

Der Integrationsprozess von Menschen mit Migrationshintergrund wird beeinflusst von verschiedenen Faktoren. Zwei der wichtigsten sind zweifelsohne die gegenseitige Wahrnehmung von Zugewanderten und Einheimischen und die darauf aufbauende Einschätzung des jeweils anderen und diese werden wesentlich geprägt durch medial vermittelte Informationen und Bilder.

Umfragen und Berichterstattungen bieten immer wieder von Neuem aktuelle Einsichten darüber, wie die Zugewanderten gesehen und wahrgenommen werden. Das geschieht nicht zuletzt durch das heute einflussreichste Medium, nämlich das Fernsehen. Bislang war aber weniger bekannt, wie die Zugewanderten und Menschen mit Migrationshintergrund Nachrichten, Bilder und Informationen aus den Medien **über sich selbst** aufnehmen und bewerten.

Dies rechtfertigte es, eine breit angelegte wissenschaftliche Studie zu fördern. Sie überprüft anhand von Experimenten und Befragungen Rezeption und Wirkung von Fernsehnachrichten und zieht Vergleiche zwischen Personen mit und ohne Migrationshintergrund. Damit betritt sie Neuland.

Die Studie bietet Fakten über die Wirkungen von Medien bei Zugewanderten und über die daraus entstehenden Meinungsbildungsprozesse, auf die die Medien Einfluss nehmen.

Ich danke Prof. Dr. Georg Ruhrmann, Dr. Denise Sommer, Kathrin Klietsch und Peggy Niezel von der Friedrich-Schiller-Universität Jena für die Erstellung der Studie, und die damit vorgelegten weiterführenden Erkenntnisse.

### **Maria Weber**

Beauftragte der Landesregierung  
für Migration und Integration  
Rheinland-Pfalz

<b>Vorwort</b>	<b>1</b>
Abbildungsverzeichnis	4
Tabellenverzeichnis	5
<b>1. Einleitung</b>	<b>6</b>
Georg Ruhrmann / Denise Sommer	
<b>2. Stand der Forschung</b>	<b>10</b>
2.1. Medienberichterstattung	11
2.2. Framing der Nachrichten über Migranten und Rezeption	15
2.3. Kontakthypothese	17
2.4. Zwischenfazit und Ausblick	18
Georg Ruhrmann / Denise Sommer	
<b>3. Ziele, Design und Methoden der Studie</b>	<b>20</b>
3.1. Ziele	20
3.2. Design	21
3.3. Befragung	22
3.4. Experimente	24
Kathrin Klietsch / Peggy Niezel	
<b>4. Nutzung und Wirkung der Migrantenberichterstattung: Ergebnisse einer Befragung</b>	<b>28</b>
4.1. Vorgehensweise	28
4.1.1. Rekrutierung	28
4.1.2. Stichprobenzusammensetzung	31
4.1.3. Befragungstermine	32
4.2. Durchführung der Befragung	33
4.3. Ergebnisse	38
4.3.1. Stichprobenzusammensetzung	38
4.3.2. Mediennutzung und Themenpräferenzen	40
4.3.3. Einschätzung des Ausländeranteils und Kontaktbereitschaft	47
4.3.4. Beitragspräferenz	49

4.3.5. Erinnerung an die Nachrichtenbeiträge	53
4.3.6. Bewertung der Nachrichtenbeiträge	60
4.3.7. Rezeptionsbezogene Einstellungsunterschiede	62
4.4. Schlussbetrachtung	66

Denise Sommer	
<b>5. Framing und Kontaktinformation in der Rezeption: experimentelle Studien</b>	<b>70</b>
5.1. Themenakzentuierung	70
5.1.1. Stichprobe	71
5.1.2. Durchführung	74
5.1.3. Befunde	76
5.2. Kontakthypothese	89
5.2.1. Stichprobe	89
5.2.2. Durchführung	90
5.2.3. Befunde	93

Georg Ruhrmann / Denise Sommer	
<b>6. Diskussion</b>	<b>104</b>
Literaturverzeichnis	108
Anhang	116

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Episodische und thematische Frames	16
Abb. 2: Gesamtdesign des Projekts	21
Abb. 3: Lieblingssender der Befragten (TV, in %)	41
Abb. 4: Themeninteressen der Befragten (in %)	42
Abb. 5: Lieblingssender der Befragten (Hörfunk, in %)	44
Abb. 6: Meistgenutzte Tageszeitung (in %)	45
Abb. 7: Vergleich der wiedergegebenen Informationseinheiten aus Beitrag A	55
Abb. 8: Rangliste der am häufigsten erinnerten Akteure aus Beitrag A	56
Abb. 9: Rangliste der am häufigsten erinnerten Hintergrundinformationen aus Beitrag A	57
Abb. 10: Vergleich der wiedergegebenen Informationseinheiten aus Beitrag B	58
Abb. 11: Rangliste der am häufigsten erinnerten Akteure aus Beitrag B	58
Abb. 12: Rangliste der am häufigsten erinnerten Hintergrundinformationen aus Beitrag B	59
Abb. 13: Vergleich der Beitragseinschätzungen	61
Abb. 14: Mittelwerte der Erinnerungsleistungen an die einzelnen Beiträge	77
Abb. 15: Interaktionseffekt zwischen Thema und Framing ( $F(1, 155) = 7.01, p = 0.01$ )	78
Abb. 16: Mittelwerte der Erinnerungsleistungen an die einzelnen Beiträge im Gruppenvergleich Inländer und Ausländer	79
Abb. 17: Beurteilung der Beiträge im Vergleich	81
Abb. 18: Beurteilung aller Beiträge im Gruppenvergleich	82
Abb. 19: Beurteilung von Aussage 3 in Abhängigkeit vom Framing	85
Abb. 20: Beurteilung von Aussage 1: Inländer und Ausländer im Vergleich	86
Abb. 21: Beurteilung von Aussage 4: Inländer und Ausländer im Vergleich	87
Abb. 22: Beurteilung der Beiträge im Gruppenvergleich	94
Abb. 23: Beurteilung der Muslime, die gegen den Irak-Krieg demonstrieren in Abhängigkeit von der Kontaktinformation	96
Abb. 24: Beurteilung der Schüler mit Migrationshintergrund in Abhängigkeit der Kontaktinformation	98
Abb. 25: Einschätzung der Muslime, die gegen den Irak-Krieg demonstrieren im Gruppenvergleich	99

Abb. 26: Einschätzung der Amerikaner, die gegen den Irak-Krieg demonstrieren im Gruppenvergleich	100
Abb. 27: Einschätzung der Schüler mit Migrationshintergrund im Gruppenvergleich	101

## Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Stichprobenzusammensetzung (in %)	23
Tab. 2: Design des Experiments zur Themenakzentuierung mit 8 Versuchsgruppen	26
Tab. 3: Design des Experiments zur Kontakthypothese mit 4 Versuchsgruppen	26
Tab. 4: Soziodemographische Stichprobenstruktur (Angaben in %)	39
Tab. 5: Geschätzter Ausländeranteil (nach Beitragsgruppe, in %)	48
Tab. 6: Beitragspräferenzen der Befragten (in %)	50
Tab. 7: Einstellungsunterschiede nach Beitragspräferenz (Skalenebene)	52
Tab. 8: Prozentuale Anteile der jeweils frei reproduzierten Informationseinheiten aus den Nachrichtenbeiträgen	55
Tab. 9: Mittelwerte für die Rekognitionsaufgabe	60
Tab. 10: Einstellungsunterschiede nach Gruppen und Nachrichtenbeitrag (Skalenebene)	63
Tab. 11: Einstellungsunterschiede nach Gruppe und Nachrichtenbeitrag (Itemebene)	65
Tab. 12: Religionszugehörigkeit der Versuchsteilnehmer	73
Tab. 13: Design des Experiments zur Themenakzentuierung	74
Tab. 14: Gesamtmodell der Univariaten Varianzanalyse für die Beitragserinnerung	83
Tab. 15: Zu bewertende Aussagen, klassifiziert nach Thema	83
Tab. 16: Religionszugehörigkeit der Versuchsteilnehmer	91
Tab. 17: Design des Experiments zur Kontakthypothese	91

## 1. Einleitung

Ausgangspunkt des hier vorgestellten Forschungsvorhabens sind Projekte, die in den letzten Jahren zur Darstellung von Bevölkerung mit Migrationshintergrund in den Medien und zuletzt zur Nachrichtenauswahl und –wirkung der Berichterstattung durchgeführt wurden. Dadurch liegen vertiefte Einblicke in die aktuelle Migrantinnenberichterstattung deutscher TV-Nachrichten und deren Wirkung auf die Zuschauer vor. Allerdings wurden auch wesentliche Lücken in der Forschung zu Minderheiten und Medien deutlich. Zum einen existieren nur wenige Studien, die über die Analyse der Migrantinnenberichterstattung hinaus auch die **Wirkung** der Berichterstattung auf das Publikum erforschen (vgl. Weber-Menges 2005). Außerdem sind diese Studien ausschließlich auf das deutsche Publikum begrenzt.

Weitgehend unbekannt ist dagegen, wie Migrantinnen und Migranten in Deutschland die Debatte der Inländer über Ausländer in der öffentlichen, vor allem aber in der **veröffentlichten** Meinung verfolgen. Denn bis Mitte der 90er Jahre werden Migrantinnen und Migranten in den meisten Medienberichten weitgehend in einer Objektivität gezeitigt; es wird nicht mit ihnen gesprochen, sondern es wird **über sie** geredet. Sie bewerten nicht selbst, sondern sie werden bewertet. Sie reden nicht selbst über ihre Zukunft, sondern die Deutschen stellen allerlei Prognosen über Migration und Migranten an.

Zugleich ist Fakt: Migrantinnen und Migranten sind in Deutschland eine relevante **Konsumenten- und Wählergruppe**. Im Zuge der weiteren Globalisierung werden sie zunehmend – wenn auch anfangs nur in Einzelfällen – zu Investoren. In Ballungsräumen, etwa in Berlin, in Hamburg, im Ruhrgebiet, im Rhein-Main-Gebiet sowie in Stuttgart und in München sind Migrantinnen und Migranten als Unternehmer tätig. Auch aufgrund der Bevölkerungsentwicklung lässt sich die **Zielgruppe der Bevölkerung mit Migrationshintergrund** als Medienkonsumenten deutscher Informations- und Unterhaltungsangebote nicht mehr vernachlässigen, wie auch jüngste Studien von ARD und ZDF belegen (vgl. Meier-Braun 2002; WDR 2006; ZDF 2006; ARD/ZDF - Medienkommission 2007). Zugleich sind Migranten und ihre Integration auch zunehmend Thema fiktionaler Fernsehinhalte – etwa in Krimireihen oder Serien (vgl. Ortner 2007).

Vorliegende Befunde zur Mediennutzung in Deutschland lebender Bevölkerung mit Migrationshintergrund zeigen individuelle und individualisierte Selektions- und Motivationsmuster im Medienkonsum. Studien ergeben oft widersprüchliche Befunde. Sie zeigen große Unterschiede zwischen verschiedenen Migrantengruppen. Und sie weisen auf eine komplementäre Nutzung von Medienangeboten sowohl aus den Herkunftsländern als auch aus Deutschland hin (vgl. Müller 2005a für Überblick).

Jedoch werden bisher nur selten die **Gründe** dieser Phänomene aufgezeigt (vgl. Hammeran u. a. 2007; Simon / Kloppenburg 2007). Wie empfinden in Deutschland lebende Bevölkerung mit Migrationshintergrund das Informationsangebot der deutschen Medien? Inwieweit fühlen sie sich hier berücksichtigt und adäquat repräsentiert? Wie erinnern und bewerten sie Fernsehnachrichten über ihre Eigengruppe und inwiefern unterscheidet sich diese Wirkung von der auf die deutsche Bevölkerung? Wie nehmen unterschiedliche Migrantengruppen deutsche TV-Nachrichten wahr?

Viele einschlägige Diskussionen mit Bevölkerung mit Migrationshintergrund zeigen, dass es einen starken Bedarf nach Erkenntnissen gibt, die zeigen, wie Migranten mit vorurteilslösender und/oder vorurteilsverstärkender Berichterstattung umgehen.

Der vorliegende Band versucht, hier einzusetzen. In sechs Kapiteln werden der **Stand der Forschung**, die **Frage- und Zielstellung** sowie die **Anlage der empirischen Untersuchungen** und ihre **Ergebnisse** vorgestellt. Neben einer aufwändigen **Medienwirkungsuntersuchung** von Inländern und Migranten im Rahmen einer komplexen Befragung wurden eine Reihe von Rezeptionsexperimenten durchgeführt, die zeigen, welche Einflüsse **Einstellungen, Haltungen und Vorwissen** auf die Präferenz und Rezeption bestimmter Inhalte haben. Deutlich wird dabei: Nicht die Medien wirken einfach; die Rezipienten **lassen sie wirken**. Wie dies beim in den Medien dargestellten Kontakt zwischen In- und Ausländern geschieht, wird in dieser Studie erstmals experimentell analysiert. Dabei ist es möglich zu zeigen, wie Inländer und wie Migranten die Fernsehberichte aufnehmen und verarbeiten.

Wir haben an dieser Stelle der Beauftragten der Landesregierung für Migration und Integration Rheinland-Pfalz, Frau Maria Weber und ihren Mitarbeitern Herrn Dr. Stefan Zakrzewski sowie Frau Mechthild Gerigk-Koch in Mainz für ihren Mut und ihr Vertrauen zu danken, in einem in den Jahren 2005–2007 migrationspolitisch durchaus belebten Feld eine solche wissenschaftliche Grundlagenstudie zu fördern, die zugleich neue Impulse für die praktische Ausländerarbeit, die Politik und die Medien geben kann. Unser Dank gilt zugleich Herrn Prof. Dr. Karl-Heinz Maier-Braun sowie Martin Kilgus von SWR-International, die in einer entscheidenden Phase dafür gesorgt haben, dass aus der Idee zu diesem Projekt reale Forschung werden konnte. Und wir haben sehr herzlich Herrn Dr. Walter Klingler und Herrn Ulrich Neuwöhner von der SWR-Medienforschung für ihre wertvollen praktischen und methodischen Hinweise für die empirische Untersuchung zu danken sowie für eine großzügige finanzielle Teilförderung des Projektes.

Weiterhin bedanken wir uns bei Bettina Binder, die das gesamte Projekt als studentische Mitarbeiterin begleitete, für ihre wertvolle Unterstützung. Sowohl bei der Organisation und Vorbereitung der Studie als auch bei der Erhebung, Eingabe und Auswertung der Daten hat sie einen äußerst hilfreichen Beitrag zum Gelingen dieses Projekts geleistet.

Jena, im Juni 2007

Georg Ruhrmann, Denise Sommer, Kathrin Klietsch, Peggy Niezel

## 2. Stand der Forschung

Wenn man Einstellungen und Urteile von **In- und Ausländern**<sup>1</sup> bei der Rezeption der Migrantenberichterstattung analysiert, ist es notwendig zu wissen, wie die Medien über Migranten berichten. Bezugsrahmen sind dabei neben eigenen Voruntersuchungen die Nachrichtenforschung und die sozialpsychologische Kontakthypothese.

Nachfolgend wird der Forschungsstand zur Medienberichterstattung über Migranten (vgl. Kap. 2.1), zu Framing und Nachrichtenrezeption (vgl. Kap. 2.2) sowie zur Kontakthypothese (vgl. Kap. 2.3) vorgestellt und in einem Zwischenfazit resümiert (vgl. Kap.2.4).

Zuvor soll allerdings abgegrenzt werden, welche Personen als Migranten und als Ausländer verstanden werden:

Die Gruppe der Migranten kann sowohl Personen ausländischer als auch deutscher Staatsbürgerschaft umfassen. Migranten sind also:

1. ausländische Personen, die in Deutschland leben oder leben möchten, entweder aus fremden Kulturen stammen (gebürtig) oder bisher in solchen gelebt haben (ethnisch Zugehörige),
2. Personen, auf deren Eltern dies zutrifft sowie
3. Personen, auf die dies zwar zutrifft, die jedoch inzwischen die deutsche Staatsbürgerschaft erworben haben (vgl. Bartelheimer 2005; Ruhmann / Sommer / Uhlemann 2006).

Im Sinne der Migrationsforschung handelt es sich also vor allem um **Arbeitsmigranten** (z. B. frühere „Gastarbeiter“) und deren **Folgegenerationen, politische** und ethnische Flüchtlinge und **Aussiedler/ethnisch Zugehörige**. Um aktuellen Entwicklungen in der Zuwanderung Rechnung zu tragen, ist es allerdings nötig, insbesondere den Begriff der Arbeitsmigranten zu erweitern. In diese Gruppe werden nicht nur die ehemaligen „Gastarbeiter“ und deren Folgegenerationen gefasst, sondern auch die so genannten **Hochqualifizierten** und „neu-

**en Gastarbeiter“**, welche nach wie vor nach Deutschland einreisen um hier zu arbeiten (vgl. Münz / Ulrich 2000), also beispielsweise Inhaber der Greencard, ausländische Studierende, Personen mit Au-pair-Status etc. Das Problem der Fremdenfeindlichkeit und negativen Stigmatisierung betrifft diese Menschen ebenso wie die klassischen Migrantengruppen – unabhängig davon, ob diese permanenten Aufenthalt in Deutschland anstreben oder vorübergehenden.

Somit können **Migranten** hier als übergeordnete Gruppe betrachtet werden, während Ausländer eine spezifische Untergruppe darstellen, die keine deutsche Staatsangehörigkeit aufweist. Im Folgenden werden beide Gruppen genauer untersucht: An der in **Kapitel 4** dargestellten Befragung nahm eine Stichprobe von **Migranten** teil, um den Analysen eine möglichst breitgefächerte Personengruppe zugrunde zu legen. An den in **Kapitel 5** präsentierten **experimentellen Studien** partizipierten **Ausländer**, genauer gesagt ausländische Studierende, die eine wichtige Teilgruppe der in Deutschland lebenden Migranten repräsentieren: moderne Arbeitsmigranten.

### 2.1. Medienberichterstattung

Medien, insbesondere das Fernsehen, stellen ethnische Minderheiten und Migranten häufig als besonders **kriminell** (vgl. Entman / Rojecki 2000; Oliver / Fonash 2002; Müller 2005b) bzw. als besonders problematische Gruppe dar (vgl. Nacos / Torres-Reyna 2003). Zur **Kriminalität zählen** alle Medienberichte über von „Ausländern“ begangene Straftaten und alle Aussagen zum Thema Kriminalität. Kriminalität wird codiert, wenn Migranten in Verbindung mit Straftaten oder Strafprozessen stehen. Der o. g. Befund ist nicht neu, sondern wurde bereits in den 60er und 70er Jahren weltweit gefunden (vgl. Ruhmann / Kollmer 1987; van Dijk 1988; 1991; Ruhmann 1993). Seit Mitte der 80er Jahre ist Kriminalität das am häufigsten genannte Thema in Nachrichten über Migranten und dominiert teilweise die Berichterstattung.

Anders beim Thema Integration, das sozusagen das Gegenteil von Kriminalität darstellt. Unter „**Integration**“ sind alle Äußerungen zu politisch-programmatischen Handlungen, aber auch wissenschaftlich reflektierende Aussagen zur

<sup>1</sup> Wann immer in diesem Bericht von In- und Ausländern oder Migranten die Rede ist, schließt dies sowohl weibliche als auch männliche Mitglieder dieser sozialen Gruppen ein. Es wird lediglich aus praktischen Gründen darauf verzichtet, beide Geschlechtsgruppen zu nennen. Dies gilt ebenso für die Termini „Befragte“ und „Versuchsteilnehmer“.

Eingliederung der Migranten in die deutsche Gesellschaft gemeint. Dabei muss berücksichtigt werden, dass der Begriff der Integration von politischen Funktionsträgern und Organisationen und Initiativgruppen recht unterschiedlich verwendet wird und auch in der Forschung mit unterschiedlicher theoretischer und empirischer Tiefenschärfe verwendet wird (vgl. Maletzke 1980; Ruhrmann / Nieland 2001; Trebbe / Weiß 2007). Das Spektrum reicht hier von „nicht unangenehm auffallen“ über Assimilation bis zu interkulturellem Austausch und komplexeren Akkulturationsstrategien (vgl. Berry 1997; Trebbe / Weiß 2007).

