



INTERKULTURELLE MEDIEN- ARBEIT AUF EINEN BLICK

Immer mehr Migrant(inn)en leben und arbeiten in NRW. Sowohl in ihrem (Berufs-)Alltag als auch hinsichtlich ihrer sozialen Integration spielen Medien eine wichtige Rolle. Für die Medienkompetenzförderung bedeutet dies Chance und Herausforderung zugleich.

„Interkulturelle Medienarbeit auf einen Blick“ erläutert Hintergründe, zeigt Potentiale der interkulturellen Medienarbeit auf und bietet Anregungen für Bildungsträger. Im Fokus steht dabei nicht die ländergrenzenübergreifende Arbeit mit und über Medien, sondern die Binnenperspektive der interkulturellen Medienarbeit, also die kompetenzorientierte Medienarbeit mit in Deutschland lebenden Ausländer(inne)n und/oder Menschen mit Zuwanderungsgeschichte.

HINTERGRUND

In Nordrhein-Westfalen leben rund 4,3 Millionen Menschen mit Zuwanderungsgeschichte, die unser Leben, Lernen und Arbeiten in der Informationsgesellschaft mit prägen. Hinter dieser Zahl stehen Individuen mit unterschiedlichsten Biographien und Lebensentwürfen. Von „den Migrant(inn)en“ kann daher nicht die Rede sein. In der Medienkompetenzförderung werden sie in unterschiedlicher Art und Weise als Zielgruppen angesprochen – als heranwachsende Mediennutzer(innen), als Eltern, Großeltern und/oder Senior(inn)en. Häufig geht es dabei um Problemlagen, was den Blick nicht verengen sollte. Also: Wie sieht ihre Mediennutzung aus, was charakterisiert sie, woran lässt sich bei der interkulturellen Medienarbeit anknüpfen?

Mediennutzung junger Migrant(inn)en

Einblicke in die Mediennutzung junger Migrant(inn)en bietet eine Studie, die 2010 im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) durchgeführt wurde (Trebbe, Heft, Weiß 2010). Dazu wurden in NRW jeweils rund 300 russische Aussiedler(innen) und 300 Personen türkischer Herkunft im Alter zwischen zwölf und 29 Jahren zu ihrer Mediennutzung und Medienkompetenz befragt. Mithin wurde die Altersspanne zwischen Jugend und jungen Erwachsenen abgedeckt. Darüber hinaus wurden Gruppendiskussionen mit Eltern zu ihrer Medienerziehung geführt.

Grundsätzlich ging es um die Frage, ob der Umgang junger Migrant(inn)en mit den Medien einen Beitrag zu ihrer

mekonet Dokulinks

Mit seinem Dokulink-Service möchte **mekonet** Sie dabei unterstützen, komplexe Internetadressen leichter erreichen zu können, auf die wir in unseren Materialien hinweisen. Hinter dem Texthinweis „Dokulink“ finden Sie jeweils eine zugehörige Nummer zum Angebot. Wenn Sie dieses Angebot aufrufen möchten, tippen Sie die Nummer in das Eingabefeld auf unserer Internetseite unter www.mekonet.de/dokulink ein. Sie werden dann automatisch zum entsprechenden Angebot weitergeleitet.

Alternativ können Sie den Dokulink auch direkt aufrufen, indem Sie nach mekonet.de/d/ die jeweilige Nummer des Dokulinks in die Webadresse einfügen, also zum Beispiel mekonet.de/d/123456.

Literatur- und Linktipps

- ARD/ZDF-Medienkommission (2011): „Migranten und Medien 2011.“
Dokulink 116569
- Arnold, Norbert / Maier, Wolfgang / Wippermann, Carsten (Hg.) (2010): „Lebenswelten Jugendlicher mit Migrationshintergrund – Herausforderungen und Perspektiven.“
Dokulink 455012
- Bürgermeister, Eva / Düx, Sascha (2002): „CrossCulture: Vernetzung interkultureller Jugendmedienarbeit.“ In: Nexum, Ausgabe 09, S. 8-11.
Dokulink 482657
- Deutscher Bundestag (Hg.) (2010): Achter Bericht über die Lage der Ausländerinnen und Ausländer in Deutschland (Drucksache 17/2400).
Dokulink 699961

Integration in die deutsche Gesellschaft leistet oder dieser eher entgegensteht, also um die Frage nach der Existenz einer medialen Parallelgesellschaft. Praktisch wurde versucht, Ansatzpunkte für eine zielgruppenspezifische Medienkompetenzförderung zu finden. Dabei wurde sowohl die Nutzung der klassischen Massenmedien Presse, Hörfunk und Fernsehen analysiert als auch der Umgang junger Migrant(inn)en mit den neuen Individualmedien PC, Internet, Handy und digitalen Spielen untersucht. Ergebnis: Bedeutsamer als das Trennende (der kulturelle Hintergrund beziehungsweise die Herkunft) ist das Verbindende (die jugendspezifische Mediennutzung) – auch in Bezug auf deutsche Jugendliche.

