

Ergebnis 5: Auch die Bewertung der Beiträge, vornehmlich auf eher **emotional relevanten Dimensionen**, wird maßgeblich durch die Wechselwirkung von der Rahmung (erzählend oder erklärende Frames) und dem Beitragsthema (Zuwanderung oder Terror) bestimmt.

Ergebnis 6: Ausländische Rezipienten bewerten TV-Nachrichten über Migrantinnen und Migranten insgesamt als **pessimistischer und parteiischer**, was für eine **gruppenspezifische Wahrnehmung von Nachrichten** spricht.

### Gezeigter Kontakt zwischen Migranten

Im zweiten Experiment zur Kontakthypothese sollte untersucht werden, wie ein in den Medien dargestellter Kontakt zwischen Inländern und Migranten zu Einstellungsbildung und -änderung führt. Ein solcher stellvertretender Kontakt – so wird angenommen – kann Vorurteile reduzieren.

Den Versuchspersonen wurden Aussagen über aktive Migrantinnen und Migranten, die in den Meldungen **mit** oder **ohne** Kontakt mit der jeweilig anderen Gruppe erwähnt und gezeigt werden, präsentiert. Im Fokus stand die Frage danach, wie die jeweiligen Akteure im Beitrag bewertet werden. Postuliert wird, dass die Akteure von Meldungen, in denen ein Kontakt gezeigt wird, positiver bewertet werden im Gegensatz zu Meldungen, die keinen Kontakt darstellen:

Ergebnis 7: Wenn Kontakt zwischen Personen mit Migrationshintergrund und der deutschen Mehrheitsgesellschaft explizit dargestellt wird, fallen die Einschätzungen der Akteure **positiver** aus. Dies gilt besonders, wenn der dargestellte Kontakt ein konkretes, positives Ziel verfolgt.

Ergebnis 8: Erneut finden sich aber auch Gruppenunterschiede in der Wirkung von medialer Kontaktinformation. Diese lassen sich durch die unterschiedlich große persönliche **Relevanz** der Themen sowie das **unterschiedliche Identifikationspotenzial** der gezeigten Akteure für die Versuchsteilnehmer begründen.

Ergebnis 9: Während **muslimische Demonstranten** von der Gruppe der **ausländischen Studierenden** kritischer beurteilt werden, sind es **Schüler mit Migrationshintergrund** an deutschen Schulen, die durch **inländische Studierende** negativer eingeschätzt werden.

Der Bericht ist das Ergebnis einer Pilotstudie, welche erstmals in Deutschland die **Rezeption und Wirkung von TV-Nachrichten** über Migrantinnen und Migran-

ten aus der Sicht unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen analysiert. Dabei wirken die Nachrichten nicht einfach, sondern die Zuschauer, Inländer und Migranten, lassen sie wirken. Je nach Lebenshintergrund und Einstellungen entwickeln die Zuschauer unterschiedliche Meinungen zur Migration in Deutschland. Migrationspolitik, die auf nachhaltige Akzeptanz stoßen will, sollte diese Meinungsbildungsprozesse kennen. Der Forschungsbericht stellt dazu ein detailliertes und wissenschaftlich fundiertes Wissen bereit.

Die Studie, von der Beauftragten der Landesregierung für Migration und Integration Rheinland-Pfalz gefördert, wurde in den Jahren 2005 bis 2007 am Lehrstuhl „Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung“ an der Friedrich-Schiller-Universität Jena erstellt. Inhaber des Lehrstuhls ist Prof. Dr. Georg Ruhrmann. Die vollständige Studie „Medienrezeption in der Einwanderungsgesellschaft. Eine vergleichende Studie zur Wirkung von TV-Nachrichten“ ist als Band 11 in der Schriftenreihe der Beauftragten der Landesregierung erschienen (ISBN 978-3-936257-22-9).

Die Studie kann angefordert werden bei der Beauftragten unter **BLMI@masgff.rlp.de** oder per **Fax: 06131/16 40 90**.

Darüber hinaus steht sie auch auf der Homepage der Beauftragten **www.auslaender.rlp.de** zum Download bereit.