Das Thema Integration spielt in den Medien zunehmend weniger eine Rolle. Wenn man bedenkt, dass Integration eigentlich die Herstellung von Einheit bzw. Verhinderung von Zerfall einer 'Gesellschaft' meint, zeigt sich, dass das Thema der Integration immer weniger aktuell ist. Das kann natürlich daran liegen, dass entsprechende Integrationsprozesse stattgefunden haben, stattfinden und zu einer Routine zumindest für einige Bevölkerungsgruppen geworden sind (vgl. Geißler / Pöttker 2006). Allerdings kann es auch sein, dass durch den zunehmenden Konkurrenzdruck der Medien dieses komplexe Thema nicht mehr spektakulär genug ist, um **Nachrichtenwert** zu gewinnen. Einen dritten Grund bildet die politische Entwicklung nach dem 11. September. Seither werden eher die desintegrativen Tendenzen und auch die prinzipielle Nicht-Integrierbarkeit bestimmter Migrantenpopulationen betont (vgl. Ruhrmann / Sommer / Uhlemann 2006).

Zugleich werden bestimmte **Nationalitäten überrepräsentiert**, und dies geschieht weltweit (vgl. van Dijk 1991; Dixon / Linz 2000; Sigelman / Niemi 2001; Shoemaker / Cohen 2006). Bereits in den 80er Jahren zeigt sich für Deutschland, dass gerade die fremd erscheinenden Nationalitäten, insbesondere die Türken, verglichen mit ihrem realen Anteil an der Wohnbevölkerung in der Berichterstattung zunächst deutlich überrepräsentiert werden. Anfang der 80er Jahre beziehen sich rund 60% aller Nationalitätennennungen auf Türken bzw. Kurden. Damit wird ihr seinerzeit real betragender Anteil von knapp 34 % an der gesamten Migrantenpopulation in der Berichterstattung fast verdoppelt (vgl. Ruhrmann / Kollmer 1987). In den 90er Jahren vermindert sich dann die Nennhäufigkeit von Türken und Kurden. Ende der 90er Jahre entspricht die Nennhäufigkeit der Türken/Kurden nahezu ihrem realen Anteil und für das Jahr 2003 kann festgestellt werden, dass

sich Nennhäufigkeit und realer Anteil (25%) entsprechen (vgl. Ruhrmann / Sommer 2005). Diese Normalisierung kann auch als eine Folge ihrer Einbürgerung in der Bundesrepublik Deutschland gelesen werden.

Stark angestiegen ist indes die Nennhäufigkeit von Marokkanern, die meistens dann erwähnt werden, wenn Migranten als Terroristen dargestellt werden. Sie werden im Jahr 2003 um den Faktor 10 im Verhältnis zu ihrem realen Anteil von 1% in der Bevölkerung in der Nennhäufigkeit der beiden untersuchten Zeitungen (FAZ und SZ) überhöht. Nationalitäten mit islamischen Glauben werden dabei nicht nur überrepräsentiert, sondern auch häufig im Kontext von Kriminalität und Kontroversen gezeigt. Islamismus und Terrorismus werden – mit „Ausländerkriminalität“ assoziiert – zum Medienthema (vgl. Ateş 2006; Trautmann 2006).

Mit der Überrepräsentierung verbunden ist die Tendenz, Migranten in bestimmten stigmatisierenden Rollen zu zeigen (vgl. van Dijk 2000; Downing / Husband 2005). Türken werden in Deutschland als besonders kriminell, Marokkaner als Terroristen dargestellt (vgl. Sommer / Ruhrmann 2007). Ein solches Negativ-Image ließe sich zwar theoretisch durch die Berichterstattung über aktive, erfolgreiche oder integrierte Migranten – möglicherweise unterstützt durch entsprechend spezialisierte Medien (vgl. Browne 2005) – teilweise neutralisieren.

Tatsächlich jedoch kommen Migranten noch immer häufig nur **als Objekt** von Aussagen vor, d. h. sie **werden aufgefordert**, sie **werden bewertet** und es **werden Prognosen über ihr Verhalten formuliert** (vgl. Ruhrmann / Kollmer 1987; van Dijk 1993). Oder sie werden als **Opfer von Gewalt** gezeigt, wobei die Medienberichterstattung die Situation nach fremdenfeindlichen Zwischenfällen weiter dramatisiert (vgl. Brosius / Esser 1995). Nicht sichtbar sind sie indes **als Subjekt** von Kommunikation, d.h. als Autor von Aussagen, Forderungen, Bewertungen und Prognosen. Diese **einseitige** publizistische **Aktiv-Passiv-Bilanz** führt zu einer weiteren **selektiven Verstärkung** eines **Negativ-Images**. Erst in den letzten Jahren zeigen die Medien Migranten häufiger in einer Subjektkontrolle (vgl. Ruhrmann / Sommer 2005; Hammeran u. a. 2007).

Die Berichterstattung über Migranten orientiert sich an bestimmten **Nachrichtenfaktoren**<sup>2</sup>, so wird vor allem der Nachrichtenfaktor **Negativität** akzentuiert. Relevant sind auch die Nachrichtenfaktoren **Kontroverse, Aggression, Schaden** und **Demonstration**. Außerdem dominieren **Sensationalismus und Emotionalisierung** (vgl. Ruhrmann 2002). Gemäß dem Nachrichtenfaktor „**Kulturelle Nähe**“ wird zudem zwischen ‚erwünschten‘ und ‚weniger erwünschten‘ Personengruppen unterschieden (vgl. Merten / Ruhrmann u. a. 1986). „Ausländer“ werden bezüglich der Nachrichtenfaktoren **Einfluss, Prominenz und Personalisierung** als einflusslos dargestellt (vgl. Meißner / Ruhrmann 2001; Ruhrmann 2005b). Inhaltsanalysen von Informationsprogrammen belegen darüber hinaus eine allgemein zunehmend bildliche Darstellung von Gewalt und Konflikten (vgl. Maier 2003: 81 ff.; Ruhrmann 2005b), was auch die Darstellung von Migranten betrifft (vgl. Ruhrmann 2005c).

### TV-Analysen

Eine Inhaltsanalyse von 285 TV-Nachrichten über Migranten in den Hauptnachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 im Jahr 2003 haben Ruhrmann / Sommer / Uhlemann (2006) vorgelegt. Zum Abschluss der Analysen wurde eine clusteranalytische Typisierung der Meldungen hinsichtlich relevanter Merkmale der Berichterstattung vorgenommen (vgl. Sommer / Ruhrmann 2007). Diese ergibt vier Beitragsklassen ( $\eta^2 = .30$ ):

- **Cluster 1** (n=87) Thema überwiegend Kriminalität, viele Verletzungen gesetzlicher oder gesellschaftlicher Standards, Sensationalismus, vornehmlich Beiträge privater TV-Sender
- **Cluster 2** (n=44) Thema überwiegend Migrationspolitik, Migranten als aktive Akteure, thematische Frames (vgl. Kap. 2.2)
- **Cluster 3** (n=85): Themen: Politik und Kriminalität, episodische Frames (vgl. Kap. 2.2), viele Kurznachrichten
- **Cluster 4** (n=69): Thema: Terrorismus, viel Personalisierung, große Sichtbarkeit der Konfliktbeteiligten (bezüglich Aggression).

<sup>2</sup> vgl. dazu statt anderer: Ruhrmann u. a. 2003; Eilders 2006; Ruhrmann 2005a; 2006a, 2006b; 2006c sowie Scheufele 2003; 2006. Siehe auch van Dijk 1988. Zu einer umfassenderen Diskussion von Nachrichten und Nachrichtenwert aus angelsächsischer Sicht siehe Shoemaker / Reese 1996; Shoemaker / Cohen 2006: 12 ff.; 335 ff.

Dies bedeutet, dass diese Beitragsklassen hinsichtlich relevanter inhaltlicher und formaler Merkmale relativ homogen sind, sich aber deutlich voneinander unterscheiden. Man kann sie in Bezug auf die jeweils behandelten Akteure, Themenkontexte sowie Bewertungen<sup>3</sup> in einem größeren Zusammenhang analysieren. Sie sind zugleich mehr oder weniger mit einzelnen Sendern und ihren Publika und Rezeptionen assoziiert, worüber noch zu sprechen sein wird.

Denn diese in der Clusteranalyse typisierten Nachrichten werden für die an späterer Stelle präsentierten Befragungen und Rezeptionsexperimente als Stimulusmaterial (vgl. Kap. 4 und 5) verwendet.

### 2.2. Framing der Nachrichten über Migranten und Rezeption

Auch wenn empirische Wirkungsstudien zur Berichterstattung über Migranten stark **themenbezogen** sind, kann davon ausgegangen werden, dass die Berichterstattung über Migranten deren Bild in der Öffentlichkeit mitbestimmt. Eine **negative Berichterstattung über Migranten** begünstigt zum einen die Auswahl **sensationalistischer Meldungen über kriminelle Migranten bei fremdenfeindlich eingestellten** Deutschen. Zum anderen kann es zu einer Abwendung in Deutschland lebender Migranten von deutschen Medien- und Informationsangeboten führen, da sie sich nicht angemessen repräsentiert fühlen (vgl. Weber-Menges 2005).

Um die Nachrichtenrezeption zu erklären, ist die **Kontextualisierung**, das Framing, einer Meldung in einem größeren inhaltlichen und journalistischen Zusammenhang relevant. **Frames** lassen sich als Interpretationsmuster von Journalisten und Rezipienten auffassen. Frames heben Ereignisse, Akteure und Aussagen hervor, bewerten sie hinsichtlich möglicher Probleme sowie ihrer Lösungen und ordnen sie in einen typischen Ursachen-Wirkungskontext ein. Frames beeinflussen auch die journalistische Themenwahl und -akzentuierung über einen Zeitraum so lange, bis sie durch neue Schlüsselereignisse modifiziert, verändert oder völlig neu strukturiert werden (vgl. Esser u. a. 2002; Scheufele 2006).

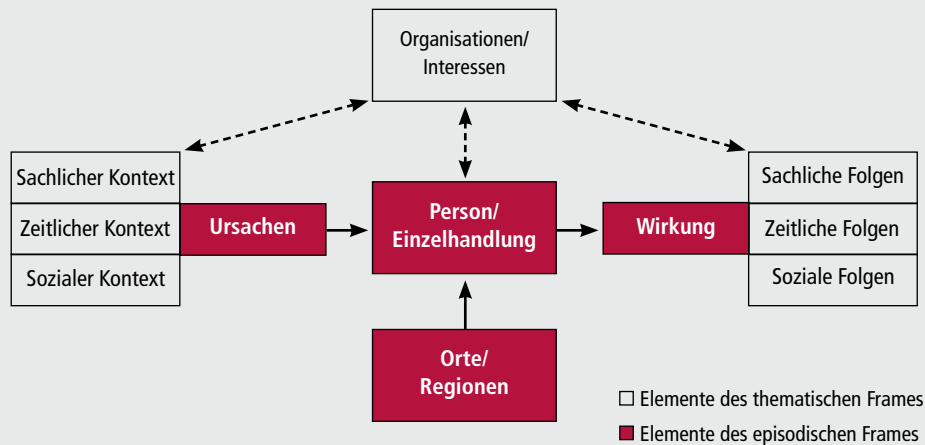
<sup>3</sup> Siehe dazu grundlegend van Dijk 1988, 1993; Keller 2004, 79 ff.; Keller u. a. 2004; Nier / Böke 2004, 326 ff. sowie Blommaert 2005, 4 ff.



Frames lassen sich über **formale und inhaltliche Merkmale** einer Meldung operationalisieren<sup>4</sup>. Von der Form des Frames hängt es ab, wie das Geschehen dargestellt und später rezipiert wird. **Episodische** Frames präsentieren konkrete Personen und Einzelhandlungen. Im Kontext von Konflikten werden häufig nur einzelne Akteure oder Bilder der Gewalt gezeigt (vgl. Galtung / Fischer 2003). **Thematische** Frames stellen die Ereignisse darüber hinaus in einen abstrakteren und in der Regel auch komplexeren sozialen, zeitlichen und/oder sachlichen Zusammenhang (vgl. Ruhrmann 1991). Angesprochen werden also die Bedingungen und Hintergründe von Ereignisursachen, Rede und Gegenrede sowie Folgen von Wirkungen (vgl. Iyengar 1991; 1992; 1996; Glynn u. a. 1999; Scheufele 2003) (vgl. Abb. 1). Konflikte werden thematisch als Ergebnis von Aushandlungsprozessen und Gegensätzen von kollektiv organisierten Interessen dargestellt und interpretiert.

16

Abbildung 1: Episodische und thematische Frames



<sup>4</sup> Vgl. dazu aus unterschiedlicher Perspektive Iyengar 1991;1996; Entman / Rojecki 2001; Resse u. a. 2001 sowie Scheufele 2003; 2004; 2006. Wir verwenden nachfolgend das Konzept von Iyengar (1996).

Das heißt: bei der episodischen Rekonstruktion rechnet der Zuschauer die Verantwortung **einzelnen Akteuren** zu. Bei thematischen Wiedergaben werden Zurechnungen auf **gesellschaftlicher Ebene** vorgenommen und fallen entsprechend komplexer aus. Für die Vorurteilstrukturen der Migrationsdebatte spielen diese unterschiedlichen Zurechnungen eine entscheidende Rolle. Dies soll in diesem Projekt überprüft werden.

### 2.3. Kontakthypothese

Die ursprüngliche Idee der Kontakthypothese besagt, dass bestehende negative Einstellungen und Feindlichkeit gegenüber Fremdgruppen durch Kontakt reduziert werden können (vgl. Allport 1954). Eine Studie (n=263) zur Wirkung von Toleranzkampagnen gegen Fremdenfeindlichkeit bestätigt diese These: Fremdenfeindlich eingestellte Rezipienten ohne persönlichen Kontakt zu Migranten glauben, das von den Medien gezeichnete Ausländerbild sei zu positiv und genieße eine zu große Publizität, entsprechend werden Toleranzkampagnen ignoriert (vgl. Ruhrmann u. a. 1995; Ruhrmann u. a. 1996). Eine weitere Untersuchung (n=1.179) zur Rezeption von Ausländerthemen im Radio ergab, dass Rezipientengruppen mit hohem Ressentiment gegenüber Ausländern die Zahl der Migranten überschätzen und sich über ihren Kontakt mit Migranten negativ äußern (vgl. Neuwöhner / Ruhrmann 1998).

Später konnte gezeigt werden, dass Kontakt nicht immer direkt sein muss. Er kann beispielsweise auch über **beobachteten Kontakt** zwischen Eigen- und Fremdgruppe oder das Wissen über einen solchen wirken („extended contact“) (vgl. Wright u. a. 1997; Brown / Hewstone 2005). Medien können also **stellvertretenden Kontakt** bieten, der ähnliche Effekte erzeugt wie realer (vgl. Graves 1999; Schiappa u. a. 2005). Es zeigt sich, dass Inhalte und Umfang der Fernsehnutzung die Bewertungen von ethnischen Minderheiten beeinflussen (vgl. Armstrong u. a. 1992) und im Fernsehen positiv dargestellte Minderheiten zu weniger negativen Urteilen über diese Gruppe führen (vgl. Fujioka 1999).

In einer früheren Studie wurde daher der gezeigte Kontakt zwischen In- und Ausländern in TV-Nachrichten untersucht (vgl. Ruhrmann u. a. 2006). Bei erwähntem

17

Kontakt beeinflusst wesentlich der Faktor „**Prominenz**“ den **Beachtungsgrad** der Meldung ( $\beta = .52$ ). Der Faktor „**Aggression**“ hat bei erwähntem Kontakt indes keinen Einfluss auf den Beachtungsgrad. Dies deutet darauf hin, dass Meldungen, in denen ein Kontakt zwischen In- und Ausländern gezeigt wird, anderen, weniger auf Gewalt fokussierten journalistischen Selektionsmechanismen unterliegen als Meldungen über Migranten ohne Kontaktdarstellung.

In einer anschließenden Befragung zeigt sich ein signifikanter Unterschied im **Kontaktwunsch** der Rezipienten, die einen Nachrichtenbeitrag zum Ausländeranteil an deutschen Schulen als interessant bewerten und gern ansehen möchten verglichen mit denjenigen, die diese Meldung ablehnen. Es lässt sich jedoch auch zeigen, dass der Wunsch nach Kontakt mit Migranten in der deutschen Bevölkerung stark abhängig ist vom **Wohnort** (Neue versus alte Bundesländer) sowie vom Grad der **formalen Bildung**.

Relevant ist daher die Analyse des durch den (medial reproduzierten) Kontakt ausgelösten Lernprozesses über Fremdgruppen, der zu **Verhaltensänderungen**, **emotionalen Effekten** oder **Neubeurteilung** der Eigengruppe führt (vgl. Pettigrew 1998: 70 f.).

#### 2.4. Zwischenfazit und Ausblick

Forschungslücken und ihre Implikationen, die bearbeitet werden sollten, sehen folgendermaßen aus:

1. Wie **Fernsehen** die hier lebenden Migranten darstellt, ist bisher kaum analysiert worden. Gründe hierfür liegen in der Komplexität derartiger Untersuchungen, angefangen von der aufwändigen Archivierung des Materials bis hin zur komplexen Auswertung des audiovisuellen Materials.
2. Wenig bekannt ist auch über die **Wirkung** der Fernsehberichterstattung auf Wissen, Einstellung und Verhalten verschiedener Publika. Pauschale Wirkungannahmen für bestimmte Inhalte sind heute nicht mehr angemessen. Vielmehr ist es notwendig, den Einfluss von Einstellungen und Vorwissen der Rezipienten mit den unterschiedlichen angebotenen Medienaussagen in Verbindung zu

bringen (vgl. auch Simon / Kloppenburg 2007).

3. In diesem Kontext ist bisher unerforscht, wie bestimmte journalistische **Frames** die Form und Inhalte der Berichterstattung und ihre Rezeption strukturieren.
4. Obwohl der vorurteilslösende Effekt von (**gezeigtem**) Kontakt zwischen In- und Outgroup, also zwischen Migranten und Inländern, bekannt ist, wurde er für die Medienberichterstattung (im Fernsehen) bisher nicht nachgewiesen.
5. Schließlich ist die Rezeption und **Wirkung der Migrantenberichterstattung für die Migranten selbst** – auch in Bezug auf gezeigten Kontakt – nicht berücksichtigt worden. Unklar ist also, wie die Berichterstattung bei Migranten ankommt.
6. Damit werden relevante **Faktoren der Einstellung bezüglich der Nachrichtenrezeption von Migranten** (und nicht nur ihre Mediennutzung!) berücksichtigt.

### 3. Ziele, Design und Methoden der Studie

Ausgehend von den bisherigen theoretischen Überlegungen und dem Stand der Forschung, insbesondere in Deutschland, werden nachfolgend die Ziele der Studie, ihr methodisches Design sowie die Anlagen der einzelnen Erhebungsschritte dargestellt.

#### 3.1. Ziele

Das erkenntnisleitende Interesse des Projekts ist es zu ermitteln, wie Aussagen über Migranten in Abhängigkeit von Berichterstattungsmerkmalen und Einstellungsmustern von Inländern einerseits und Migranten andererseits erinnert und bewertet werden. Gefragt wird:

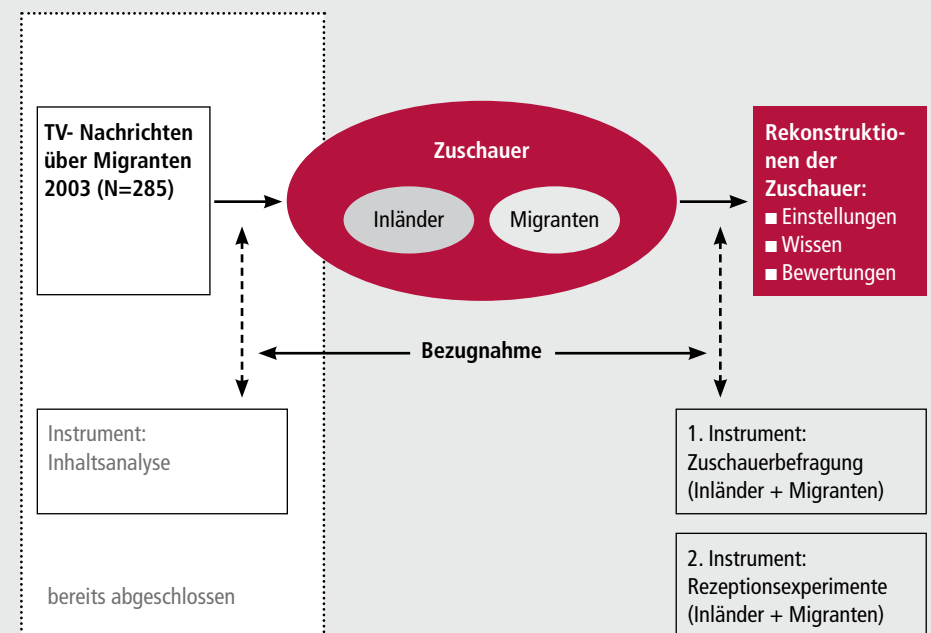
- I. **Welche Einstellungen** und welche Einschätzungen in Bezug auf das Thema Migration haben Inländer und Migranten?
- II. Wie werden **zentrale Elemente einer typischen Nachricht** von Inländern und Migranten rekonstruiert?
- III. Wie werden wesentliche **Merkmale des Themas** Migration eingeschätzt?
- IV. Wie werden präsentierte **Kontaktinformationen** in Fernsehnews von den beiden Rezipientengruppen erinnert und wiedergegeben?