Das Fernsehen ist das wichtigste Massenmedium, aber auch Internet und Computer gehören für rund zwei Drittel der Befragten zum alltäglichen Medienumgang (Trebbe, Heft, Weiß, 2010). Deutlich geringer ist dagegen die Bedeutung von Radio und Zeitung für junge Migrant(inn)en: Nur 20 Prozent der zwölf- bis 29-jährigen russischen Aussiedler und 28 Prozent der gleichaltrigen türkischstämmigen Jugendlichen lesen regelmäßig eine Zeitung (ebenda). Unabhängig davon, dass sich die türkischstämmigen Jugendlichen und jungen russischen Aussiedler in ihren konkreten Migrationserfahrungen, ihrem Verhältnis zu Deutschland und in ihren Sprachgewohnheiten deutlich voneinander unterscheiden, gehen sie mit den „alten“ und den „neuen“ Medien also recht ähnlich um.

Das bedeutet aber nicht, dass die jeweiligen Migrant(inn)enmilieus für die Mediennutzung und Medienkom-

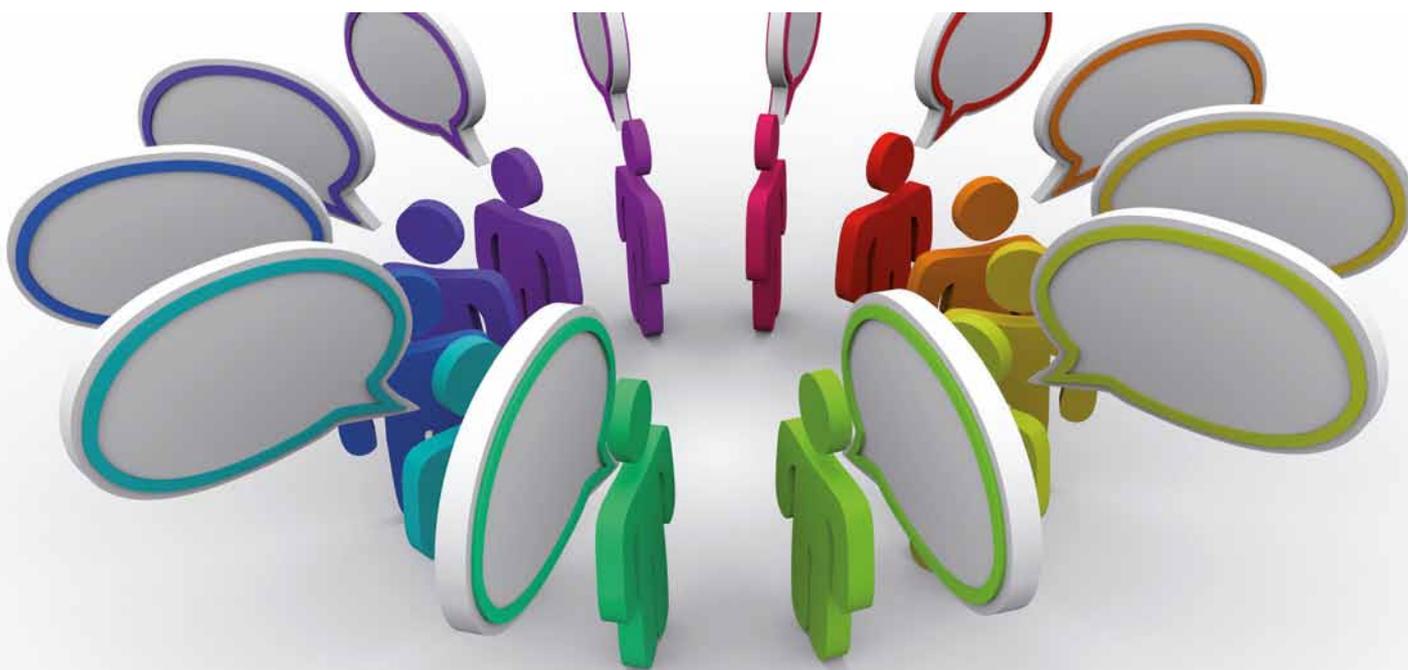
petenz der Jugendlichen keine Bedeutung haben. Zum Beispiel wenden sich die jungen russischen Aussiedler stärker und häufiger exklusiv den deutschen Medien zu. Türkischstämmige Jugendliche kombinieren häufiger türkisch- und deutschsprachige Medienangebote und nutzen öfter Medien aus ihrem Herkunftskontext (Trebbe, Heft, Weiß 2010).