#### Impressum

Herausgeber:  
Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Familie und Frauen Rheinland-Pfalz  
Referat für Reden und Öffentlichkeitsarbeit  
Bauhofstraße 9, 55116 Mainz, [www.masgff.rlp.de](http://www.masgff.rlp.de)  
Broschürentelefon: 0 61 31/ 16 20 16

Gestaltung: Petra Louis, Mainz  
Druck: Druckerei Schwalm, Mainz  
Mainz 2007

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Rheinland-Pfalz herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch Wahlbewerberinnen und -bewerbern oder Wahlhelferinnen und -helfern im Zeitraum von sechs Monaten vor einer Wahl zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Kommunal-, Landtags-, Bundestags- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zu Gunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist es gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.

# RheinlandPfalz



Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Familie und Frauen

## Medienrezeption in der Einwanderungsgesellschaft



Zusammenfassung  
und Ergebnisse

Eine vergleichende Studie zur Wirkung  
von TV-Nachrichten

von Georg Ruhrmann, Denise Sommer, Kathrin Klietsch, Peggy Niezel

sozial  
AKTIV  
für Rheinland-Pfalz

Beauftragte der  
Landesregierung  
für Migration  
und Integration

## Medienrezeption in der Einwanderungsgesellschaft: Zusammenfassung und Ergebnisse

Bisher ist weitgehend unbekannt, wie Migrantinnen und Migranten in Deutschland die Debatte über „Ausländer“ in den Medien aufnehmen und bewerten. Seit Jahrzehnten hatte sich Deutschland daran gewöhnt, über die „Ausländer“ zu sprechen, jedoch nicht mit ihnen. Auch deshalb wissen wir wenig darüber, was die Migrantinnen und Migranten über die Inländer denken.

Der vorliegende an der Friedrich-Schiller-Universität Jena erarbeitete Bericht will diese Wissenslücke schließen. Er analysiert in mehreren, aufeinander abgestimmten Untersuchungen, wie Inländer und Migranten Nachrichten zum Thema „Ausländer“ rezipieren. In einzelnen Meldungen wird ganz unterschiedlich über das Leben der „Ausländer“ in Deutschland berichtet.

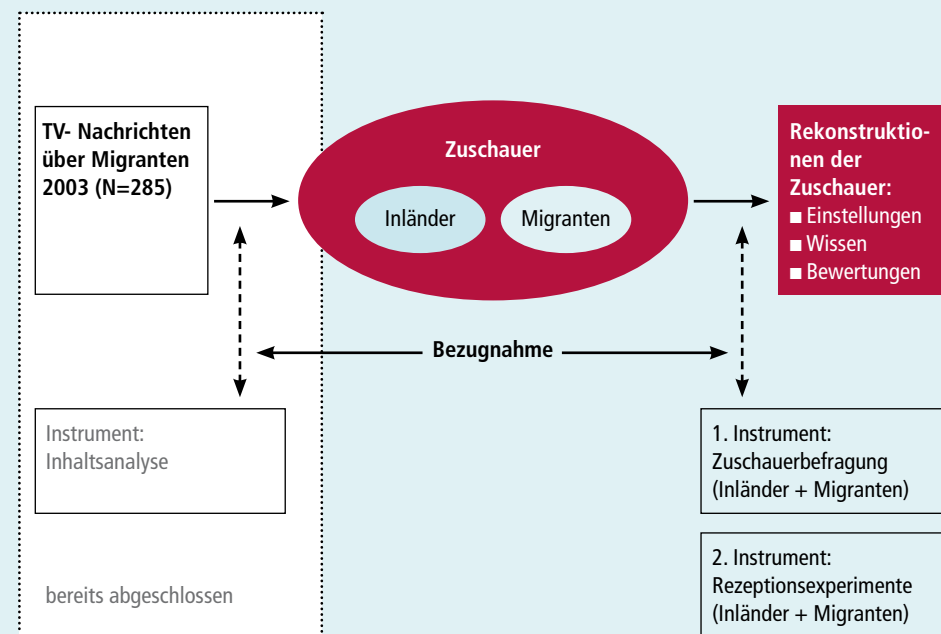
### Komplexes Forschungsdesign notwendig

Pauschale Annahmen zur Wirkung bestimmter Inhalte der Massenmedien auf das Publikum sind heute nicht mehr angemessen. Vielmehr ist es notwendig, den Einfluss von Einstellungen und Vorwissen der Zuschauer und Leser zu berücksichtigen. Die für die vorliegende Studie durchgeführte Befragung sowie eine Reihe von Experimenten zeigen, wie **Einstellungen, Haltungen und Vorwissen** die Wahrnehmung der Medienberichterstattung von Inländern und Migranten beeinflussen (vgl. Abb. 1).