Zur Erreichung der Ziele werden sowohl eine Befragung mit einem quasi-experimentellen Design sowie Rezeptionsexperimente durchgeführt. Beide Untersuchungen werden mit Inländern und Migranten durchgeführt. In beiden Untersuchungen werden jeweils dieselben, bereits inhaltsanalytisch ausgewerteten und typisierten TV-Nachrichten als Stimulus-Material verwendet. Dadurch ist es möglich, sowohl die Einstellungen als auch die einstellungsbedingten Einflüsse auf die Wirkung der Nachrichten auf Inländer und Migranten genauer zu rekonstruieren.

#### 3.2. Design

Ermittelt werden sollen Urteile von Inländern und Migranten bei der Rezeption von Migrantenberichterstattung, die zuvor aus vorhandenem Material der deutschen TV-Nachrichtensendungen aufbereitet worden sind. Dazu wird eine Befragung unter natürlichen und experimentellen Bedingungen eingesetzt (vgl. Abb. 1). Eine derartige komplexe Wirkungsstudie liegt bislang in Deutschland nicht vor.

Abbildung 2: Gesamtdesign des Projekts



### 3.3. Befragung

Um diese Ziele zu erreichen, wurde von September bis November 2006 in Rheinland-Pfalz eine schriftliche Befragung durchgeführt (vgl. Kapitel 4). Die Grundgesamtheit bildeten volljährige Personen mit ihrem Lebensmittelpunkt in Rheinland-Pfalz mit ausreichenden Deutschkenntnissen, um deutsche Fernsehnachrichten zu verstehen. Die Quotierung erfolgte hierbei ausgehend von der gezielten Auswahl in sich relativ homogener Gruppen. Speziell handelte es sich um

- politische Interessenvertretungen
- Volkshochschulklassen
- religiöse Gemeinden sowie
- Kulturvereine.

Die Gruppen repräsentieren bestimmte Ausschnitte aus der Gesamtpopulation, die besonders durch ihre Aktivität, ihre Netzwerke, ihre potenzielle Meinungsführerschaft bzw. ihren vergleichsweise hohen Grad an Partizipation gekennzeichnet sind. Insofern sind sie aus der Perspektive der Mediennutzungs- und -wirkungsforschung durchaus relevante und interessante Zielgruppen, über die – ohne Anspruch auf Allgemeingültigkeit – genauere Informationen nützlich sind. Dabei repräsentieren die Ausländerbeiräte (Migranten) bzw. politische Organisationen (Inländer) vor allem die Gruppe der Meinungsführer. Die Religionsgemeinschaften stellen eine gesellschaftlich relevante Gruppe hinsichtlich der Wertvorstellungen dar, die Vereine und Verbände auf kultureller bzw. säkularer Ebene. Die VHS-Klassen schließlich stehen für die „Durchschnittsbürger“ (vgl. Tab. 1).

Tabelle 1: Stichprobenzusammensetzung (in %)

	Nicht-Migranten	Migranten	Gesamt
Politik	19,6	24,3	22,0
Kirche	38,4	21,6	30,0
Verein	23,2	20,7	22,0
VHS	18,8	33,3	26,0
Gesamt*	100 (118)	100 (112)	100 (230)

\*Fallzahlen in Klammern

#### Aufbau des Fragebogens

Der Fragebogen gliedert sich in fünf Teile<sup>5</sup> und wird von den Teilnehmern – in begleitender Anleitung durch die Interviewer – etappenweise bearbeitet.

1. **Selektionsaufgabe:** den Befragten werden vier Bilder präsentiert und ihre Präferenz ermittelt. Danach werden ihnen zwei zuvor inhaltsanalytisch bzw. clusteranalytisch typisierte Berichte präsentiert, zur einen Hälfte der Fälle handelt es sich um den ZDF-Beitrag zum „Tag der offenen Moscheen“ (Split A), der Cluster 2 („politische Hintergrundberichte“) entstammt, in der anderen Hälfte der Fälle um den SAT.1-Beitrag „Razzien bei Kalifatsstaat“ (Split B) aus Cluster 4 („Migranten und Terrorismus“).
2. **Erinnerungsaufgabe:** erfasst wird Erinnerung an den jeweiligen Beitrag durch freie Wiedergabe der Beitragsinhalte,
3. **Rekognitionstest:** ermittelt in vier (Beitrag B) bzw. fünf (Beitrag A) beitragspezifischen Multiple-Choice-Fragen die Detailerinnerung der Rezipienten.
4. **Semantisches Differential:** mit acht Eigenschaftspaaren, fünfstufig skaliert, dient der Einschätzung und Bewertung des Beitrages.
5. **Einstellungsuntersuchung:** erfasst wurden vor allem die politischen und sozialen Einstellungen, offene sowie subtile Vorurteile. Sie wurden mit fünfstufigen Ratingskalen gemessen. Die einzelnen Fragen sind jeweils Bestandteile

<sup>5</sup> Der Erhebungsbogen enthält Fragen, die sämtlich bereits in anderen Untersuchungen verwendet und getestet wurden.

übergeordneter Skalen, die anhand mehrerer Einzelmessungen ein gemeinsames Konstrukt abbilden: Es handelt sich dabei u. a. um die

- a. Vorurteilsskala: „Blatant and subtle prejudice“ nach Pettigrew (dt. Version)

sowie um Ratingskalalen zur Einschätzung von

- b. Ausländeranteil,
- c. Unspezifischer Fremdenfeindlichkeit,
- d. Patriotismus,
- e. Sozialer Dominanzorientierung,
- f. Autoritarismus und
- g. Akkulturationsstrategien.

Weiterhin wurden der Kontakt zu Migranten und Deutschen, soziodemographische Variablen sowie die Mediennutzung erfragt. Dieser Teil der Erhebung orientiert sich an der ARD-ZDF Studie Massenkommunikation (2000) und erfasst Mediennutzungsgewohnheiten bzw. die Medienorientierung (vgl. Weiß / Trebbe 2002).

### 3.4. Experimente

Zugleich sollen Experimente durchgeführt werden, um die **Wirkung von typischen Fernsehnachrichten** auf Inländer und Migranten zu testen. Ein derartiger Vergleich ist bisher nicht durchgeführt worden. Man ging stattdessen implizit davon aus, dass die Wirkungen der Migrantendarstellung für alle Rezipienten mehr oder weniger gleich sind.

Als Stimulusmaterial dienen bereits analysierte Meldungen einer TV-Nachrichtensstichprobe über Migranten (vgl. Kap. 2.1). Dies hat den Vorteil, dass über die inhaltliche Struktur der ausgewählten Meldungen, die Akteure, Themen und Bewertungen sowie das Framing bereits viel bekannt ist. Zugleich ist sichergestellt, dass diese Meldungen quasi als Prototypen für ähnliche Nachrichten stehen bzw. in der Migrantendarstellung weit verbreitet sind.

Insgesamt werden Experimente zu zwei Problemstellungen durchgeführt. Zur **Themenakzentuierung** soll ermittelt werden, wie eine episodische oder eine thematische Rahmung von TV-Nachrichten über Migranten (vgl. Kap. 2) die Erinnerung und die Bewertung der einzelnen Beiträge durch die Inländer und Migranten beeinflusst. Für die Vorurteilsstrukturen der Migrationsdebatte spielt episodisches oder thematisches Framing eine entscheidende Rolle. Folgende **Hypothesen** sollen überprüft werden:

- H1: **Episodische** Frames bewirken vor allem bei negativen Themen sowohl bei Inländern als auch bei Migranten **bessere Erinnerung** als thematische Frames.
- H2: Beide Gruppen, Inländer und Migranten, definieren jeweils spezifische Aussagen und Bewertungen zum Thema Migranten als **negativ**, allerdings mit **unterschiedlichen Akzentuierungen**.

Bezüglich der **Kontaktthese** geht es – wohl erstmals in einer deutschen Studie am Beispiel der TV-Nachrichtenrezeption – um die Frage, ob und wie ein gezeigter bzw. rezipierter Kontakt zwischen Inländern und Migranten auch zu einer positiveren Bewertung von Migranten führt oder nicht. Geprüft werden soll folgende Hypothese:

- H3: Wenn Rezipienten TV-Nachrichten sehen, die einen **Kontakt** zwischen **aktiven Migranten** und Inländern zeigen, schätzen sie die Migranten positiver ein als nach einem Beitrag ohne gezeigten Kontakt.

#### Experimente zur Themenakzentuierung

Im ersten Experiment zur Themenakzentuierung werden den Versuchspersonen Aussagen aus TV-Nachrichten präsentiert. Diese behandeln entweder das Thema **Terror** (= Cluster 4 Migranten und Terrorismus) oder das Thema **Zuwanderung** (= Cluster 2 politische Hintergrundberichte) und sind entweder **thematisch** oder **episodisch** gerahmt (vgl. Tab. 2). Von der Rahmung hängt es nämlich ab, wie das Geschehen dargestellt und später rezipiert wird.

Die Versuchspersonen werden, nachdem sie eine ca. 15-minütige Ablenkungsaufgabe gelöst haben, gebeten, sich an möglichst viele Aussagen zu erinnern und

Fragen dazu zu beantworten. Schließlich sollen die Aussagen bewertet werden. Die Experimente werden für Inländer und Migranten auf dieselbe Art und Weise durchgeführt bzw. wiederholt.

Tabelle 2: Design des Experiments zur Themenakzentuierung mit 8 Versuchsgruppen

		Terror	Zuwanderung
Inländer	Thematisch	1	2
	Episodisch	3	4
Migranten	Thematisch	5	6
	Episodisch	7	8

26

### Experimente zur Kontakthypothese

Untersucht werden soll weiterhin, wie Vertrautheit bzw. Unvertrautheit mit der Gruppe der Inländer bzw. Migranten zu Einstellungsbildung und -änderung führt. Wachsende Vertrautheit und zunehmender Kontakt – so wird postuliert – reduzieren Vorurteile, wenn bestimmte Bedingungen erfüllt sind (vgl. Pettigrew 1998). Medien bieten dabei einen **stellvertretenden Kontakt** (vgl. Graves 1999; Schiappa u. a. 2005). Den Versuchspersonen werden Aussagen über aktive Migranten (einzelne Akteure, Funktion, Nationalität), die in den Meldungen mit oder ohne Kontakt mit der jeweilig anderen Gruppe erwähnt und gezeigt werden, präsentiert (vgl. Tab. 3).

Tabelle 3: Design des Experiments zur Kontakthypothese mit 4 Versuchsgruppen

Akteure	mit Kontakt	ohne Kontakt
Migranten	1	2
Inländer	3	4

27

## 4. Nutzung und Wirkung der Migrantenberichterstattung: Ergebnisse einer Befragung

Bei der im September bis November 2006 in Rheinland-Pfalz durchgeführten Befragung handelt es sich um eine schriftliche Befragung mit persönlicher Unterstützung, das so genannte „Klassenzimmer-Interview“ (vgl. Noelle-Neumann 1963: 163). Ein solches Vorgehen hat sich insbesondere für Befragungen in Gruppensituationen bewährt, in denen relativ homogene Personengruppen und deren Einstellungen zentral sind (vgl. Diekmann 1995; Schnell / Hill / Esser 2005) und wo aus diesem Grund die Anwesenheit eines Interviewers prinzipiell bedeutsam ist. Der Interviewer hat die Aufgabe, die Befragungsteilnehmer über die entsprechenden Erfordernisse der wissenschaftlichen Befragung und die notwendigen Einzelheiten (Auftraggeber, Untersuchungsziel, Ablauf) zu informieren sowie den Verlauf der (Gruppen-) Befragung entsprechend zu koordinieren und zu überwachen. Zugleich steht der Interviewer permanent für Rückfragen und zur Kontrolle (Rücklaufquote) zur Verfügung. Der Vorteil hierbei ist: die Bereitschaft zur Mitarbeit an dieser Befragung kann – entsprechendes Einfühlungsvermögen des Interviewers vorausgesetzt – erhöht und die Ausfallquoten aufgrund von Verweigerungen minimal gehalten werden. Insbesondere bei Befragungen, deren Untersuchungsgegenstand entweder heikle Themen sind und/oder bei denen die Beantwortung der Fragen an sprachliche (Mindest-) Voraussetzungen gekoppelt ist, erweist sich die hierdurch vorhandene Gelegenheit zur Rückfrage als durchaus vorteilhaft (vgl. Diekmann 2006).

### 4.1. Vorgehensweise

Um die Befragung transparent zu machen, werden nachfolgend die Vorgehensweise bei der Rekrutierung der Teilnehmer, die Stichprobenszusammensetzung und die Befragungstermine thematisiert. Dabei kann nur begrenzt auf Erfahrungen in der empirischen Sozialforschung zurückgegriffen werden (vgl. zum neuesten Überblick Druckman 2005 sowie Diekmann 2006), da derartige komplexe Befragungen von Migranten im Feld selten durchgeführt worden sind.

#### 4.1.1. Rekrutierung

Die Auswahl der jeweiligen Gruppen erfolgte aus öffentlich zugänglichen in der Regel elektronisch (online) verfügbaren Verzeichnissen. Dabei wurde der erste

Kontakt zu den gesellschaftlich relevanten Gruppen fernmündlich über die Ansprache eines Multiplikators hergestellt. Diese Vorgehensweise hat sich in mehrfacher Hinsicht als günstig herausgestellt.

Auf diese Weise konnten Gruppen von vornherein ausgeschlossen werden, die entweder keine zeitlichen Kapazitäten oder kein Interesse am Thema hatten. Oder aber die Bedingungen der Befragung – z. B. bei Migranten keine ausreichenden Deutschkenntnisse (vgl. Zeman 2005; Diekmann 1995; 2006; Schnell u. a. 2005) – nicht erfüllten.

Der gewählte Weg der Rekrutierung über einen (fern-) mündlichen Erstkontakt zu den entsprechenden Multiplikatoren erzeugte insgesamt überwiegend Kooperationsbereitschaft und Aufgeschlossenheit gegenüber dem Projekt. Generelle Ablehnung und Verweigerung wurde in erster Linie mit prinzipiellem Desinteresse an Umfragen (kategorische Auskunftsverweigerung) begründet. Begründet wurden diese Reaktionen teilweise mit vermuteten persönlichen Nachteilen oder Konsequenzen (beispielsweise in Form vermuteter Kooperationen mit staatlichen Behörden/Institutionen wie GEZ, Verfassungsschutz etc.).<sup>6</sup> Ein weiterer Grund war der antizipierte zeitliche Aufwand. Ebenfalls eine Rolle spielte hier die Brisanz des Themas und damit zusammenhängend mangelndes Vertrauen in die Anonymität bzw. den Datenschutz (spezifische Auskunftsverweigerung). Beides kam bei den Erstkontakten jedoch nur selten vor.

Ein weiterer Vorteil der gezielten Multiplikatorenansprache liegt in der möglichst breiten Streuung von Nationalitäten: Da abgesehen von den in Deutschland lebenden vier größten Migrantengruppen (Türkei, ehemaliges Jugoslawien, Russland, Italien) beispielsweise viele Vereine oder ausländische Kirchengemeinden nur schwer über öffentlich zugängliche Verzeichnisse recherchiert werden können, bietet dieser Weg eine viel versprechende Alternative.

<sup>6</sup> Fraglich ist hierbei, ob von einer generellen oder themenbedingten distanzierten Umfrageeinstellung auszugehen ist oder ob der beispielsweise bei Eliten- / Meinungsführerbefragungen oftmals – hier nicht - eingesetzte Weg einer schriftlichen Vorabinformation einen einstellungsverändernden Effekt hin zu einem Vertrauensaufbau gehabt hätte.

War der Erstkontakt hergestellt und ein generelles Interesse am Thema bekundet, wurde entweder postalisch oder via Email ein detailliertes Informationsschreiben an den Multiplikator, mit der Bitte um Weiterleitung an beispielsweise Vereinsmitglieder, geschickt. Durch den Einsatz einer „vertrauten“ Person (hier: Multiplikator) als Mittler zwischen durchführender Institution (hier: Friedrich-Schiller-Universität Jena) und den zu Befragenden konnte die Bereitschaft zur Teilnahme an der Befragung entscheidend erhöht werden. Später wurden die Multiplikatoren dann erneut kontaktiert, um einen Befragungstermin zu vereinbaren.

Insgesamt zeichneten sich sowohl die Multiplikatoren als auch die durch sie kontaktierten Befragungsteilnehmer meist dadurch aus, dass sie besonders engagiert und motiviert bei der Rekrutierung potenzieller weiterer Befragungsteilnehmer waren.<sup>7</sup> Begründet wurde das damit, dass man sich gesellschaftlich stark verantwortlich fühle. Auch wurde argumentiert, dass man hier etwas über das Meinungs- und Einstellungsbild im persönlichen Umfeld erfahren könne. Dies führte wiederum häufig direkt im Anschluss an die Befragung zu tiefgreifenderen Diskussionen der Thematik und der Fragebogeninhalte.

Zur Befragung größerer und in sich homogener Gruppen ist es vorteilhaft, eine zentrale Person dieser Gruppe (Multiplikator) sowohl für die Ansprache weiterer Gruppenmitglieder als auch für die Durchführung der Befragung selbst zu gewinnen.

Aus Effektivitäts- und Effizienzgründen, jedoch auch zur Überwindung von Akzeptanzschwierigkeiten ist insbesondere bei Migrantenbefragungen der fermündliche Erstkontakt durch den Interviewer dem postalischen Rekrutierungsweg vorzuziehen. Die auf diese Weise getroffene Vorauswahl gewährleistet einen die bessere Entfaltung des Multiplikatoreffektes bei der Auswahl von Gruppenmitgliedern. Zum anderen erhöht diese Vorgehensweise die Umfragebereitschaft bei den zu befragenden Personen.

<sup>7</sup> Allen an der Organisation und Durchführung Beteiligten, auch den Befragungsteilnehmern, sei an dieser Stelle noch einmal herzlichst gedankt.

#### 4.1.2. Stichprobenszusammensetzung

Die Grundgesamtheit der im Herbst 2006 durchgeführten Untersuchung bildeten Personen mit ihrem Lebensmittelpunkt in Rheinland-Pfalz, die zum Befragungszeitpunkt mindestens 18 Jahre alt waren und über ausreichend Deutschkenntnisse verfügen (sofern Deutsch nicht Muttersprache ist), um deutsche Fernsehnachrichten zu verstehen. Von Interesse für die Quotierung waren im Speziellen politische Interessenvertretungen, kirchliche Gemeinden sowie Vereine. Die aus diesen Gruppen angesprochenen Personen zeichnen sich anzunehmenderweise durch ihre Netzwerke und einen hohen Grad an Partizipation aus. Im Rahmen ihres gesellschaftlichen und/oder beruflichen Engagements tragen sie im Wesentlichen zur Vermittlung und Implementierung von Wissen, Meinungen und Einstellungen in den Bereichen Politik, kirchliche sowie kulturelle/säkulare Wertvorstellungen bei. Den Kontrast dazu bildeten die Durchschnittsbürger, welche über Volkshochschulkurse bzw. Sprachkurse rekrutiert wurden (vgl. Tab. 1).

An insgesamt drei Erhebungsorten in Rheinland-Pfalz (Mainz, Koblenz, Ludwigshafen) wurden aus diesen Gruppen insgesamt 112 in Deutschland lebende Personen mit und 118 ohne Migrationshintergrund ausgewählt und befragt.

Dabei wurden in Anlehnung an die Definition von Bartelheimer (2005: 352f) Personen dann der Gruppe mit Migrationshintergrund zugerechnet, wenn mindestens eines der folgenden Merkmale gegeben war:

- der Geburtsort lag außerhalb von Deutschland
- eine andere als die deutsche Staatsbürgerschaft lag vor
- eines der beiden erstgenannten Merkmale traf auf die Eltern zu.

Darüber werden bei den Migranten die erste und zweite Zuwanderungsgeneration berücksichtigt (vgl. auch Kap. 2). Definitorisch zählen Personen mit Geburtsort außerhalb von Deutschland, die nach dem 6. Lebensjahr zugewandert sind, d.h. ihre Schulbildung außerhalb von Deutschland begonnen und in Deutschland fortgesetzt haben, zur ersten Zuwanderungsgeneration. Personen, die vor dem 6. Lebensjahr zugewandert sind, d.h. ihre Schulbildung in Deutschland angefan-



gen haben, gehören zur zweiten Zuwanderungsgeneration (vgl. Bartelheimer 2005: 353).