Wie bei deutschen Jugendlichen entscheiden an erster Stelle der soziale Status und die formale Bildung (besuchter Schultyp/-abschluss) über das Mediennutzungsverhalten von jungen Migrant(inn)en; die Zuwanderungsgeschichte spielt eine eher nachgeordnete Rolle. So nehmen die Nutzungswerte für PC und Internet in beiden Gruppierungen mit zunehmendem Bildungsstatus deutlich zu: Sie liegen bei den Gymnasiast(inn)en um rund 20 Prozentpunkte höher als bei den Hauptschüler(inne)n (ebenda).

Anders als die formale Bildung ist die Bedeutung des Geschlechts für die Mediennutzung eng mit dem jeweiligen Migrant(inn)enmilieu verknüpft: Während die türkischstämmigen Mädchen einen deutlich geringeren Zugang zu PC und Internet haben als ihre männlichen Altersgenossen, gibt es bei den jungen russischen Aussiedlern in dieser Hinsicht keine Unterschiede (ebenda).

Zwischenfazit für die Medienkompetenzförderung: Eine „mediale Parallelgesellschaft“ existiert nicht. Bildung und geschlechterspezifische Zugänge sind wichtiger als Migrationshintergründe. Und wie sieht es jenseits der Mediennutzung aus?

INTERKULTURELLE MEDIENARBEIT AUF EINEN BLICK



Bildung und Arbeit

Obwohl sich das Berufsspektrum der erwachsenen Migrant(inn)en insgesamt weg von niedrig qualifizierten Tätigkeiten der ersten „Gastarbeiter-Generation“ hin zu höher qualifizierten Berufen erweitert hat, kann hinsichtlich des schulischen Bildungsabschlusses unter jugendlichen Migrant(inn)en ein insgesamt eher niedriges Niveau festgestellt werden: Sie erwerben öfter einen Hauptschulabschluss und seltener die allgemeine Hochschulreife als junge Deutsche (Ausländerbericht 2010, S. 55). Die Mehrheit der jugendlichen Migrant(inn)en konzentriert sich bei der Berufswahl auf die so genannten „Top-10-Berufe“: Jungen wollen bevorzugt Kfz-Mechatroniker, Maler oder Lackierer werden, die Mädchen Bürokauffrau oder Arzthelferin. In den Ausbildungsgängen des Öffentlichen Dienstes sowie in den IT- und Medienberufen sind sie in der Minderheit.

Die Ursachen hierfür sind vielfältig, reichen von strukturellen Benachteiligungen bis hin zu individuellen Gründen (Geissler, Weber-Menges 2008). Von Nachteil sind ebenfalls fehlendes kulturelles Wissen – gerade auch der Eltern – über Ausbildungswege und -chancen sowie fehlendes Selbstbewusstsein, den interkulturellen Hintergrund gewinnbringend einzusetzen. Hier gilt es unter anderem in der Medienkompetenzförderung qua interkultureller Medienarbeit anzusetzen. Aber, um es noch einmal deutlich zu sagen: „Der Blick auf Jugendliche mit Migrationshintergrund darf [...] nicht nur auf Problemlagen verengt werden. Es gibt in Deutschland eine Vielzahl junger Menschen mit Zuwanderungsgeschichte, die gut integriert sind, am gesellschaftlichen Leben partizipieren

und im weiteren Sinne erfolgreich sind.“ (Arnold, Maier, Wippermann 2010).