Nachdem Fernsehnachrichten über Migrantinnen und Migranten umfassend analysiert worden waren, bekamen Zuschauer ausgewählte Meldungen gezeigt. Die Wirkung dieser Meldungen auf die Erinnerung und Einstellungen des Publikums wurden mit verschiedenen psychologischen Befragungsmethoden untersucht. Darüber hinaus interessierten die Mediennutzungsgewohnheiten der Befragten – wie sie kürzlich vom WDR für Nordrhein-Westfalen und dann auch in einer groß angelegten ARD – ZDF Studie für Deutschland repräsentativ erhoben wurden. Schließlich ging es in der vorliegenden Studie um Vergleiche zwischen Inländern und Migranten hinsichtlich der Medienwirkung.

Obwohl der vorurteilslösende Effekt von medial gezeigtem Kontakt zwischen Migranten und Inländern bekannt ist, wurde er für die Medienberichterstattung (im Fernsehen) bisher nicht nachgewiesen. Auch dies wird in der vorliegenden Studie erstmals am Beispiel von TV-Nachrichten untersucht.

Abbildung 1:  
Gesamtdesign des Projekts



### Ergebnisse der Befragung

Im Spätherbst 2006 wurden in Rheinland-Pfalz Einheimische wie Personen mit Migrationshintergrund aus politischen Interessenvertretungen, Volkshochschulklassen, religiösen Gemeinden und Kulturvereinen befragt. Diese wurden ausgewählt, weil sie verschiedene Aktivitäten, Netzwerke und potenzielle Meinungsführerschaften, aber auch den so genannten Durchschnittsbürger repräsentieren. Alle Teilnehmer der Befragung sollten über ausreichende Deutschkenntnisse verfügen, um Fernsehnachrichten zu verstehen und diese bewerten zu können.

Die Fülle der Ergebnisse lässt sich folgendermaßen resümieren:

Ergebnis 1: Sowohl Inländer als auch Migranten nutzen am **häufigsten das Fernsehen** als Informationsquelle; ARD und ZDF **gelten bei den Inländern, die Privaten bei den Migranten als die am häufigsten genannten Lieblingssender.**

Ergebnis 2: Das Thema **Migration in den Medien** wird von Migrantinnen und Migranten anders wahrgenommen als von Inländern. Letztere favorisieren eher Beiträge mit weniger negativ-kontroversen Themenfokus.

Ergebnis 3: Bei der Wiedergabe erinnelter TV-Nachrichten werden die persönlich **relevanten Fakten und Begründungen** von den Befragten deutlich stärker hervorgehoben als andere Inhalte. Beispielsweise geben die befragten Migrantinnen und Migranten öfter als Inländer Aussagen wieder, die sich um ausländerpolitisch relevante Sanktionen und Verbote drehen.

### Erzählen oder Erklären: Ergebnisse von Wirkungsexperimenten

Wissenschaftliche Experimente haben den besonderen Vorteil, dass sie Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge nachweisen können: Ein experimenteller Stimulus wird gezielt variiert, potenzielle Störvariablen werden kontrolliert. So ist es möglich, die Ergebnisse der Untersuchung direkt auf den experimentellen Stimulus zurückzuführen.

In der Untersuchung wurden bei den TV-Nachrichten über Migrantinnen und Migranten die Themen sowie die Darstellungsweise (Framing) variiert. Framing bedeutet, dass Journalisten eine Meldung entweder **episodisch** bzw. erzählend oder erklärend „rahmen“. Im vorliegenden Experiment werden diese beiden Darstellungsweisen gezielt variiert und den beiden Zuschauergruppen (Inländer und Migranten) präsentiert. Gefragt wurde dann, wie diese Merkmale erinnert und bewertet werden.

Am Experiment nahmen insgesamt 160 Studierende teil. 80 Studierende waren deutscher, 80 ausländischer Herkunft aus insgesamt 27 verschiedenen Herkunftsländern.

Für die Wirkung einer erzählenden vs. erklärenden Rahmung der Nachrichten über Migranten zeigen sich folgende Ergebnisse:

Ergebnis 4: Festzustellen ist eine **Wechselwirkung von Thema und Frames**: während die **erzählende Rahmung** der Nachricht die Behaltensleistung beim **Thema Zuwanderung** steigert, wirkt sie beim **Thema Terror gegenteilig**. Hier fördert offenbar eine **erklärende Aufbereitung** die Erinnerung.