### 4.1.3. Befragungstermine

In der Vorbereitungsphase der Befragung wurde davon ausgegangen, dass pro Termin ca. 15–20 Personen befragt werden können. In der Realität erwies sich diese Annahme aus mehreren Gründen als nicht praktikabel. Daher wurden durchschnittlich Gruppen von 5–10 Personen befragt.

So erschwerte einerseits der für die Beantwortung des Fragebogens benötigte Zeitaufwand die Koordination einer größeren Gruppe bezüglich eines gemeinsamen Termins. Aus diesem Grund wurde die Befragung – wenn möglich – im Vorfeld oder im Nachgang einer Vereinssitzung o. Ä. durchgeführt. Auf diese Weise kamen für die Teilnehmer keine zusätzlichen Wegezeiten hinzu. Der zeitliche Aufwand war somit überschaubar. Musste ein ausschließlicher Befragungstermin vereinbart werden, war die Gruppengröße meist kleiner. Die Interviewer brauchten jedoch für Vorbereitung, Aufbau etc. dann mehr Zeit.

Andererseits erforderte die inhaltliche Komplexität des Fragebogens eine fortwährende Begleitung des Ablaufs der Befragung durch die Person des Interviewers. Mit wachsender Gruppengröße war dies immer weniger zu leisten. Gruppengrößen von in Einzelfällen bis zu 32 Personen zu „überwachen“ und den Befragungsverlauf entsprechend der einzelnen Fragebogenabschnitte (unterschiedliche Antwortgeschwindigkeiten) zu koordinieren, war dann insofern schwierig, als dass es einerseits viel Klärungsbedarf zu den Frageninhalten bzw. -formulierungen gab. Auch sollten Situations- und/oder Interviewereffekte ausgeschlossen werden.

Die Gruppengröße sollte in Abwägung der sozialen Sensibilität des Befragungsthemas, dem Zeitraum sowie dem Aufwand der Befragung 10 Personen nicht übersteigen. Zur Vermeidung von Situations- und Interviewereinflüssen sind die Gruppenmitglieder mit und **ohne** Migrationshintergrund jeweils getrennt voneinander zu befragen.

## 4.2. Durchführung der Befragung

Die Befragung dauerte im Durchschnitt 45 Minuten und wurde in Abhängigkeit der Gruppengröße von ein bis zwei Interviewern durchgeführt. Nachdem sich die Interviewer vorgestellt und eine kurze Einführung in die Thematik der Befragung gegeben hatten, wurde der Ablauf der Befragung erläutert und der Fragebogen ausgehändigt.

### Aufbau des Fragebogens

Der Fragebogen gliedert sich in fünf Teile<sup>8</sup> und wurde von den Teilnehmern – in begleitender Anleitung durch die Interviewer – etappenweise bearbeitet.

- Der **erste Teil** ist eine Selektionsaufgabe, in der den Befragten vier Bilder präsentiert werden, die jeweils die erste Kameraeinstellung eines TV-Nachrichtensbeitrages darstellen. Unter jedem Bild ist in ein bis zwei Sätzen der wesentliche Beitragsinhalt beschrieben (Anmoderation). Die Befragten werden gebeten, die Meldungen nach ihrem Interesse zu ordnen, wobei der Beitrag, den sie am liebsten sehen wollen, die Nummer „1“ erhalten soll, der zweitliebste die „2“ usw.

Im Anschluss daran wird den Befragten einer von zwei bereits vorab ausgewählten Beiträgen gezeigt, welche einer clusteranalytischen Typisierung deutscher TV-Nachrichten über Migranten entnommen sind (vgl. Ruhrmann u. a. 2006).

In der Hälfte der Fälle handelt es sich um den ZDF-Beitrag zum „Tag der offenen Moscheen“ (Split A), der Cluster 2 („politische Hintergrundberichte“) entstammt, in der anderen Hälfte der Fälle um den SAT.1-Beitrag „Razzien bei Kalifatsstaat“ (Split B) aus Cluster 4 („Migranten und Terrorismus“).

<sup>8</sup> Der Erhebungsbogen enthält ausschließlich Fragen, die bereits in anderen Untersuchungen verwendet wurden, u. a. in der Befragung des DFG-Projekts „Nachrichtenauswahl und -wirkung der Berichterstattung über Migranten“ an der Friedrich-Schiller-Universität Jena mit 500 repräsentativ nach soziodemographischen Merkmalen ausgewählten deutschen Erwachsenen (ab 14 J.). Der Fragebogen für die hier beschriebene Erhebung wurde mit deutschen und ausländischen Studierenden erfolgreich getestet.

- **Teil II und III** des Fragebogens erfassen die Erinnerung an den jeweiligen Beitrag. In Teil II erfolgt eine freie Wiedergabe der Beitragsinhalte, indem die Befragten auf die drei folgenden offenen Fragen antworten: „Bitte geben Sie kurz in eigenen Worten wieder, worum es in der eben gesehenen Nachrichtenmeldung ging! Was waren die wesentlichen Inhalte des eben gesehenen Beitrages? Wer waren die Hauptpersonen im Beitrag? Wo fand das im Beitrag beschriebene Ereignis statt?“ Teil III ist als Rekognitionstest angelegt, der in vier (Beitrag B) bzw. fünf (Beitrag A) beitragspezifischen Multiple-Choice-Fragen die Detailerinnerung der Rezipienten erfasst.
- **Teil IV** des Fragebogens ist ein semantisches Differential mit acht Eigenschaftspaaren, fünfstufig skaliert, das in Anlehnung an das Codierbuch des DFG-Projekts entwickelt wurde. Hier werden die Untersuchungsteilnehmer gebeten, den Beitrag auf mehreren Dimensionen einzuschätzen.
- **Teil V** des Fragebogens besteht aus zahlreichen Skalen zur Erfassung politischer und sozialer Einstellungen, offener sowie subtiler Vorurteile. Sie wurden mit fünfstufigen Ratingskalen erfasst. Die einzelnen Fragen sind jeweils Bestandteile übergeordneter Skalen, die anhand mehrerer Einzelmessungen ein gemeinsames Konstrukt abbilden:
  - Vorurteilsskala: „Blatant and subtle prejudice“ nach Pettigrew (dt. Version), 26 Items, fünfstufige Ratingskala.
  - Einstellungen 46 Items, alle einschätzbar auf fünfstufiger Ratingskala: Ausländeranteilsschätzung, Unspezifische Fremdenfeindlichkeit, Patriotismus, Soziale Dominanzorientierung, Autoritarismus, Akkulturationsstrategien.

Weiterhin wurden der Kontakt zu Migranten und Deutschen, soziodemographische Variablen sowie die Mediennutzung erfragt. Dieser Teil der Erhebung orientiert sich an Variablen der ARD-ZDF Studie Massenkommunikation (2000) und erfasst Mediennutzungsgewohnheiten bzw. die Medienorientierung (vgl. Weiß / Trebbe 2002; Trebbe / Weiß 2007).

### Methodenkritische Reflexionen

Zur Durchführung lässt sich generell sagen, dass sich der Umfang des Fragebogens und der damit verbundene zeitliche Aufwand für die Befragten stark auf die Bereitschaft zur Teilnahme an der Befragung ausgewirkt haben.

Darüber hinaus kommt bei Gruppenbefragungen generell das Problem des sozialen Gruppendrucks zum Tragen. Im vorliegenden Fall kann es hier zu einem Effekt auf das Antwortverhalten gekommen sein, da die Bearbeitung des Fragebogens in unterschiedlicher Geschwindigkeit erfolgte.

Spezifische Probleme bei der Durchführung ergaben sich – trotz sorgfältiger Auswahl der Teilnehmer im Vorfeld – durch die teilweise mangelnden Deutschkenntnisse der Migranten. Insbesondere Migranten der ersten Generation („Gastarbeiter“) fiel die Beantwortung der Fragen teilweise schwerer. Studien haben gezeigt, dass insbesondere bei kontroversen bzw. heiklen Interviewthemen trotz größtenteils guter bis sehr guter Deutschkenntnisse die jeweilige Landessprache als Interviewsprache bevorzugt würde (Vgl. hierzu auch ZfT 1995). Einerseits führte das zu Problemen bei der Beantwortung der Fragen zum Stimulusmaterial. Erschwert wurde besonders die Beantwortung der alltagssprachlichen Itemfragen. In diesem Zusammenhang ist es notwendig, sich zu vergegenwärtigen, dass sehr gute Deutschkenntnisse, die die Rezeption deutscher Nachrichtensendungen ermöglichen, nicht in jedem Fall mit dem Verständnis alltagssprachlicher Redewendungen einhergehen (vgl. dazu grundlegender Arbeitsgruppe Biefelder Soziologen 1973, Linke u. a. 2004, 293 ff., 334 ff.; Crystal 2005: 343 ff.; Simon / Kloppenburg 2007: 142 ff.). Insgesamt konnten dennoch durch den Erstkontakt über Multiplikatoren Personen gezielter angesprochen werden, die dieses Kriterium erfüllen und die Ausfallquote entsprechend gering gehalten werden. Mehrheitlich konnten die befragten Migranten mühelos die gezeigten Nachrichtenbeiträge verfolgen und den Fragebogen bearbeiten.

Darüber hinaus war der Abschnitt der Einstellungsfragen sowohl bei den Inländern wie auch den Migranten mit größeren sprachlichen und inhaltlichen Problemen behaftet. Im Bezug auf die Sprache bemängelten die Befragten vor allem das akademische Sprachniveau, doppelte Verneinungen und die Mehrfachabfragen

von Skalen mit ähnlichem Frageinhalten/-formulierungen. Inhaltlich boten die zu Untersuchungszwecken bewusst alltagssprachlichen und damit teilweise politisch inkorrekten Items mehrfach Anlass für Irritationen. Häufig identifizierten sich die Befragten innerhalb kürzester Zeit zu stark mit dem Fragebogen, allerdings eher im negativen Sinn. In einigen Fällen wurde dadurch das Intervenieren des Interviewers, nur in wenigen Fällen der Abbruch der Befragung erforderlich. Um die hier geschilderten und primär von Aspekten der Frageformulierung und -konstruktion ausgehenden Verzerrungseffekte zu reduzieren, haben sich beispielsweise Verweise, z. B. auf berühmte Persönlichkeiten, oder eine bewusst verharmlosende Frageformulierung bewährt (vgl. Reuband 2002: 91).

Die dritte mehrheitliche Reaktion der Befragten war, dass sie sich eher verschlossen und so z. B. ganze Fragenkomplexe nicht beantworteten bzw. die Tendenz zur Indifferenz ("weder noch") wählten. Der als offenkundig zweideutig wahrgenommene und eingeschätzte Interpretationsspielraum der im Fragebogen enthaltenen Einstellungsskalen verstärkte diese Tendenz oftmals. Die Angst, Fragen entweder falsch oder sozial nicht erwünscht zu beantworten, kann bei Migrantenbefragungen im Speziellen eine bedeutsame Rolle hinsichtlich des Antwortverhaltens der Befragten und damit der Datenqualität spielen. Dem zu begegnen erforderte die geschickte Nutzung einer Fragebogendramaturgie und andererseits eine konsequente Fokussierung der Inhalte.

Ähnlich wie bei der Teilnehmer-Rekrutierung lassen sich demzufolge auch bei der Datenerhebung auftretende Probleme, insbesondere bei den Migranten aus dem Niveau der vorhandenen Deutschkenntnisse ableiten. Bei den Deutschen hingegen treten im Verlauf der Erhebung verstärkt instrumentenbedingte Ermüdungs- und Ablehnungstendenzen auf.

Die thematische Brisanz der Befragung und die oben erwähnten instrumentbedingten Schwierigkeiten stellten besondere Herausforderungen an die Interviewer. Neben inhaltlichem und methodischem Wissen war es vor allem im Bezug auf die Migranten wichtig, in sozial kompetenter und sensibler Art und Weise auf die zu Befragenden einzugehen (vgl. hierzu u. a. ZfT 1995: 33; Schnell u. a. 2005; Diekmann 2006; Simon / Kloppenburg 2007). Dabei musste immer wieder die Gratwan-

derung zwischen notwendigem Erklärungsbedarf auf Seiten der Befragten (und dem damit verbundenen Risiko von Verzerrungen im Sinne der sozialen Erwünschtheit) und minimalem Interviewereinfluss bewältigt werden. Wobei Letzteres kein Spezifikum von Migrantenbefragungen ist, sondern bei jeder Befragung dieser Art, d. h. bei der Anwesenheit Dritter, einkalkuliert werden muss.

Die Güte der Daten wird bei der Befragung sozialer Kleingruppen und insbesondere bei kontroversen Befragungsinhalten nicht nur vom Erhebungsinstrument, dem Fragebogen, selbst beeinflusst, sondern auch stark von externen bzw. situationalen Rahmenbedingungen.

Insbesondere bei der Befragung von Personen aus der Minderheitsgesellschaft spielt das Verhalten und Auftreten des Interviewers eine wichtige Rolle. Mit kulturell bedingten Unterschieden in der Akzeptanz des Gegenübers angemessen umzugehen, ist hierbei essenziell. Das erfordert eine entsprechende Sensibilisierung des Interviewers. Genannt sind seine sozialen Fähigkeiten, d. h. seine Flexibilität, Anpassungs- und Konfliktlösungsfähigkeit im Vorfeld der Befragung.

Eine Alternative sind u. a. Mehrthemenbefragungen (auch Omnibus). Hierbei können auch kontroverse Befragungsinhalte besser integriert sowie Antwortverzerrungen aufgrund von Ermüdungserscheinungen im Befragungsverlauf reduziert werden.

Als durchaus positiv bei der Durchführung erwies sich der Rückgriff auf „gewohnte“ Räumlichkeiten, Vereinsräume oder Gemeindesäle der Kirchen gegenüber „neutralem“ und für die Befragungsteilnehmer unbekanntem Terrain. Die so geschaffene eher vertraute und gelöste Atmosphäre hat bei den Befragten die Bereitschaft zur Akzeptanz der „befremdlichen“ Befragungssituation durchaus erhöht. Außerdem wurde die Auskunftsbereitschaft und Diskussionsbereitschaft angeregt, sogar über die Befragungszeit hinaus.

### 4.3. Ergebnisse

Im Folgenden werden die wesentlichen Ergebnisse der Feldbefragung vorgestellt. Ausgehend von den Projektzielen (vgl. Kap. 3.2) erfolgte hierfür zunächst eine Annäherung an die Fragen, welche Medien Inländer und Migranten nutzen und ob, und wenn ja, wie sich die Nutzung bestimmter Medien auf die Einstellungen bei Inländern und Migranten auswirkt. Zunächst sei jedoch kurz auf die soziodemographische Stichprobenzusammensetzung eingegangen.

#### 4.3.1. Stichprobenzusammensetzung

Von den Befragten sind 117 weiblich (51,3%; Anteil weiblicher Migranten hierbei 55,4%) und 111 Personen männlich (48,7%; Anteil männlicher Migranten hierbei 44,6%). Das Durchschnittsalter der deutschen Befragten beträgt 39,7 Jahre, bei den Migranten liegt es mit 42,2 Jahren nur leicht höher.<sup>9</sup> Über die Hälfte der befragten Inländer ist ledig (53%), wohingegen mehr als jeder zweite Befragte (61,3%) in der Gruppe der Migranten verheiratet ist bzw. in eheähnlicher Gemeinschaft lebt.

Im Durchschnitt leben in den Haushalten der deutschen Befragten 2,69 Personen (SD 2,59), das Haushaltseinkommen beträgt hier in mehr als jedem zweiten deutschen Haushalt (58,4%) 2000 Euro bzw. weniger. Demgegenüber beträgt die Haushaltsgröße bei den Migranten durchschnittlich 2,94 Personen (SD 1,46), denen im Durchschnitt bis 1500 Euro Haushaltseinkommen im Monat zur Verfügung stehen (57,4%).

Dass im Mittelpunkt dieser Befragung die bewusste und prinzipielle Gegenüberstellung von Meinungsführern und „Durchschnittsbevölkerung“ stand, zeigt sich insbesondere beim Bildungsniveau: Mehr als ein Drittel der befragten Inländer und Migranten hat eine akademische Ausbildung abgeschlossen (vgl. Tab. 4).

<sup>9</sup> Im Vergleich hierzu: Der Frauenanteil der gesamtdeutschen Bevölkerung betrug 51,1%, in Rheinland-Pfalz 50,97%. Der Anteil Lediger an der Gesamtbevölkerung: 40,93%, der Anteil 25-45jähriger: 28,79% (Stichtag 31.12.2005). (vgl. Statistisches Bundesamt 2007).

Tabelle 4: Soziodemographische Stichprobenstruktur (Angaben in %)

		Inländer	Migranten	Gesamt	
<b>Geschlecht</b>	Männlich	52,6	44,6	48,7	
	Weiblich	47,4	55,4	51,3	
<b>Alter</b>	bis 30 Jahre	43,1	26,6	35,1	
	30 bis 49 Jahre	26,7	38,5	32,4	
	über 50 Jahre	30,2	34,9	32,4	
<b>Familienstand</b>	ledig	53,0	29,7	41,7	
	verheiratet/eheähnlich	36,8	61,3	48,7	
	getrennt lebend	1,7	1,8	1,8	
	geschieden	5,1	5,4	5,3	
	verwitwet	3,4	1,8	2,6	
<b>Bildungsabschluss</b>	unter 10. Klasse	3,4	16,2	9,6	
	10. Klasse / POS	23,9	21,6	22,8	
	Abitur / EOS	41,0	20,7	31,1	
	FH / Uni	31,6	41,4	36,4	
<b>Berufliche Stellung</b>	Selbstständig	5,1	11,0	8,0	
	Leitende Beamte/ Angestellte	14,5	3,7	9,3	
	Sonstige Beamte/ Angestellte	22,2	19,3	20,8	
	(Fach-) Arbeiter	6,0	14,6	10,2	
	Rentner/ Pensionär	12,8	7,3	10,2	
	z. Zt. ohne Arbeit	2,6	13,8	8,0	
	z. Zt. in Ausbildung	29,1	12,8	21,2	
	Anderes (Hausfrau/-mann, Zivil-/ Wehrdienst)	7,7	17,4	12,4	
	<b>Haushaltsgröße</b>	1–2 Prs.	64,0	43,8	54,2
		2–4 Prs.	27,0	41,9	34,3
< 4 Prs.		9,0	14,3	11,6	

Die Stichprobe der Migranten umfasst 32 Nationalitäten (vgl. Tab. A1 im Anhang). 58 der Befragten aus dieser Gruppe (64,4%) sind überwiegend in einem anderen europäischen Land (Türkei, Portugal, Ukraine, ehem. Jugoslawien) bzw. in (Vorder-)Asien (Russland, Syrien, Irak) aufgewachsen. Wie in Tabelle A2 im Anhang dargestellt, ist der Großteil von ihnen bereits seit mehr als zehn Jahren in Deutschland bzw. wurde hier geboren (59,8%).

In der Frage der Religionszugehörigkeit gab über ein Drittel der Befragten (37,7%) an, der katholischen Kirche anzugehören.<sup>10</sup> Im Vergleich zwischen Inländern und Migranten sind die erstgenannten zu relativ gleichen Teilen mehrheitlich katholischen bzw. evangelischen Glaubens, gut ein Viertel von ihnen ist ohne Religionszugehörigkeit. Leicht differenzierter gestaltet sich das Bild bei den Migranten: Über die Hälfte ist entweder katholisch (42,3%) oder orthodox (12,6%), weniger als ein Fünftel islamisch (17,1%). Rund ein weiteres Fünftel von ihnen gab an, keiner Religion zugehörig zu sein. (vgl. Tab. A3 im Anhang).

### 4.3.2. Mediennutzung und Themenpräferenzen

Die Nutzung des Fernsehens, des Hörfunks und der Tageszeitungen wird nachfolgend auf die Unterschiede zwischen Migranten gegenüber Inländern hin untersucht. Hier wurden bereits im Vorfeld Unterschiede erwartet, da schließlich viele der interviewten Migranten nicht im deutschen Mediensystem sozialisiert sind.