Erwachsene Migrant(inn)en, Mediennutzung und Erziehung

Die Sprachkenntnisse von Migrant(inn)en und ihre Nutzung deutscher Medien stehen in engem Zusammenhang. Dies belegt die im Auftrag der ARD und des ZDFs durchgeführte Repräsentativerhebung „Migranten und Medien 2011“ zur Mediennutzung von Migrant(inn)en in Deutschland, an der circa 3.300 erwachsene Menschen mit Zuwanderungsgeschichte teilnahmen. Die Studie kommt ebenfalls zu dem Schluss: Eine „mediale Parallelgesellschaft“ existiert nicht.

Die Medienerziehung von erwachsenen Migrant(inn)en als Eltern ist wenig(er) erforscht. Die LfM-Studie zur Mediennutzung junger Migrant(inn)en konnte jedoch erheben: Teilweise mangelt es an der Medienausstattung in den Elternhäusern – gerade etwa bei den alten Medien – mit Konsequenzen für den elterlichen Kompetenzaufbau, teilweise am „Modellverhalten“ der Eltern, etwa im Hinblick auf die Nutzung von Digitalmedien (Trebbe, Heft, Weiß 2010). Jenseits fehlender Kompetenzen kommt bei türkischstämmigen Familien ein milieuspezifisches Problem hinzu, welches insbesondere die Mütter auf die Mädchen übertragen: Gemeint ist die Angst, „den Kindern könnte aus dem nicht sachgemäßen Gebrauch dieser Medien Schaden erwachsen. Faktisch resultiert daraus ein fatales Gemisch aus Hilflosigkeit und Verboten“ (ebenda).

Literatur- und Linktipps

- El-Mafaalani, Aladin / Toprak, Ahmet (2011): Muslimische Kinder und Jugendliche in Deutschland. Lebenswelten – Denkmuster – Herausforderungen. Sankt Augustin: KAS. **Dokulink 863130**
- Geissler, Rainer / Weber-Menges, Sonja (2008): „Migrantenkinder im Bildungssystem: doppelt benachteiligt.“ In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ), 49, S. 14-22.
- Im Blickpunkt: „Älter werden mit Medien“ und „Nachhaltigkeit und Medien“ (beide 2010). **Dokulinks 224933 und 776239**
- Internet-ABC auf Türkisch **Dokulink 907428**
- Mehrsprachige klicksafe Materialien **Dokulink 396968**
- Textor, Martin R. (o.D.): Elternarbeit mit Migrant/innen **Dokulink: 510387**
- Toprak, Ahmet (2004): Türöffner und Stolpersteine. Worauf Sie in der interkulturellen Elternarbeit achten sollten. In: Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern (Hg.): Türöffner und Stolpersteine. Elternarbeit mit türkischen Familien als Beitrag zur Gewaltprävention. München: Aktion Jugendschutz, S. 60-74.
- Trebbe, Joachim / Heft, Annett / Weiß, Hans-Jürgen (2010): Mediennutzung junger Menschen mit Migrationshintergrund. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), Band 63. Berlin: Vistas.

Aladin El-Mafaalani und Ahmet Toprak beschreiben in der Studie „Muslimische Kinder und Jugendliche in Deutschland“ (El-Mafaalani, Toprak 2011) den oftmals noch viel zu wenig bekannten Alltag muslimischer Heranwachsender. Sie verdeutlichen, in welchem Dilemma diese Gruppe steckt: Das zu Hause vermittelte Wertesystem weicht oftmals von den Erziehungsvorstellungen und -stilen in deutschen Bildungseinrichtungen ab: Loyalität, Autorität oder die Bedeutung des Individuums werden im familiären Kontext anders verstanden und vermittelt als in deutschen Kindergärten und Schulen.

Dieser Zwiespalt vergrößert sich noch, wenn Eltern muslimischer Kinder ein „abweichendes“ Grundverständnis des deutschen Bildungssystems haben, gepaart mit einer überdurchschnittlich hohen Bildungserwartung in der Hoffnung auf Aufstiegschancen für den Nachwuchs (ebenda). Das kann zum Beispiel die Vorstellung sein, dass man in Kindergärten systematisch Deutsch lernen kann beziehungsweise diese hierfür ausgelegt sind: (DELFIN4) Förderangebote werden als Sprachunterricht fehlinterpretiert. Resultierend aus der Herkunftskultur verstehen sich Eltern mit Zuwanderungsgeschichte häufig nicht als „Zielgruppe“ von Bildungsinstitutionen, auf denen – nach ihrem Verständnis – die Hauptlast der Bildungsverantwortung liegt (vgl. Textor o. D.).

