen und lebensweltliche Erfahrungen treffen. Die vorliegende Studie bietet profundes Material, welches die medialen Erscheinungskontexte von Migrantinnen zunächst analysiert, um im zweiten Schritt Aussagen zu ermöglichen, wie Frauen mit und ohne Migrationshintergrund die medialen Repräsentationen von Migrantinnen deuten, bewerten und mit ihrer eigenen Lebenswelt in Verbindung setzen.