#### Fernsehen

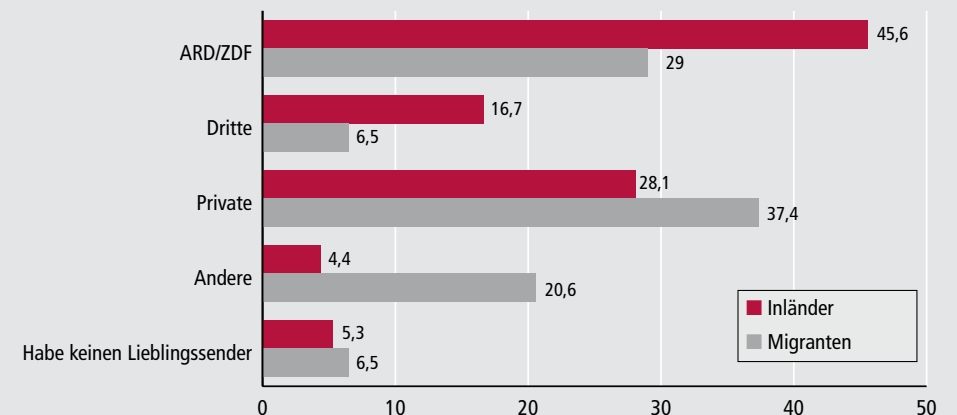
Signifikante Unterschiede zeigen sich bereits in der Wahrnehmung und Nutzung deutscher Medien. Während die deutschen Befragten im Schnitt dreizehn deutsche TV-Sender kennen und nutzen, sind es bei den Migranten im Durchschnitt elf Sender. Bei genauerer Betrachtung zeigt sich, dass sowohl bei den inländischen Befragten als auch bei den Migranten in erster Linie die Newskanäle des deutschen Fernsehens (n-tv, N 24, Phoenix) teilweise noch gänzlich unbekannt sind. Vielen der Migranten sind jedoch auch die dritten Programme teilweise weder durch eigene Rezeption noch namentlich bekannt, gefolgt von den „großen“ Privaten.

<sup>10</sup> Religionszugehörigkeit in Rheinland-Pfalz: 2005 46,5% römisch-katholisch (Gesamtdeutschland: 31,4%), (vgl. Statistisches Bundesamt 2007).

Noch deutlicher wird der Unterschied in der konkreten Nutzung einzelner Fernsehsender: Während die inländischen Befragten am liebsten ARD und ZDF schauen, bevorzugen die Migranten die privaten Programme sowie andere, auch ausländische Fernsehsender (vgl. auch ARD/ZDF-Medienkommission 2007). Die dritten Programme (11,8%) werden von Inländern mehr als doppelt so häufig als Lieblingssender genannt als von den Migranten (vgl. Abb. 3). Dieser Befund ist insofern erstaunlich, als dass insbesondere die öffentlich-rechtlichen Programme bzw. Informationsangebote aufgrund ihrer besonderen gesellschaftlichen Verantwortung großen Wert auf eine ausgewogene und adäquate Berichterstattung über Migranten legen. Der Grundtenor der Migranten-Darstellungen ist hier zum einen insgesamt positiv und durch Neutralität und Offenheit gekennzeichnet. Zum anderen sind insbesondere bei den dritten Programmen bzw. Programminhalten mit lokalem bzw. regionalem Bezug weitaus häufiger Multiplikatoreffekte bezüglich einer integrationsfördernden Wirkung der medialen Migrantendarstellung zu erwarten (vgl. Krüger 2005).

Abbildung 3: Lieblingssender\* der Befragten (TV, in %)

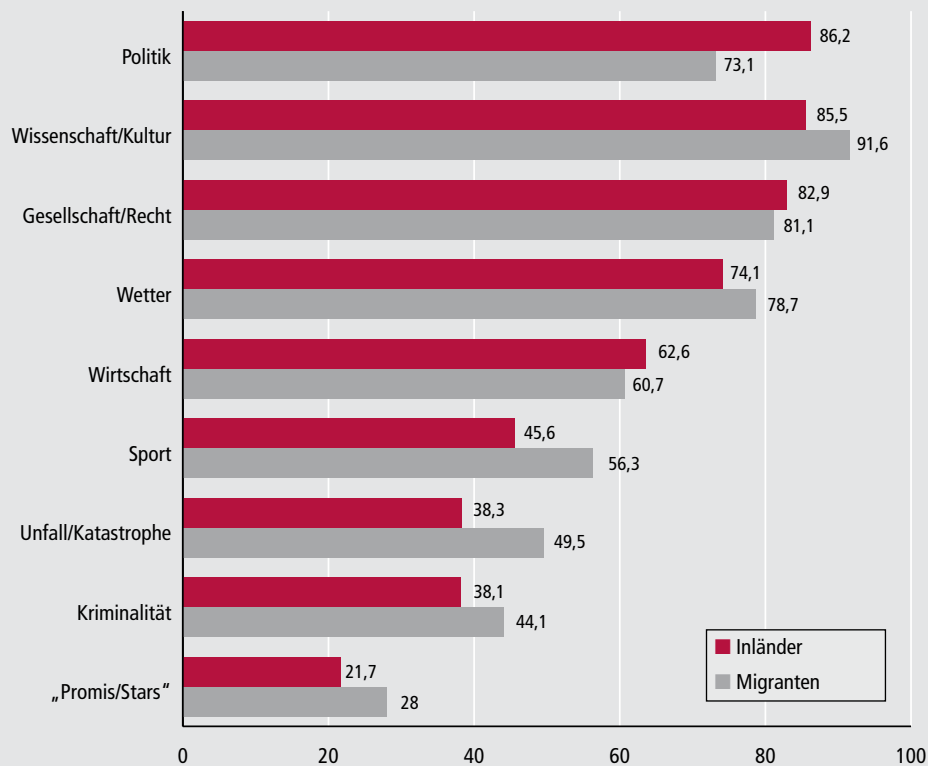
\* „Welcher Fernsehsender ist Ihr Lieblingssender?“, nur erste Nennung



### Themenpräferenzen

Hinsichtlich ihrer thematischen Präferenzen in den Nachrichten weisen die Befragten relativ ähnliche „Themenprofile“ auf: Mehr als drei Viertel aller Befragten gibt an, sehr an den Themen Wissenschaft/Kultur, Gesellschaft/Recht sowie politischen Themen interessiert zu sein. In der Gegenüberstellung zeigt sich, dass das politische Interesse bei den Migranten etwas geringer als bei den Inländern ist, im Bereich kultureller und wissenschaftlicher Nachrichteninhalte kehrt sich dies hingegen um (vgl. Abb. 4).

Abbildung 4: Themeninteressen der Befragten (in %)



Die dargestellten Unterschiede in der Fernsehnutzung zeigen sich auch in den Präferenzen für Nachrichtensendungen. So nutzen Migranten im Vergleich zu den Inländern deutlich häufiger auch die Newsformate der privaten Sender (insbes. Kabel, Vox, RTL 2) und deutlich weniger das Nachrichtenangebot der regionalen dritten Programme.

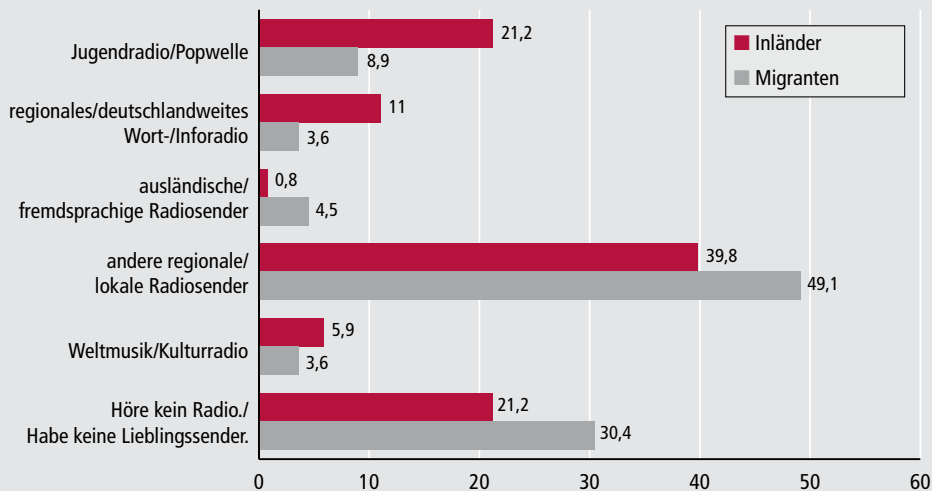
Insgesamt wird die Tagesschau bevorzugt genutzt (vgl. Tab. A6 im Anhang; siehe auch Zubayr / Geese 2005; Ruhrmann u. a. 2003). Drei Viertel aller Befragten (75,2%) gibt an, sich am liebsten durch die Tagesschau über aktuelle Geschehnisse informieren zu lassen. Gut zwei Drittel schaut regelmäßig die ZDF-Nachrichtensendung heute (64,8%). Die Privaten folgen mit deutlichem Abstand, wobei hier RTL (27,4%) und SAT.1 (16,1%) den größten Anteil haben. Insgesamt scheint jedoch das Ritual des abendlichen Nachrichtenschauens einerseits zugunsten anderer Informationsangebote (vorzugsweise Online), andererseits hinsichtlich veränderter zeitlicher Präferenzen für Informationsprogramme weniger bedeutsam zu werden: So informieren sich vergleichsweise viele Befragte statt in den abendlichen Nachrichten lieber über Morgenmagazine und/oder Spätnachrichten (17,6%) bzw. schauen keine Nachrichten (6,1%).

### Hörfunk

Anhand einer vorgegebenen Auswahl von zwölf Hörfunksendern geben 40,7% der deutschen Befragten an, dass ihnen durchschnittlich drei und mehr Radiosender gänzlich unbekannt seien, vier zumindest vom Namen her bekannt sind. Weitere vier wurden zumindest in der Vergangenheit auch schon einmal selbst gehört. Migranten hören im Vergleich hierzu weniger Radio (vgl. auch ARD/ZDF-Medienkommission 2007): 56,3% aller Befragten war jeder vierte genannte Radiosender gänzlich unbekannt, bei nur circa zwei Sendern ist den Befragten zumindest der Name des Senders ein Begriff (vgl. Tab. A4 im Anhang). Wie in Abbildung 5 dargestellt, zeigen sich zwischen beiden Gruppen bei den Lieblingssendern kaum markante Unterschiede. Lediglich der Anteil derjenigen, welche angeben, überhaupt kein Radio zu hören bzw. keinen Lieblingssender zu haben, ist in der Gruppe der Migranten etwas höher (30,4%), bei den Inländern liegt er bei 21,2%.

Abbildung 5: Lieblingssender\* der Befragten (Hörfunk, in %)

\* „Welchen Radiosender hören Sie am (zweit-)liebsten?“



44

### Migration als Medieninhalt im Hörfunk

Die speziell interkulturell ausgerichtete Berichterstattung in Form eigenständiger Sendeformate wird bereits seit geraumer Zeit verstärkt journalistisch beachtet. Interessanterweise nutzen Rezipienten solche Angebote noch eher zurückhaltend.

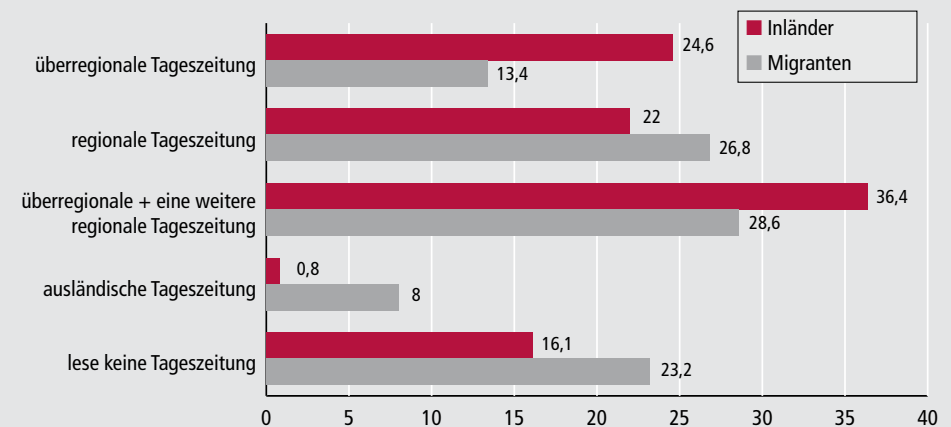
Beispielhaft wurde bei der Untersuchung nach der Bekanntheit eines solchen Angebotes gefragt. Hierbei ging es um die Radiosendung SWR International, welche auf der Frequenz von SWR Con.tra für die Zielgruppe deutsche und ausländische Hörer gesendet wird. Drei Viertel der Befragten gaben an, diese konkret benannte Sendung nicht zu kennen (75,1%), wobei hierbei der Anteil inländischer Nicht-„Kenner“ mit 86,2% höher ausfällt als bei den Migranten (61,3%). Jeder fünfte Migrant hat die Sendung schon mal gehört (21,5%). Hingegen ist der Anteil inländischer Hörer mit 6,0% wiederum deutlich niedriger. Nur geringfügig höher ist der Anteil der Inländer, denen zumindest der Name der Sendung ein Begriff ist (7,8%). Bei den Migranten sind es immerhin 17,2%.

### Tageszeitung

In der Nutzung von Tageszeitungen greift nahezu jeder dritte Befragte häufig auf mehrere, in der Regel eine überregionale und eine regionale Tageszeitung zurück (32,6%). 100 der 230 Befragten lesen entweder eine regionale oder eine überregionale Zeitung. Während die inländischen Befragten eher auf überregionale Zeitungen zurückgreifen (24,6%), bevorzugen die Migranten eher regionale Tageszeitungen (26,8%). Beinahe jeder Fünfte aller Befragten liest gar keine Tageszeitung (19,6%). Dabei ist der Anteil der Nichtleser bei den Migranten mit 23,2% im Vergleich zu 16,9% bei den Inländern etwas höher (vgl. Abb. 6).

Abbildung 6: Meistgenutzte Tageszeitung\*, (in %)

\* „Welche Tageszeitung lesen Sie am (zweit-)häufigsten?“



45

### Nutzungsintensität von Medienangeboten

Ausgehend von diesen o. g. Ergebnissen wurde die Nutzungsintensität<sup>11</sup> von Medienangeboten für TV, Hörfunk und Tageszeitung erfasst. Hierzu wurde jeder Befragte anhand seiner konkreten Angaben zur Mediennutzung pro Medium in eine von drei Gruppen – schwächere, mittlere und stärkere Nutzungsintensität von Medienangeboten – eingeteilt. Dies geschah zuerst für jede der drei erfassten Mediengattungen separat, woraus im Anschluss eine gemeinsame Variable

<sup>11</sup> Die Bezeichnung „Intensität“ bezieht sich hier primär auf die aggregierte Vielfalt genutzter Medien in den drei Gattungen TV, Hörfunk, Tageszeitung.

für die Mediennutzungsintensität hervorging. Hinsichtlich der beiden Gruppen zeigen sich bei der Nutzungsintensität folgende Unterschiede: Migranten nutzen die zur Verfügung stehende Bandbreite verfügbarer (und zugänglicher) Medien insgesamt weniger als Inländer. 43,8% der Migranten werden hiernach der Gruppe der schwächeren Nutzungsintensität zugeordnet, 14,3% hingegen der Gruppe stärkerer Nutzungsintensität. Demgegenüber gehört bei den Inländern jeder Vierte (25,4%) in die Gruppe schwächerer und noch einmal so viele in die Gruppe der stärkeren Mediennutzungsintensität (24,6%) (vgl. Tab. A5 im Anhang).

Bei den Befragten aus der Gruppe Politik ist der Anteil der Wenignutzer im Vergleich zu den Gruppen VHS und Kirche vergleichsweise gering. Gruppenübergreifend sind es primär Personen mit einem eher niedrigen Grad formaler Bildung, die im Zusammenspiel von TV, Hörfunk und Tageszeitung vergleichsweise wenig von der gesamten Medienvielfalt kennen und nutzen. Hinsichtlich des Geschlechts zeigt sich bei den männlichen Befragten sowohl bei den Inländern als auch den Migranten ein größerer Anteil an Mehr- und Vielmediennutzern. Bei Letzteren zeigt sich dies sogar stärker als bei den Inländern. Weder bei den Inländern noch bei den Migranten beeinflusst hingegen die Mediennutzungsintensität die Präferenz für thematisch unterschiedlich fokussierte Nachrichtenbeiträge, welche zu Beginn der Befragung erhoben wurde (vgl. Kap. 4.3.3). Festzuhalten bleibt:

Die befragten Meinungsführer unterscheiden sich in ihrer Mediennutzung. Sowohl Inländer als auch Migranten nutzen im Vergleich zu anderen Medien am häufigsten das Fernsehen als Informationsquelle. Inländer jedoch bevorzugen öffentlich-rechtliche, Migranten eher die privaten Sender. Diese Tendenz zeigt sich auch in den bevorzugten Nachrichtensendungen zwischen beiden Gruppen.

Der Anteil der Nicht-Mediennutzer (Medien-Verweigerer) ist bei den Migranten höher als bei den Inländern. Ausländische Zeitungen und Rundfunkprogramme als Ersatz sind weniger bedeutsam, sie haben allenfalls Ergänzungscharakter.

### 4.3.3. Einschätzung des Ausländeranteils und Kontaktbereitschaft

Eines der zentralen Kernkonzepte für diese Untersuchung ist die so genannte Kontakthypothese. Danach können bestehende negative Einstellungen und Feindlichkeit gegenüber Fremdgruppen durch Kontakt (auch medial vermittelt) reduziert werden (vgl. Allport 1954, Schiappa et al. 2005; vgl. auch Kap. 2 und Kap. 5).

Aufgrund der Zusammensetzung der Stichprobe (Migranten / Inländer, jeweils Meinungsführer) kann insgesamt davon ausgegangen werden, dass die befragten Meinungsführer in der Regel vergleichsweise viel Kontakt mit der jeweils anderen Gruppe haben. Die Anzahl real vorhandener Kontakte mit der jeweils anderen Gruppe liegt bei den befragten Migranten insgesamt höher als bei den Inländern. Prinzipiell ist der Kontaktwunsch bzw. die Kontaktbereitschaft in beiden Gruppen stark ausgeprägt. Der gezeigte Beitrag spielt in Bezug auf die Stärke des Kontaktwunsches zu der jeweils anderen Gruppe hierbei keine Rolle (vgl. Tab. A7 im Anhang). Am geringsten ist die Zahl tatsächlicher Kontakte von Inländern zu Migranten in der eigenen Familie ausgeprägt (28,0%). Der Kontakt zu Migranten in der eigenen Familie wird von diesen Befragten gleichzeitig am ehesten als erweiterbar beurteilt (84,7%).

Wie in Tabelle 5 dargestellt, zeigen sich Unterschiede zwischen den beiden Gruppen auch bei der Frage nach einer Einschätzung des Ausländeranteils im direkten Umfeld (Wohnumgebung): Nahezu zwei Drittel (65,5%) der befragten Migranten gibt an, dass dort (sehr) viele Ausländer wohnen, während es bei den Inländern lediglich 38,5% sind. Im subjektiven Empfinden der Befragten ist der Gesamtanteil in Deutschland lebender Ausländer prinzipiell ebenso eher hoch: Beide Befragtengruppen schätzen den Ausländeranteil in den alten Bundesländern (17,6%) höher ein als in den Neuen. Nach Ansicht der Migranten wird der Anteil hier mit 16,1% sogar höher eingeschätzt als nach Ansicht der Inländer (12,1%).

Im Vergleich der beiden Beitragsgruppen A und B zeigt sich, dass primär die Rezipienten des SAT.1-Beitrags („Razzia“) den Ausländeranteil in den neuen Bundesländern signifikant überschätzen. Ein solcher Zusammenhang zeigt sich auch bei der Einschätzung des Ausländeranteils in der Wohnumgebung: Befragte, welche



diesen Beitrag präsentiert bekamen, schätzen ihn tendenziell höher ein. Für weiterführende valide Erkenntnisse sind die Fallzahlen jedoch zu gering. Darüber hinaus stehen für eine fundierte Interpretation keine Vergleichswerte zu den realen Ausländeranteilen in der Wohnumgebung der Befragten zur Verfügung.

Tabelle 5: Geschätzter Ausländeranteil (nach Beitragsgruppe, in %)

in Deutschland (Mittelwert)*	Inländer			Migranten		
	A	B	Gesamt	A	B	Gesamt
... in den alten Bundesländern	15,4	19,4	17,6	16,5	18,8	17,6
... in den neuen Bundesländern	8,9	14,9	12,1	10,2	22,5	16,1
<b>in der Wohnumgebung**</b>						
... wohnen (sehr) viele Ausländer	30,9	45,2	38,5	63,3	68,0	65,0
... wohnen (sehr) wenige Ausländer	69,1	54,8	61,5	36,7	33,0	34,5

\* N = 203 \*\* N = 227

Die Informationen über die Höhe des Ausländeranteils in den alten bzw. neuen Bundesländern werden u. a. in Nachrichtensendungen rezipiert. Lässt sich dem entsprechend ein Zusammenhang zur bevorzugt geschauten Nachrichtensendung herstellen?