Kooperativ angelegte Szenarien, die Eltern als Bildungspartner verstehen, kommen so schnell an ihre Grenzen und Jugendlichen mit Zuwanderungsgeschichte fehlt

es vielfach an der passenden Unterstützung. Um Eltern mit Zuwanderungsgeschichte leichter zu erreichen, wird daher immer häufiger mit niedrig schwelligen „peer-to-peer“ Ansätzen in der Elternarbeit experimentiert, bei denen Eltern als Multiplikatoren fungieren – ein Trend in der Medienbildung(sarbeit) allgemein. Muttersprachliche Informationsangebote zur Medien-erziehung in der Familie unterstützen die Ansprache. Für aus der Türkei stammende Familien hat die Medienkompetenzinitiative Internet-ABC beispielsweise 2011 erstmals auch ein türkischsprachiges Online-Angebot aufbereitet. Die Initiative klicksafe bietet Materialien in türkischer, arabischer und russischer Sprache an.

„Türöffner und Stolpersteine“ im Kontakt mit traditionell orientierten türkischen Familien beschreibt Ahmet Toprak auch in einem gleichnamigen Buch älteren Datums (Toprak 2004).

Senior(inn)en

Jenseits der Eltern mit Migrationshintergrund kommt die Zielgruppe der Senior(inn)en in den Blick. Die Ende der Fünfziger Jahre aus volkswirtschaftlichen Gründen angeworbenen Migrant(inn)en sind mittlerweile in Rente. Ein Großteil von ihnen verbringt seinen Lebensabend in Deutschland. Nach einer Hochrechnung des Statistischen Bundesamtes wird dieser Personenkreis bis zum Jahr 2030 auf rund 2,8 Millionen ansteigen.

Ältere Migrant(inn)en stellen eine spezielle Zielgruppe der Medienkompetenzförderung dar, denn Hemmschwellen bei der Nutzung deutschsprachiger Medien-

INTERKULTURELLE MEDIENARBEIT AUF EINEN BLICK

angebote oder neuer Medien bestehen in vielen Fällen. Hinsichtlich der Nutzung neuer Medien sind „Barrieren in den Köpfen“ vorhanden, so dass spezielle Angebote der Medienkompetenzförderung gefragt sind – wie auch bei deutschen Senior(inn)en (vgl. Im Blickpunkt: Älter werden mit Medien, 2010).

NACHHALTIG WIRKEN

Warum interkulturelle Medienarbeit? Will man dazu beitragen, dass sich Menschen mit Zuwanderungsgeschichte in unserer Gesellschaft gut aufgehoben fühlen sowie sozial und bezogen auf die Informationsgesellschaft gut integriert sind, bedarf es spezieller Angebote. Interkulturelle Medienarbeit leistet hier einen Beitrag in beiderlei Hinsicht.

Zudem trägt interkulturelle Medienarbeit zur nachhaltigen Entwicklung unserer Gesellschaft bei. Damit stärkt sie auch die Entwicklungsfähigkeit des Wirtschaftsstandortes. Nachhaltigkeit setzt sich in den gängigen Formulierungen aus ökologischen, sozialen und ökonomischen Komponenten zusammen, die nur im Zusammenspiel als erfolgreich betrachtet werden (vgl. hierzu vertiefend Im Blickpunkt: Medien und Nachhaltigkeit, 2010).

Leitlinien

Interkulturelle Medienarbeit sollte von den Lebenswelten hier lebender Migrant(inn)en ausgehen, an deren alltäglicher Mediennutzung und Ressourcen ansetzen und sie bereits im Planungsprozess berücksichtigen (vgl. Bürgermeister, Dux 2002). Sie sollte Medien einsetzen, um Kommunikations- und Identifikationsprozesse anzuregen und einen reflektierten Umgang mit Medien vermitteln. Ein geschlechtersensibles Vorgehen empfiehlt sich hierbei mit Blick auf die unterschiedlichen Nutzungsformen.

Interkulturelle Medienarbeit hilft gegen Ausgrenzungs- und Abschottungstendenzen, indem sie zum Beispiel ethnischisierende und stigmatisierende Medienbilder hinterfragt. Menschen mit Zuwanderungsgeschichte sind häufig Gegenstand der Berichterstattung – mal als „arme Ausländer“, die in billigen Notunterkünften hausen, oder als Kriminelle. Alltagsnahe Gegenentwürfe sind hier eher die Ausnahme.