Für einige der abgefragten Nachrichtenformate kann diese Frage bejaht werden. So schätzen Befragte, welche angeben, regelmäßig die **Tagesschau** oder **heute** zu schauen, den Ausländeranteil signifikant geringer ein als Personen, die diese beiden Formate selten bzw. überhaupt nicht nutzen. Dies gilt sowohl für den Ausländeranteil der alten wie auch neuen Bundesländer. Anders verhält es sich mit den Rezipienten der **PRO7 Nachrichten**, des **K1 Nachrichtenmagazins** und der **RTLII News**: Regelmäßige Zuschauer dieser Nachrichtenformate schätzen den Ausländeranteil in den neuen Bundesländern deutlich höher ein (vgl. Tab. 3). Für die Einschätzung des Anteils in den alten Bundesländern lässt sich dies nur für die Seher der RTLII News nachweisen.

Insgesamt haben jedoch weder die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe (Politik, Kirche, Verein, VHS) noch Aspekte der individuellen Einstellung einen signifikanten Einfluss darauf, wie der Ausländeranteil in Deutschland eingeschätzt wird.

Bezüglich der Mediennutzungsintensität zeigt sich bei der Einschätzung des Ausländeranteils, dass die „Wenignutzer“ den Ausländeranteil in den neuen Bundesländern höher einschätzen als die „Mehr- und Vielnutzer“. Bei der Anteilsschätzung für die alten Bundesländer lässt sich ein solch stabiler Trend hingegen nicht nachweisen (vgl. Tab. A10 im Anhang). Festzuhalten ist:

Die Einschätzung des Ausländeranteils variiert zwischen allen Befragten je nach Inhalt und Aufbereitung der zuvor gesehenen Nachrichtenbeiträge. Darüber hinaus schätzen Migranten den Anteil ihrer eigenen Referenzgruppe tendenziell höher ein als Inländer.

#### 4.3.4. Beitragspräferenz

Ausgehend von den Ausführungen zur Mediennutzung geht es nachfolgend um die Frage, anhand welcher Kriterien Rezipienten eines Nachrichtenbeitrages unterschiedlich fokussierte Migrationsthemen gewichten. Hierfür war es zunächst die Aufgabe der Befragten, folgende vier Beiträge nach subjektiv empfundenem Interesse zu ordnen: den **RTL-Beitrag zum „Entsetzen nach der Bluttat“**, den **ZDF-Beitrag zum „Tag der offenen Moscheen“**, den **ARD-Beitrag zum „Ausländeranteil an den Schulen“** und den **SAT.1-Beitrag zu den „Razzien beim Kalifatsstaat“**.

Dabei zeigt sich, dass das Thema Migration in den Medien von den Befragten differenziert wahrgenommen und beurteilt wird; unabhängig von gestalterischen Kriterien des Beitrags und der Art gesellschaftlicher Partizipation. Entsprechend werden Nachrichtenbeiträge, deren Themenfokus eher auf der Darstellung von Kriminalität und Gewalt (hier: Bluttaten) liegt, in den vier Gruppen Politik, Verein, Kirche wie auch beim „Durchschnittsbürger“ (VHS) gleichermaßen eher abgelehnt (geringe Präferenz). An den Themen Bildung und Kultur (hier fokussiert auf Aspekte der In-

tegrationspolitik) hingegen zeigen sich sowohl die befragten Migranten als auch die Inländer prinzipiell stark interessiert: Mehr als drei Viertel aller Befragten gibt an, die Beiträge zu dieser Thematik gegenüber den Nachrichtenbeiträgen zum Gewaltthema vorzuziehen (vgl. Tab. 6).

Tabelle 6: Beitragspräferenzen der Befragten (in %)

	Inländer	Migranten	Gesamt
RTL-Beitrag („Entsetzen nach Bluttat“)	10,3	8,7	9,5 (21*)
ZDF-Beitrag („Tag der offenen Moschee“)	35,0	26,2	30,9 (68)
ARD-Beitrag („Ausländeranteil an Schulen“)	46,6	50,0	48,2 (107)
SAT.1-Beitrag („Razzia bei Kalifatsstaat“)	10,3	17,0	13,4 (29)

\*nur erste Priorität, Fallzahlen in Klammern, ohne fehlende Werte

Den ZDF-Beitrag zum „Tag der offenen Moscheen“ favorisieren die inländischen Befragten insgesamt häufiger als die Migranten (35,0% gegenüber 26,2%), wohingegen der Beitrag zu den „Razzien beim Kalifatsstaat“ (SAT.1) bei den Migranten stärkeres Interesse als bei den Inländern hervorruft.

Der SAT.1-Beitrag wird von den Inländern gleichermaßen auch eindeutiger „abgelehnt“, wohingegen Migranten hierbei „indifferent“ sind: knapp zwei Drittel der Inländer nennen ihn als 3. bzw. 4. Priorität, demgegenüber trifft diese Aussage auf „nur“ etwas mehr als die Hälfte der Migranten zu.<sup>12</sup> Darüber hinaus ist jedoch davon auszugehen, dass das Thema ‚Kalifatsstaat‘ (der Beitrag ist aus dem Jahr 2003) den wenigsten Befragten spontan geläufig zu sein schien. Auch aus Gründen

<sup>12</sup> Eine mögliche Erklärung für dieses Ergebnis ist u. a. die starke Medienpräsenz und intensive öffentliche Auseinandersetzung mit Aspekten der Themen Religion und Ausländer zum Zeitpunkt der Befragung (Regensburger Rede des Papstes Benedikt XVI., Debatte um „Islam in Deutschland“, Vgl. exemplarisch Titelthema „Muslime in Deutschland“. In: Stern 42 (12.10.2006)).

der Neugier oder des erhofften Wissenszuwachses kann es zu einer verzerrten Einschätzung der Beitragspräferenzen gekommen sein.

Bei der Betrachtung der Mittelwerte nivellieren sich diese Unterschiede zwischen den beiden Gruppen weitgehend: Am stärksten weckt hier bei beiden Gruppen der Moscheen-Beitrag Interesse (ZDF) ( $M = 1,77$ ,  $SD = ,880$ ), gefolgt vom ARD-Beitrag ( $M = 2,25$ ,  $SD = 1,09$ ). Die beiden Nachrichtenbeiträge der Privaten werden mit Mittelwerten von ( $M = 2,73$ ,  $SD = ,968$ ) (SAT.1) und ( $M = 3,21$ ,  $SD = 1,00$ ) (RTL) deutlich geringfügiger präferiert.

Um die Ursachen für eine solche Gewichtung thematisch unterschiedlicher Migrationsdarstellungen bei der Medienrezeption zu ermitteln, wurde die Präferenzabfrage im Zusammenhang mit den erhobenen Einstellungsdispositionen<sup>13</sup> untersucht. Hierbei zeigen sich auf drei von sechs Skalen signifikante Unterschiede zwischen Inländern und Migranten: Autoritarismus, Fremdenfeindlichkeit und soziale Dominanzorientierung (vgl. Tab. 7).

Die befragten Migranten, welche angeben, am liebsten den ZDF-Beitrag („Tag der offenen Moscheen“) sehen zu wollen, äußern sich bei den Fragen zum sozialen Dominanzverhalten<sup>14</sup> tendenziell gleichheits- und gleichberechtigungsorientierter als die inländischen Befragten, die diesen Beitrag präferieren. Das umgekehrte Bild wiederum zeigt sich beim Aspekt Autoritarismus.<sup>15</sup> Bei Personen, welche angeben, am liebsten den SAT.1-Beitrag zu den „Razzien beim Kalifatsstaat“ sehen zu wollen, zeigen sich Inländer vergleichsweise „anti-autoritärer“ eingestellt als Migranten. Aussagen zu Aspekten des Gehorsams und der Notwendigkeit hierarchischer Unterordnungen in der Gesellschaft stoßen bei den Inländern mit der Beitragspräferenz demzufolge eher auf Ablehnung als bei den Migranten.

<sup>13</sup> Die einzelnen Items einer Skala wurden zur Ermöglichung von Mittelwertvergleichen hierfür vorab einheitlich gepolt. Skalenübergreifend stehen niedrige Werte jeweils für intolerant/ konservativ bzw. gegen Ausländer, hohe Werte hingegen für tolerant/ offen bzw. für Ausländer.

<sup>14</sup> Ausgangspunkt der sozialen Dominanzorientierung nach Sidanius / Pratto (1999) ist die Annahme, dass sich die individuelle Selbstwertschätzung u. a. auf die Überlegenheit der eigenen Referenzgruppe zurückführen lässt, d.h. es können nationale, ethnische oder andere soziale Gruppen zur Selbstdefinition herangezogen werden.

<sup>15</sup> Ausgangspunkt der ‚Right-Wing-Authoritarianism‘-Skala nach Altemeyer (1996) ist die Annahme, dass sich autoritäre Persönlichkeitsstrukturen auch in späteren Lebensabschnitten und anderen Lernumgebungen entwickeln und modifiziert werden können. Die Skala eignet sich nur zur Erfassung rechtsorientierten Autoritarismus‘.

Tabelle 7: Einstellungsunterschiede nach Beitragspräferenz (Skalenebene)

Beitragspräferenz*		M	SD	N	Signifikanz
<b>Fremdenfeindlichkeit**</b>					
Inländer	Beitrag 1	3,09	,613	12	,032
	Beitrag 2	3,60	,466	39	
	Beitrag 3	3,68	,452	54	
	Beitrag 4	3,55	,459	12	
Migranten	Beitrag 1	3,58	,684	8	
	Beitrag 2	3,69	,522	26	
	Beitrag 3	3,61	,460	47	
	Beitrag 4	3,61	,433	15	
<b>Autoritarismus**</b>					
Inländer	Beitrag 1	3,33	,517	12	,015
	Beitrag 2	3,49	,564	39	
	Beitrag 3	3,65	,589	54	
	Beitrag 4	3,69	,556	12	
Migranten	Beitrag 1	2,94	,505	8	
	Beitrag 2	3,51	,479	26	
	Beitrag 3	3,42	,504	47	
	Beitrag 4	3,28	,659	15	
<b>Soziale Dominanz**</b>					
Inländer	Beitrag 1	3,68	,546	12	,036
	Beitrag 2	3,57	,408	39	
	Beitrag 3	3,70	,523	54	
	Beitrag 4	3,61	,497	12	
Migranten	Beitrag 1	3,59	,445	8	
	Beitrag 2	3,95	,437	26	
	Beitrag 3	3,89	,533	47	
	Beitrag 4	3,79	,571	15	

\* angegebene erste Präferenz für einen der vier Beiträge

\*\* alle Skalen waren fünfstufig angelegt und so gepolt, dass niedrigere Werte für eine eher intolerante, hohe Werte für eine tolerante Haltung stehen.

Unterschiede zwischen den Gruppen zeigen sich auch im Bereich unspezifischer fremdenfeindlicher Einstellungen: So weisen die Befragten, welche die Integrationsthematik als Beitragspräferenz angegeben haben, sowohl bei den Migranten (ZDF-Beitrag) als auch den Inländern (ARD-Beitrag) signifikant höhere Werte auf. Das bedeutet, dass die Rezipienten, welche diese Beiträge sehen wollten, insgesamt positiver und toleranter gegenüber Fremdem bzw. Fremden eingestellt sind. Die niedrigsten Werte auf der Skala, also eine hohe Fremdenfeindlichkeit, lassen sich bei den Befragten mit der Beitragspräferenz für den RTL-Beitrag („Entsetzen nach Bluttat“) nachweisen. Das heißt, sie sind Fremden gegenüber eher negativ eingestellt. Hinsichtlich der erhobenen Beitragspräferenzen lässt sich somit festhalten, dass die sehr kleine Gruppe der befragten Inländer und Migranten, welche den Bluttat-Beitrag (RTL) präferierte, insgesamt zu radikaleren Einstellungen neigt. Zusammenfassend bleibt festzuhalten:

Das Thema Migration in den Medien wird von Migranten anders wahrgenommen als von Inländern. Letztere favorisieren eher Beiträge mit weniger negativ-kontroversen Themenfokus. Zudem sind Migranten in ihren Präferenzen indifferenter.

In der Tendenz präferieren Befragte mit radikaleren und intoleranteren Einstellungen eher negativ-kontroverse Beiträge. Dieser Effekt tritt bei den Migranten etwas deutlicher zutage als bei den Inländern.

#### 4.3.5. Erinnerung an die Nachrichtenbeiträge

Zur Überprüfung der Erinnerung an die Nachrichtenbeiträge wurden zwei verschiedene Messungen vorgenommen:

- Zum einen wurde die freie Erinnerung erfasst, indem die Befragten gebeten wurden, schriftlich darzulegen, was sie von der zuvor rezipierten Meldung behalten hatten.
- Zum anderen wurde die Rekognition, also das Wiedererkennen, gemessen, indem den Befragten mehrere Multiple-choice-Fragen zur Nachricht vorgelegt wurden, die sie beantworten sollten.

Im Folgenden werden zunächst die Befunde des freien Recalls und anschließend die Ergebnisse der Rekognitionsaufgabe dargelegt.

### Freie Erinnerung

Die freie schriftliche Wiedergabe der Beiträge wurde codiert, indem die Antworten nach verschiedenen Informationseinheiten der Nachricht durchsucht wurden. Diese Informationseinheiten waren zuvor in einer Inhaltsanalyse ermittelt worden. Dazu wurden an jede Meldung die typischen journalistischen W-Fragen: Wer? Was? Wann? Wo? und Warum? gestellt und zu jeder dieser Fragen mehrere Informationseinheiten aus den Nachrichten zugeordnet. Anschließend wurde für jeden Fragebogen codiert, ob die Informationseinheiten genannt worden waren oder nicht.

Dabei zeigte sich zunächst, dass die Befragten im Mittel 20% der Informationseinheiten aus den Beiträgen frei reproduzierten (vgl. Tab. 8). Die Verteilung auf die einzelnen Informationskategorien entsprechend den journalistischen W-Fragen war dabei sehr divers: Während die Befragten anteilig fast die Hälfte der Informationseinheiten zur Frage „Wo“ frei reproduzieren konnten, wurden nur 2% der Informationseinheiten zur Frage „Wann“ wiedergegeben. Die Fragen „Wer“, „Was“ und „Warum“ bewegen sich mit 8% bis 34% dazwischen.

In zwei Fällen zeigten sich Beitragseffekte dergestalt, dass die Befragten, die Beitrag B zu den Razzien beim Kalifatsstaat gesehen hatten, deutlich mehr Informationseinheiten in der Kategorie „Akteure/ Wer“ erinnerten ( $t(172) = -7.96$ ,  $p < 0.001$ ) als diejenigen, die die Nachricht zum Tag der offenen Moscheen gesehen hatten. Andererseits erinnerten diese Untersuchungsteilnehmer signifikant mehr Informationseinheiten in der Kategorie „Hintergründe/ Warum“ ( $t(222) = 6.943$ ,  $p < 0.001$ ) sowie in der Kategorie „Orte/ Wo“ ( $t(225) = 3.06$ ,  $p < 0.002$ ) (vgl. Tab. 6).

Diese Ergebnisse entsprechen dem Framing des Beitrags. Denn die Meldung zum Tag der offenen Moscheen ist eher thematisch gerahmt, d.h. Hintergrundinformation macht einen wesentlichen Teil der Berichterstattung aus, es werden klare Kausalzusammenhänge gezeigt. Im Gegensatz dazu ist die Nachricht zum Kalifatsstaat eher episodisch gerahmt und zudem stärker personalisiert.

Tabelle 8: Prozentuale Anteile der jeweils frei reproduzierten Informationseinheiten aus den Nachrichtenbeiträgen

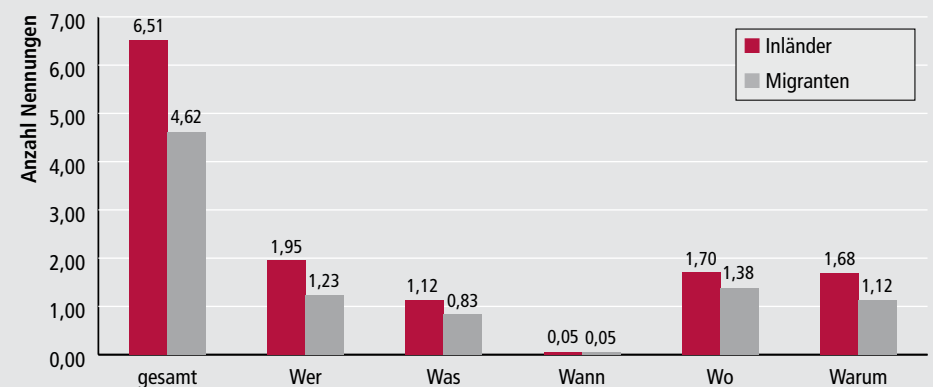
	Beitrag A Moscheen	Beitrag B Kalifatsstaat
Gesamt	20	20
Wer?	18	34
Was?	19	16
Wann?	2	2
Warum?	17	8
Wo?	50	41

Nach dem Vergleich der Beiträge werden nun die freien Recall-Leistungen von Inländern und Migranten jeweils innerhalb der Beiträge verglichen.

### Beitrag A „Tag der offenen Moscheen“

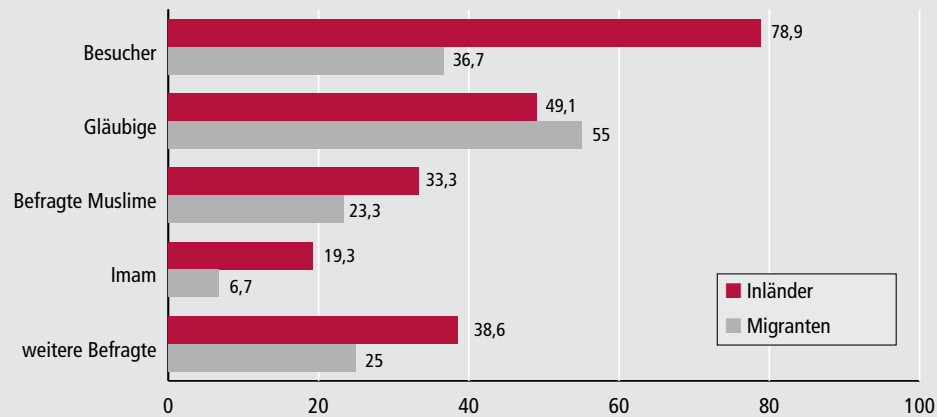
Generell zeigten Migranten eine etwas niedrigere freie Wiedergabeleistung als Inländer (vgl. Abb. 7), was jedoch auf die Sprachkenntnisse zurückzuführen ist. In den Kategorien „Wer“ ( $t(115) = 4.19$ ,  $p < 0.001$ ), „Wo“ ( $t(115) = 2.24$ ,  $p < 0.03$ ) und „Warum“ ( $t(104) = 4.48$ ,  $p < 0.001$ ) unterscheiden sich die Gruppen signifikant voneinander.

Abbildung 7: Vergleich der wiedergegebenen Informationseinheiten aus Beitrag A



Interessant ist, hierbei die einzelnen Informationseinheiten, die von den Befragten reproduziert wurden, zu betrachten. In den Abbildungen 8 und 9 sind jeweils Ranglisten der am häufigsten genannten Informationseinheiten im Vergleich von Inländern und Migranten aufgeschlüsselt. Hier zeigt sich zum einen zwar erneut, dass Migranten in der Regel etwas weniger frei reproduzieren. Jedoch gibt es zum anderen auch Informationseinheiten, die von den Migranten häufiger reproduziert werden.

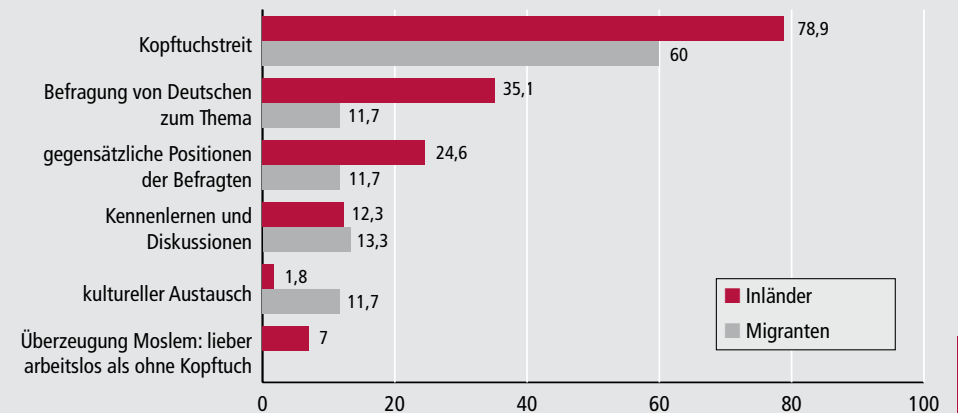
Abbildung 8: Rangliste der am häufigsten erinnerten Akteure aus Beitrag A (Häufigkeit in %)



Betrachtet man diese Informationseinheiten inhaltlich, fällt auf, dass diese Gruppenunterschiede offenbar über persönliche Relevanzeinschätzungen der Befragten erklärbar sind: die gläubigen Moslems als Akteure sowie die Gründe für den Tag der offenen Moscheen, nämlich das Kennenlernen und der kulturelle Austausch, werden von den Migranten gleich oft bzw. sogar häufiger reproduziert als von den Inländern. Zusammenfassend ist festzustellen:

Die persönliche Relevanz von Nachrichten für das eigene Leben hat sich wiederholt als rezeptionsleitend erwiesen (vgl. Ruhrmann / Woelke / Maier / Diehlmann 2003, Brosius 1995). Genau dieser Effekt lässt sich im freien Recall beobachten: die für die eigene Gruppe und die persönliche Lebenswelt relevanten Fakten und Begründungen werden von den Befragten häufiger wiedergegeben.

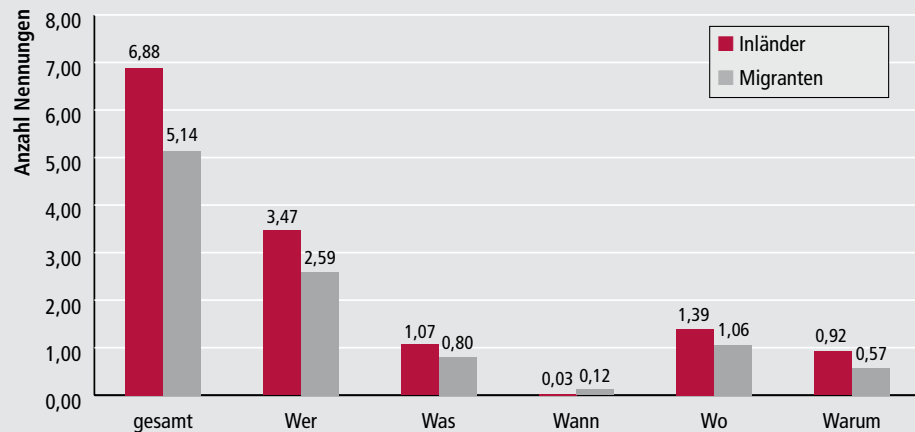
Abbildung 9: Rangliste der am häufigsten erinnerten Hintergrundinformationen aus Beitrag A (Häufigkeit in %)



### Beitrag B „Razzia beim Kalifatsstaat“

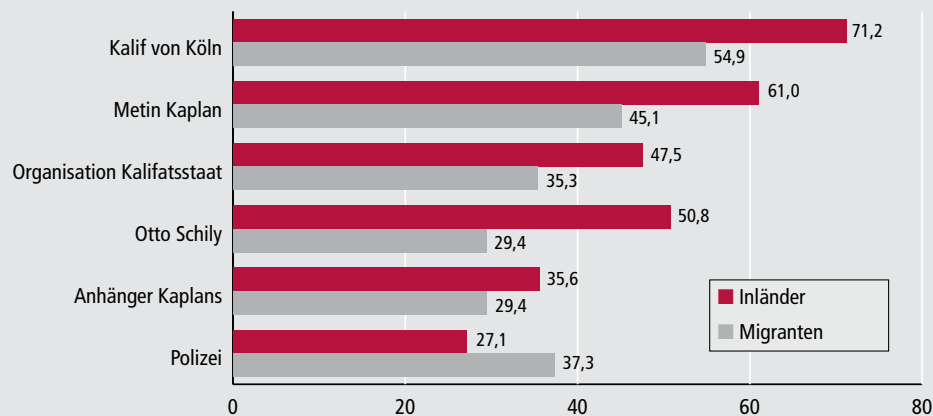
Ein ganz ähnliches Bild zeichnen die Ergebnisse zur freien Wiedergabe der zweiten Nachrichtmeldung zu den Razzien beim Kalifatsstaat (vgl. Abb. 10).

Abbildung 10: Vergleich der wiedergegebenen Informationseinheiten aus Beitrag B



Auch hier ist die Wiedergabeleistung der Migranten niedriger. Jedoch können sie einzelne Nachrichtenaspkte besser reproduzieren als die Inländer (Abb. 11 und 12).

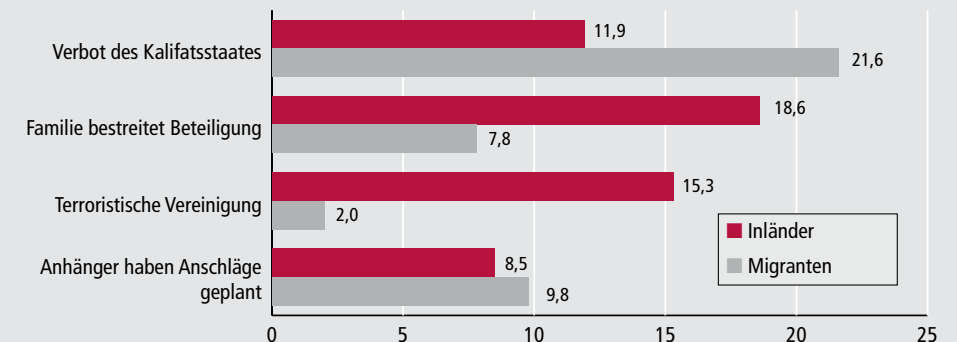
Abbildung 11: Rangliste der am häufigsten erinnerten Akteure aus Beitrag B (Häufigkeit in %)



Einige wenige Punkte, die besonders relevant für die Migranten sind, werden von ihnen in der freien Wiedergabe häufiger thematisiert: Beispielsweise geben die befragten Migranten viel öfter wieder, dass die Organisation „Kalifatsstaat“ verboten wurde und nennen häufiger die Polizei als Akteure.

Bei der freien Erinnerung zeigt sich also deutlich die Interaktion zwischen Medientext und Rezipient sowie der wichtige Einfluss der sozialen Gruppenzugehörigkeit und Identität für die Medienrezeption.

Abbildung 12: Rangliste der am häufigsten erinnerten Hintergrundinformationen aus Beitrag B (Häufigkeit in %)



### Rekognition

Für die Fragen zum Wiedererkennen der Nachrichten wurde ein recht ähnliches Befundmuster ermittelt wie für die freie Wiedergabe. Insgesamt schneiden Migranten ( $M = 3.82$ ,  $SD = 1.40$ ) etwas schlechter ab als Inländer ( $M = 4.52$ ,  $SD = 1.27$ ), ein Unterschied, der sich wiederum als statistisch bedeutsam erweist:  $t(227) = 3.97$ ,  $p < 0.001$ .

Jedoch treten hier auch klare Beitragseinflüsse zutage (vgl. Tab. 9): Zu Beitrag A, der ZDF-Nachricht über den Tag der offenen Moschee, werden sowohl in der Gesamtstichprobe als auch in den beiden Gruppen der Inländer und Migranten

jeweils mehr richtige Antworten gegeben als zu Beitrag B über die Razzien beim Kalifatsstaat. Diese Unterschiede sind stets signifikant: sowohl für die Gesamtstichprobe  $t(224) = 3.33$ ,  $p < 0.002$ , als auch für die Untergruppen der Inländer  $t(108) = 2.92$ ,  $p < 0.004$  sowie der Migranten  $t(109) = 2,269$ ,  $p < 0.03$ . Im Recall dagegen lassen sich für die Anzahl der wiedergegebenen Informationseinheiten solche Beitragsunterschiede nicht nachweisen.

Tabelle 9: Mittelwerte für die Rekognitionsaufgabe

	Beitrag	n	M	SD
Gesamtstichprobe	Split A (ZDF)	117	4,47*	1,30
	Split B (Sat.1)	109	3,87	1,40
Inländer	Split A (ZDF)	57	4,88	1,09
	Split B (Sat.1)	58	4,21	1,36
Migranten	Split A (ZDF)	60	4,08	1,38
	Split B (Sat.1)	51	3,49	1,36

\*Das Maximum richtiger Antworten betrug 6.

Für diese Ergebnisse könnte die Rahmung des Beitrags verantwortlich sein. Der ZDF-Beitrag ist eher thematisch angelegt. Sie werden anhand einer klar strukturierten Ursache-Wirkungs-Kette mit Rede und Gegenrede präsentiert, weniger spektakulär bebildert und berichten weniger negativ-kontrovers (vgl. Kap. 2.2). Der SAT.1-Beitrag wird indes im episodischen Frame dargestellt, mit dem Hauptaugenmerk auf der Terror-Thematik, hoch personalisiert, kontrovers und mit starken Bildern versehen. Dabei scheint diese eher sensationalistische Darstellung die Detailwiedergabe zu beeinträchtigen.

#### 4.3.6. Bewertung der Nachrichtenbeiträge

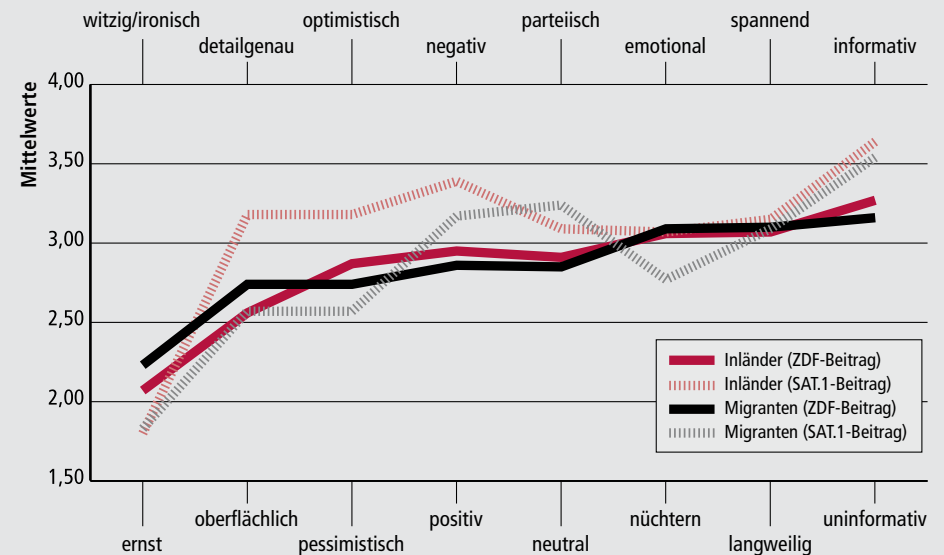
In der Einschätzung des gesehenen Beitrags ergeben sich zwischen den beiden Beitragsgruppen stark signifikante Unterschiede auf insgesamt drei von acht Dimensionen: Informationsgehalt, Negativismus des Beitrags sowie Oberflächlichkeit der Darstellung. Eingeschränkt signifikante Unterschiede lassen sich weiterhin für die beiden Dimensionen Parteilichkeit und Pessimismus des Beitrags

feststellen. Die Befragten, denen der SAT.1-Beitrag zu den Razzien im Kalifatsstaat gezeigt wurde, beurteilten die gesehenen Beiträge jeweils als negativer und pessimistischer, gleichzeitig jedoch auch als informativer und parteischer als die Befragten, denen der ZDF-Beitrag zum Tag der offenen Moscheen gezeigt wurde. Insgesamt beurteilen alle Befragten die Darstellung des Themas „Migration“ in dem jeweils gesehenen Beitrag als ernst. Befragte, die den „Razzia“-Beitrag gesehen haben, empfinden die Beiträge in diesem Aspekt jedoch stets als deutlich ernster als Befragte, die den „Moscheen“-Beitrag gezeigt bekamen (vgl. Abb. 13).

Inländer beurteilen den jeweiligen Beitrag tendenziell negativer als die Migranten. In den Dimensionen Informationsgehalt und Detailgenauigkeit tendieren Migranten stärker als Inländer zu der Einschätzung, dass der jeweils gezeigte Beitrag eher als uninformativ bzw. als oberflächlich empfunden wurde.

Abbildung 13: Vergleich der Beitragseinschätzungen

„Wie haben Sie den Beitrag empfunden?“



Interessant ist hierbei, dass insbesondere Personen mit einer insgesamt hohen Nutzungsintensität (d.h. sowohl viele TV-Sender als auch Radiosender als auch Zeitungen) den ihnen gezeigten Beitrag als oberflächlich einschätzen, Personen mit einer eher niedrigen Nutzungsintensität schätzen ihn vielmehr als detailgetreu ein. Zusammenfassend ist festzuhalten:

Das Thema und die formale Darstellung des gesehenen Beitrags haben einen größeren Einfluss auf die Bewertung der Nachrichtenbeiträge als die eigene Gruppenzugehörigkeit.

Unabhängig vom gezeigten Stimulus empfinden Inländer die Beiträge jedoch im Vergleich zu Migranten pauschal als negativer. Bei den Migranten dagegen spezifiziert sich diese negative Einschätzung auf den Informationsgehalt und Detailgenauigkeit der Beiträge.

#### 4.3.7. Rezeptionsbezogene Einstellungsunterschiede

Im Folgenden betrachten wir nun, ob sich anhand des gezeigten Beitrags eine Wirkung auf die Einstellungen der Befragten nachweisen lässt.

Signifikante Unterschiede zeigen sich zwischen den vier Untergruppen (Inländer versus Migranten sowie jeweils gezeigter Stimulus Beitrag A versus Beitrag B) bei der sozialen Dominanz und beim Autoritarismus (vgl. Tab. 10). Werden also Aspekte der Traditionen, Tugenden sowie des unbedingten Gehorsams thematisiert, zeigen Inländer insgesamt stärker anti-autoritäre Einstellungen als Migranten. Unabhängig vom Inhalt bzw. der Gestaltung der Beiträge sind somit Inländern die Gleichwertigkeit von sozialen Gruppen und gleiche Lebensbedingungen wichtiger. Ausschließlich bei dieser Skala konnte zudem ein Zusammenhang zum bevorzugten Nachrichtenformat nachgewiesen werden: Befragte, die die **Tagesschau** bzw. **heute** bevorzugen, sind anti-autoritärer eingestellt als jene Befragte, die angaben, am liebsten **RTL aktuell** zuschauen.

Die Aussagen zur sozialen Dominanz-Skala umfassen Fragen zur Einschätzung der statusbezogenen Gleichheit zwischen verschiedenen Gruppen. Wie auch Autoritarismus kann soziale Dominanz zu verstärktem Vorurteilsempfinden führen (vgl. Collani 2002: 10). Im Gegensatz zu den Befunden zum Autoritarismus zeigt sich jedoch hierbei, dass Migranten Aspekte der sozialen Gerechtigkeit und Gleichheit höherwertig einschätzen und demzufolge die Einstellungsfragen zur sozialen Dominanz „liberaler“ beantworten als Inländer. Bestrebungen nach Macht und Einflussnahme sind demzufolge bei den Inländern stärker ausgeprägt. Darüber hinaus zeigen sich bei dieser Skala ebenfalls Beitragseffekte bei beiden Gruppen. Diese Beitragseffekte weisen allerdings keine gemeinsame Richtung auf, sondern verlaufen zwischen beiden Gruppen asymmetrisch. Inländer, denen der „Moscheen“-Beitrag gezeigt wurde, sind anderen Gruppen gegenüber positiver eingestellt und schätzen Chancengleichheit wichtiger ein als jene Inländer, denen der SAT.1-Beitrag zum „Kalifatsstaat“ gezeigt wurde. Bei der Gruppe der Migranten kehrt sich dies um, hier schätzen die Befragten des SAT.1-Beitrags Chancengleichheit mehr.

Tabelle 10: Einstellungsunterschiede nach Gruppen und Nachrichtenbeitrag (Skalenebene)

Gruppensplit	M	SD	N	Signifikanz
<b>Soziale Dominanz</b>				
Inländer („Moscheen“)	3,69	,503	55	
Inländer („Razzia“)	3,61	,468	62	
Migranten („Moscheen“)	3,81	,428	56	
Migranten („Razzia“)	3,89	,543	47	,021
<b>Autoritarismus</b>				
Inländer („Moscheen“)	3,58	,641	55	
Inländer („Razzia“)	3,56	,514	62	
Migranten („Moscheen“)	3,37	,483	56	
Migranten („Razzia“)	3,38	,589	47	,000



Bei den verbleibenden vier Skalen zeigten sich auf der Ebene einzelner Aussagen auch signifikante Unterschiede (vgl. Tab. 11). So tritt beispielsweise bei den Inländern im Bereich der offenen und subtilen Vorurteile einer der stärksten Beitragseffekte auf: Die inländischen Befragten, die den „Moscheen“-Beitrag gesehen haben, sehen sich deutlich stärker als Mitglied der deutschen Bevölkerung als jene Inländer, die den „Razzia“-Beitrag gesehen haben. Interessant ist, dass sich bei den Migranten in diesem Punkt gar keine Unterschiede zwischen den gezeigten Beiträgen feststellen lassen. Sie identifizieren sich weniger stark mit der Gruppe der Deutschen und fühlen sich erwartbar ihrer Herkunftsidentität stärker zugehörig. Dementsprechend kann der gezeigte Beitrag auch keine solche Wirkung in diesem Punkt entfalten wie bei den Inländern.

Bezüglich des Patriotismus' tritt bei beiden Gruppen ebenso ein Beitragseffekt auf, wenngleich sich dieser in beiden Gruppen auf gegensätzliche Weise zeigt: Während die befragten Inländer beim „Moscheen“-Beitrag in diesem Punkt eine stärkere Zustimmungstendenz aufweisen als die inländischen Seher des „Razzia“-Beitrags, kehrt sich dies in der Gruppe der Migranten um. Das heißt, dass die Präsentation eines positiv-integrationsfördernden Beitrages bei Migranten eher zu negativen, bei den Inländern eher zu positiven Beurteilungen der Rolle Deutschlands in der Welt sowie ihrer eigenen Lebensumstände führt als bei den Befragten, die den eher negativ-kontroversen Beitrag gesehen haben.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten:

In der Regel entfalten die Beiträge zum Thema Migration bei Inländern und Migranten auch eine unterschiedliche Wirkung. Beiträge mit positiv-integrativem Themenfokus aktivieren bei Inländern eher tolerante, vorurteilsfreie und aufgeklärte Einstellungen. Bei den Migranten hingegen zeigen sich eher bei negativ-kontroversen Beitragsinhalten positiv-tolerantere Einstellungen.

Tabelle 11: Einstellungsunterschiede nach Gruppe und Nachrichtenbeitrag (Itemebene)

Gruppensplit		M <sup>16</sup>	SD	N	Signifikanz
<b>Fremdenfeindlichkeit</b>					
„Das Gefühl, dass ich habe, wenn ich etwas oder jemand Fremdem begegne, empfinde ich als angenehm.“	Inländer („Moscheen“)	3,20	,813	41	
	Inländer („Razzia“)	3,29	,825	52	
	Migranten („Moscheen“)	3,36	1,006	37	
	Migranten („Razzia“)	3,78	,976	37	,023
<b>Vorurteile</b>					
„Ich fühle mich nicht als Teil der Deutschen.“	Inländer („Moscheen“)	1,56	,743	41	
	Inländer („Razzia“)	2,08	1,007	52	
	Migranten („Moscheen“)	2,31	,939	37	
	Migranten („Razzia“)	2,30	1,102	37	,002
„Sinti und Roma kommen von weniger gebildeten Rassen und dies erklärt, warum sie nicht so reich sind, wie andere Bevölkerungsgruppen.“	Inländer („Moscheen“)	4,41	,894	41	
	Inländer („Razzia“)	4,25	,968	52	
	Migranten („Moscheen“)	3,59	1,363	37	
	Migranten („Razzia“)	3,97	1,213	37	,007
„Ich sehe mich nicht als Deutschen.“	Inländer („Moscheen“)	1,59	,670	41	
	Inländer („Razzia“)	1,75	1,027	52	
	Migranten („Moscheen“)	3,14	1,134	37	
	Migranten („Razzia“)	3,14	1,134	37	,000
<b>Akkulturation</b>					
„Mitglieder verschiedener ethnischer Gruppen sollten in allen Lebensbereichen getrennt leben, um Probleme zwischen den Gruppen zu vermeiden.“	Inländer („Moscheen“)	4,76	,435	41	
	Inländer („Razzia“)	4,29	,957	52	
	Migranten („Moscheen“)	4,46	,730	37	
	Migranten („Razzia“)	3,89	1,173	37	,000
<b>Patriotismus</b>					
„Die Menschen, die Deutschland nicht mit vollem Herzen unterstützen und die deutsche Kultur nicht respektieren, sollten anderswo leben.“	Inländer („Moscheen“)	3,63	,968	41	
	Inländer („Razzia“)	3,02	1,276	52	
	Migranten („Moscheen“)	2,89	1,220	37	
	Migranten („Razzia“)	3,46	1,386	37	,020

<sup>16</sup> Betrachtet man die Mittelwerte für Einzelaussagen, ist zu berücksichtigen, dass alle Aussagen nach der Erhebung einheitlich gepolt wurden. Das heißt, negativ formulierte Items wurden umgekehrt codiert, so dass bei allen Aussagen jeweils niedrige Werte eher intolerante Haltungen und höhere Werte eher tolerante Haltungen kennzeichnen. Somit sind die abgebildeten Mittelwerte für Einzelaussagen einheitlich und unabhängig von ihrer Formulierung zu interpretieren: je höher der Wert, umso toleranter die Befragten.