Und: Sichtbare Subjekte der Berichterstattung sind sie selten – trotz zahlreicher Bemühungen in den letzten Jahren. Praktische interkulturelle Medienarbeit gibt Migrant(inn)en hier die Stimme, die sie für eine gleichberechtigte Teilhabe brauchen. Sie sorgt für öffentliche Wahrnehmung und Wertschätzung, weil Medienerzeugnisse Einblicke in die Lebenssituation von Migrant(inn)en geben und die Teilhabe am gesellschaftlichen Diskurs in Richtung einer bürgerschaftlichen

Aktivierung gewährleisten. Die Qualifizierung für den Arbeitsmarkt ist dabei ein willkommener Nebeneffekt.

Wichtig sind dabei Kooperation und interkulturelle Vernetzung – insbesondere dann, wenn eigene Ressourcen beschränkt sind. Kommunikative Infrastrukturen und Informationen in lokalen, regionalen und europäischen Netzwerken bieten hier Ansatzpunkte für Erfahrungsaustausch, Kostenplanung, Qualifizierung, Beratung sowie projektbezogene Zusammenarbeit.

Anlaufstellen, Projekte und Netzwerke

- Das **Bürgermedienzentrum Bennohaus** mit dem Trägerverein Arbeitskreis Ostviertel e.V. und dem Offenen Kanal „tv münster“ veranstaltet seit Jahren interkulturelle Medienprojekte. Mittlerweile besteht ein europaweites Netzwerk von Kultur- und Medieneinrichtungen. Eine multimediale Plattform der internationalen Jugendmedienarbeit bildet dies ab: www.youth4media.com
- **ROOTS & ROUTES** ist ein internationales Netzwerk zur Förderung kultureller und sozialer Vielfalt in zeitgenössischen darstellenden Künsten und Medien – mit Knotenpunkten in mehreren Städten in NRW. Neben einer multimedialen Online-Plattform gehören dazu die Organisation von Workshops, Masterclasses, Auftritten und Events, Austausch- und Mobilitätsprogramme für junge Tänzer(innen), Musiker(innen) und Medientalente in mehr als zehn europäischen Ländern. www.rootsnroutes.eu
- Zahlreiche Informationen bietet die Website des zuständigen **Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration** des Landes Nordrhein-Westfalen. www.integration.nrw.de
- Interkulturelle Medienarbeit scheitert häufig an der Zielgruppenreichbarkeit. Zugang zur Zielgruppe bieten die **kommunalen Ausländerbeiräte**. Die Landesarbeitsgemeinschaft der kommunalen Migrantinnenvertretungen in NRW ist online erreichbar. www.laga-nrw.de
- Geht es um die Entwicklung von Jugendlichen (beispielsweise im Übergang zwischen Schule und Beruf), helfen kommunale Einrichtungen wie die **27 Regionalen Arbeitsstellen** zur Förderung von Kindern und Jugendlichen aus Zuwandererfamilien (RAA) in NRW weiter. www.raa.de
- Diese und andere Anlaufstellen, Projekte und Netzwerke sowie weiterführende Informationen zum Thema interkulturelle Medienarbeit bietet die Website www.mekonet.de im Grundbaukasten Medienkompetenz. Hier finden sich über 100 Einträge zur Zielgruppe Migrant(inn)en.

KONTAKT

mekonet – Medienkompetenz-Netzwerk NRW
Medienbildung für Multiplikatoren

Projektbüro **mekonet**
c/o Grimme-Institut
Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH
Eduard-Weitsch-Weg 25
D-45768 Marl

Tel.: +49 (0) 2365 / 9189-61

Fax: +49 (0) 2365 / 9189-89

E-Mail: info@mekonet.de

Internet: www.mekonet.de

Ministerin für Bundesangelegenheiten,
Europa und Medien
des Landes Nordrhein-Westfalen



>lfm:
Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LFM)



Grimme
Institut

mekonet, das Medienkompetenz-Netzwerk, wird gefördert von der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen. Das Grimme-Institut ist mit der Projektleitung von **mekonet** betraut. Das Werk einschließlich seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Grimme-Instituts, der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen unzulässig und strafbar.

Haftungsansprüche gegen das Grimme-Institut, die Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen und die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, die sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, welche durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen oder durch fehlerhafte und unvollständige Informationen verursacht wurden, sind vollumfänglich ausgeschlossen, sofern seitens des Grimme-Instituts, der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen kein nachweisliches vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden vorliegt.