#### 4.4. Schlussbetrachtung

In vielen bisherigen Untersuchungen stand meist die Analyse der Medienberichterstattung über Migranten im Zentrum der Betrachtung. Mediennutzungen und -wirkungen wurden indes selten untersucht. Jedoch sind soeben für das Land Nordrhein-Westfalen repräsentative und komplex angelegte **Nutzungsstudien** veröffentlicht worden (vgl. Hammeran u. a. 2007; Trebbe / Weiß 2007; Simon / Kloppenburg 2007; Windgasse 2007), welche die Diskussion theoretisch und empirisch bereichern und weiterführen. Mit der hier vorgelegten Befragung wurde bewusst der **Wirkungsaspekt** betrachtet und zusätzlich auf Rezipienten mit Migrationshintergrund ausgedehnt. Damit ist diese Studie eine der ersten, welche detaillierter auch die Medienwirkung von Berichten über Migranten auf Migranten empirisch untersucht.

##### Erkenntnisinteresse und Ziel

Das Erkenntnisinteresse lautete: wie werden Aussagen über Migranten in deutschen Fernsehnachrichten von Migranten und Inländern in Abhängigkeit von Berichterstattungsmerkmalen und vorhandenen Einstellungsmustern erinnert und bewertet?

Bevor abschließend einige kritische Anmerkungen zur Vorgehensweise und Durchführung der Befragung getroffen werden, soll noch einmal darauf hingewiesen werden, dass der Fokus der hier durchgeführten Befragung gesellschaftlich aktive Personen mit anzunehmend meist hohem sozioökonomischem Status waren. Dies ist insofern wichtig, da die Daten somit auch nur für diese Personen verallgemeinerbar sind. Bei den Migranten kommt darüber hinaus noch das Kriterium eines sehr guten Sprachniveaus hinzu, was die Zahl der durch diese Untersuchung Repräsentierten verringert.

Um dem Ziel der Untersuchung gerecht zu werden und beide Gruppen miteinander vergleichen zu können, wurde auf die Rezipienten mit und ohne Migrationshintergrund das gleiche Instrument (Fragebogen) angewandt.

##### Befunde

Die Feldbefragung zur Migration in der Medienrezeption zeichnet ein weitestgehend konvergentes Bild zwischen Inländern und Migranten. Allerdings gibt es in einigen wichtigen Aspekten beachtliche Unterschiede. Die Nutzung verschiedener Medien der Befragten insgesamt ist vergleichsweise hoch. Die Ausprägungen der Themeninteressen sind sowohl bei den Inländern wie auch Migranten nahezu äquivalent, lediglich das Interesse für politische Themen schafft es bei den Migranten im Gegensatz zu den Inländern nicht auf Platz eins. Das meistgenutzte Medium ist und bleibt das Fernsehen. Wichtigster Unterschied hier ist, dass die befragten Migranten deutlich häufiger private Fernsehprogramme und entsprechend deren Nachrichtensendungen sehen. Die Nutzung der anderen beiden Medien – Hörfunk und Tageszeitung – liegt unter der TV-Nutzung, ist aber dennoch als hoch anzusehen. Allerdings ist hierbei der Anteil der Nicht-Leser bzw. -hörer bei den Migranten höher als bei den Inländern. Ausländische Medien werden generell eher selten von den befragten Migranten als Informationsquelle genutzt. Eine kompensatorische Wirkung in diesem Punkt kann jedoch hierbei den Onlinemedien zugesprochen werden. Dies kann an dieser Stelle jedoch nicht abschließend geklärt werden.

Auch im Hinblick auf die Einschätzung medial vermittelter Informationsbeiträge zum Thema Migration gibt es mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede zwischen Inländern und Migranten. Jedoch muss einerseits konstatiert werden, dass Migranten ihre eigene Referenzgruppe insgesamt positiver in den Medien dargestellt sehen, als dies bei der Einschätzung durch die Inländer der Fall ist. Auf der anderen Seite beurteilen die Migranten die gezeigten Beiträge insgesamt im Vergleich zu den Inländern als oberflächlicher. In der Summe überwiegen indes beim semantischen Differenzial die Unterschiede zwischen den beiden gezeigten Beiträgen: der ZDF-Beitrag zur Integration wird i. d. R. positiver als der SAT.1-Beitrag zum Terror beurteilt. Die Rezeption des SAT.1-Beitrages führt bei den Migranten dazu, den Ausländeranteil in den neuen Bundesländern extrem zu überschätzen. Darüber hinaus sind auch die erhobenen Einstellungen der befragten Migranten und Inländer überwiegend homogen. Dennoch lassen sich je nach dargebotenem Fokus der Nachrichtenbeiträge – einerseits Gewalt/Kriminalität (Beitrag B) und andererseits Partizipation/Integration (Beitrag A) – marginale Unterschiede bei den Orientie-

rungen in den Dimensionen soziale Dominanz und Autoritarismus feststellen. Die Gruppenzugehörigkeit bildet hier das differenzierende Kriterium.

### Methodische Besonderheiten und Probleme

Bei Befragungen ist generell von interindividuellen Verständnisunterschieden auszugehen. So darf nicht aus dem Blick geraten, dass auch seit vielen Jahren in Deutschland lebende Migranten mit sehr guten Deutschkenntnissen, häufig anders als Inländer denken und fühlen, was das Verständnis des Fragebogens und das Antwortverhalten beeinflusst. Jedoch wurde der Fragebogen selbst vor dem Hintergrund einer deutschen Sozialisation erstellt. In diesem Zusammenhang gilt es allerdings auch anzumerken, dass der Fragebogen bei Ausländern bzw. Deutschen mit Migrationshintergrund erfolgreich getestet wurde.

### Implikationen für die künftige Feldforschung

Aus den Schwierigkeiten, die eine vergleichende Befragung von kulturell unterschiedlich sozialisierten Menschen mit sich bringt, lassen sich Verbesserungsvorschläge für Nachfolgestudien ableiten. So ist es überlegenswert, in jede Etappe der Untersuchung, (Fragebogenkonstruktion, Durchführung, Auswertung) wenn möglich, auch eine Person mit Migrationshintergrund, idealerweise die beim Erstkontakt der Gruppen ausgewählten Multiplikatoren, einzubeziehen (vgl. Simon / Kloppenburg 2007; Windgasse 2007). Darüber hinaus ist auf Seiten der zu Befragenden neben den generell üblichen Pretests auch mit kognitiven Pretestinterviews (vgl. Kurz / Prüfer / Rexroth 1999: 83 ff.) zu arbeiten, um Spekulationen über ein möglicherweise unterschiedliches Fragebogenverständnis zwischen Migranten und Inländern zu bestätigen oder zu widerlegen. Die Berücksichtigung methodischer Aspekte wie beispielsweise das Umfrageverhalten oder die Umfragebereitschaft standen bei Mediennutzungsstudien im Allgemeinen und vergleichenden Befragungen zwischen Inländern und Migranten im Besonderen bislang eher selten im Vordergrund, so auch hier. Für das Antwortverhalten und somit auch die Datenqualität sind diese Einflussgrößen jedoch nicht zu unterschätzen.

Weitere Aspekte, die wertvolle Hinweise auf vermeintlich unterschiedliche Mediennutzungsbedingungen zwischen Migranten und Deutschen liefern, sind die Medienkompetenz und -sozialisation: Hier bedarf es im Hinblick auf die systematische

Erforschung der Wahrnehmung und Beurteilung von Medieninhalten im deutschen Fernsehen noch tiefgründigerer Untersuchungen (vgl. auch Spiegel Online 16.03.2007; Trebbe / Weiß 2007).

Ausgehend vom Pilotcharakter der hier vorgelegten Untersuchung sind die herausgearbeiteten Ergebnisse im nächsten Schritt auf eine größere Stichprobe anzuwenden.

Ebenfalls nur am Rande wurde an dieser Stelle das direkte Umfeld der Befragten berücksichtigt. Erwiesenermaßen ist jedoch insbesondere das Mediennutzungsverhalten von Meinungsführern im Zusammenwirken mit deren persönlichen, sozialen Netzwerken hinsichtlich der Einschätzung von Medieninhalten bzw. der Relevanz gesellschaftlicher Themen nicht zu unterschätzen. Dies gilt auch für die Wirkungspotentiale der verschiedenen Mediengattungen (Tageszeitung, TV, Hörfunk) sowie verschiedenen Medienformate (Unterhaltungs- versus Informationssendungen).

Ein nicht unwesentlicher Einfluss geht in diesem Zusammenhang auch vom Medieninhalt selbst aus: Das hier verwendete Stimulusmaterial löste aufgrund seiner Fokussierung auf eine bestimmte Religion (Islam) und der öffentlich zum Befragungszeitpunkt intensiv thematisierten und kontrovers diskutierten Debatte unterschiedlichste Antwortreaktionen bzw. Primingeffekte aus. Medienrezeption kann nie losgelöst von aktuellen gesellschaftlichen Diskursen untersucht werden. Sind bestimmte Themen, wie in diesem Falle das Thema „Muslime in Deutschland“ negativ besetzt, fließt dies in die Rezeption des Beitrages während der Erhebung ein, unabhängig davon, ob es sich wie in diesem Falle um eine ältere Nachricht handelt. Weiterführende Wirkungsstudien könnten hier die Einflüsse formaler Nachrichtengestaltung und des Nachrichtenaufbaus themenvergleichend analysieren.

Denkbar im Sinne einer Medienwirkungsstudie ist auch eine integrierte Auseinandersetzung mit den individuellen Beitragspräferenzen und dem gezeigten Stimulus. Die Verknüpfung dieser Untersuchungsaspekte mit dem Faktor Beitragspräferenz unterblieb jedoch. In diesem Punkt wäre nun zu prüfen, inwiefern sich Einstellungen infolge des gezeigten Nachrichtenstimulus' unterschiedlich stark verändern.

## 5. Framing und Kontaktinformation in der Rezeption: experimentelle Studien

Das Arbeitsprogramm des Projektes umfasste neben der Befragung auch experimentelle Untersuchungen zur Rekonstruktion von typischen Meldungen über Migranten (vgl. die Ergebnisse einer Clusteranalyse bei Sommer / Ruhrmann 2007) durch In- und Ausländer<sup>17</sup> (vgl. Kap. 3). Wichtige Merkmale der TV-Berichterstattung über Migranten (beispielsweise Themen, Akteure oder Rollen) wurden gezielt variiert und den beiden Rezipientengruppen (Inländer und Ausländer) präsentiert. Gefragt wurde, wie diese Merkmale erinnert und bewertet werden.

Wissenschaftliche Experimente bzw. die Art der Versuchsanlage haben den besonderen Vorteil, dass sie anhand ihrer Forschungslogik 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. Experimente werden daher vor allem in der Medienwirkungsforschung eingesetzt (vgl. Brosius / Koschel 2003), beispielsweise in Untersuchungen der **Wirkung von Fernsehnachrichten**, wie in der vorliegenden Studie. Als Stimulusmaterial wurden ausgewählte Beiträge einer bereits analysierten deutschen TV-Nachrichtenchprobe über Migranten verwendet (vgl. Kap. 2). Um Materialeffekte möglichst gering zu halten, wurden die jeweiligen Beiträge und Zusammenschnitte zuvor auf ihre Tauglichkeit getestet.

### 5.1. Themenakzentuierung

Im ersten Experiment zur Themenakzentuierung wurden den Versuchspersonen Aussagen aus TV-Nachrichten präsentiert. Diese behandelten entweder das Thema **Terror** (= Cluster 4 Migranten und Terrorismus) oder das Thema **Zuwanderung** (= Cluster 2 politische Hintergrundberichte) und waren formal entweder **thematisch** oder **episodisch gerahmt** (vgl. Tab. 11). Von der **formalen Rahmung** hängt es ab, wie das Geschehen dargestellt und später rezipiert wird. Episodische Rahmungen präsentieren **konkrete Personen und Einzelhandlungen**. Thematische Rahmungen stellen die Ereignisse in einen **abstrakteren Zusammenhang**

<sup>17</sup> Hier handelte es sich um eine spezifische der Untergruppe der Migranten, nämlich ausländische Studierende, die im Folgenden als Ausländer bezeichnet werden, da sie ausländische Staatsangehörigkeiten aufweisen.

von Bedingungen der Ursachen, Rede und Gegenrede sowie Folgen von Wirkungen (vgl. Iyengar 1992; Scheufele 2003) und werden entsprechend rezipiert (vgl. Glynn u. a. 1999). Daran anknüpfend sollten folgende Hypothesen überprüft werden:

H1: **Episodische** Frames bewirken vor allem bei negativen Themen sowohl bei Inländern als auch bei Ausländern **bessere Erinnerung als thematische** Frames.

H2: Beide Gruppen, Inländer und Ausländer, definieren jeweils spezifische Aussagen und Bewertungen zum Thema Migranten als **negativ**, allerdings mit **unterschiedlichen Akzentuierungen**.

### 5.1.1. Stichprobe

Die Stichprobe für die Untersuchung wurde aus der Grundgesamtheit aller Studierenden der Friedrich-Schiller-Universität Jena im Sommersemester 2006 gezogen. Um die Hypothesen angemessen prüfen zu können, wurde eine Quotenstichprobe realisiert: je zur Hälfte wurden als Versuchsteilnehmer in- und ausländische Studierende geworben. Die Versuchsteilnehmer erhielten eine monetäre Aufwandsentschädigung von 7 € für ihre Partizipation am Experiment. Diese für Studierende in Jena durchaus attraktive Entlohnung gewährleistete eine hohe Teilnahmebereitschaft, so dass die große Anzahl an Versuchspersonen in vergleichsweise kurzer Zeit gewonnen werden konnte.

Zur Rekrutierung wurden zum einen Listen in verschiedenen universitären Einrichtungen ausgehängt, u. a. in verschiedenen Sprachinstituten, in Computerpools und im akademischen Auslandsamt. Des Weiteren wurden einige Lehrveranstaltungen des Studienganges ‚Deutsch als Zweit- und Fremdsprache/ Auslandsgermanistik‘ aufgesucht, um gezielt ausländische Teilnehmer zu werben. Darüber hinaus wirkten die teilnehmenden Studierenden selbst als Multiplikatoren und empfahlen weitere Personen für die Teilnahme.

Die Gruppe der ausländischen Studierenden war sehr heterogen. Sie enthielt einige wenige sogenannte „Bildungsinländer“, also Migranten, die in Deutschland aufgewachsen und zur Schule gegangen sind. Größtenteils bestand sie jedoch aus Ausländern, die eigens zum Studium nach Deutschland gekommen sind. Gefragt nach der Zeit, die sie bereits in Deutschland leben, gaben sie im Mittel rund zweiinhalb Jahre an, allerdings mit einer breiten Streuung, die von einigen Monaten bis hin zu 13 Jahren reichte.

Eine Differenzierung zwischen den Bildungshintergründen war aus forschungspraktischen Gesichtspunkten nicht möglich, es bleibt jedoch unbenommen, dass es sich bei der Gruppe der ausländischen Studierenden vermutlich um eine ungleich vielfältigere Teilnehmergruppe handelte, verglichen mit den deutschen Studierenden.

Zudem ist die spezifische Gruppe der ausländischen Studierenden zu unterscheiden von der deutlich anders strukturierten Gruppe von befragten Migranten, die an der in Kapitel 4 dargelegten Befragung teilnahm. In den vorliegenden experimentellen Studien wurde nicht auf eine repräsentative Verteilung von soziodemografischen Merkmalen innerhalb der Stichprobe Wert gelegt. Vielmehr lag das Hauptaugenmerk hier auf den Rezeptionsweisen von Personen aus einem vergleichbaren Kontext (Studierende der Universität Jena), die jedoch einen unterschiedlichen Wissens- und Erfahrungshintergrund (teilweise oder vollständige Sozialisation in Deutschland oder im Ausland) mitbringen, der sich auf die Rezeption von Fernsehnachrichten auswirken könnte. Zur Untersuchung dieses spezifischen Anliegens ist dies vorteilhaft, da so die ermittelten Effekte auf die unterschiedlichen Hintergründe zurückzuführen sind, während beispielsweise Variablen wie Alter und Bildung, die hier sehr ähnlich sind, keinen Einfluss ausüben sollten.

An der Untersuchung nahmen insgesamt 160 Studierende teil. 80 Studierende waren deutscher, 80 ausländischer Herkunft. Der Altersmittelwert der Teilnehmer betrug 23.48 Jahre ( $SD = 2.94$ ), wobei die ausländischen Studierenden im Schnitt etwas älter waren ( $M = 24.64$ ;  $SD = 2.93$ ) als die deutschen ( $M = 22.33$ ;  $SD = 2.48$ ).

Weibliche Studierende waren in beiden Teilgruppen stark überrepräsentiert. Dies ist mit dem Vorgehen bei der Rekrutierung der Teilnehmer begründbar. Um möglichst viele ausländische Studierende für die Teilnahme an der Studie zu gewinnen, wurde mit besonderer Intensität in Sprachstudiengängen an der Philosophischen Fakultät geworben. Diese Fächer haben in der Regel einen sehr hohen Frauenanteil. Da die Verteilung für deutsche und ausländische Studierende jedoch sehr ähnlich ist und da es darüber hinaus keinerlei Hinweise auf Geschlechtsunterschiede bei der Rezeption von Fernsehnachrichten mit verschiedener Rahmung gibt, kann diese Ungleichverteilung an dieser Stelle vernachlässigt werden.

Die 80 ausländischen Studierenden gaben insgesamt 27 verschiedene Herkunftsländer an. Die am häufigsten genannten Nationalitäten waren China (15 Nennungen), Vietnam (9 Nennungen), Tschechien und Russland (jeweils 7 Nennungen). Eine genaue Aufschlüsselung aller Herkunftsländer kann dem Anhang (Tabelle A8) entnommen werden.

Personen, die keiner Religion angehören, sind in der Stichprobe in der Mehrheit (vgl. Tab. 12). Die am häufigsten vertretenen Glaubensrichtungen sind verschiedene christliche Kirchen.

Tabelle 12: Religionszugehörigkeit der Versuchsteilnehmer

Religion	Prozentanteil
Buddhismus	1,9
katholische Kirche	13,8
protestantische Kirchen	13,8
orthodoxe Kirchen	8,8
sonstige christliche Kirchen	2,5
Islam	2,5
Judentum	1,3
andere	2,5
gehöre keiner Religion an	53,1

### 5.1.2. Durchführung

Die Versuchsanordnung (vgl. Tab. 13) ergab jeweils vier Zellen für Inländer und für Migranten, die die vier verschiedenen Nachrichtenbeiträge repräsentieren. Die Beiträge zum Thema „**Migranten und Terrorismus**“ werden durch zwei Meldungen abgebildet: **Beitrag A, episodisch gerahmt**, behandelt eine Razzia bei der verbotenen Organisation „Kalifatsstaat“. **Beitrag B, thematisch gerahmt**, hatte den Gerichtsprozess gegen Abdelghani Mzoudi zum Thema, der als mutmaßlicher Mitäter der Anschläge des 11. September 2001 angeklagt war, jedoch schließlich freigesprochen wurde.

Das Thema „**Zuwanderung und Integration**“ repräsentierten zwei Nachrichten, die sich im weiteren Sinne mit Migranten und Bildung befassten. Der **episodisch gerahmte Beitrag C** berichtete über die **PISA-Studie** und den speziellen Befund, dass vor allem Schüler mit Migrationshintergrund in deutschen Schulen Leistungsprobleme haben. In der **thematisch gerahmten Meldung D** ging es um das **Kopftuchurteil** des Bundesverfassungsgerichts, das sich mit der Frage befasste, ob eine muslimische Lehrerin im Unterricht ein Kopftuch tragen darf.

Tabelle 13: Design des Experiments zur Themenakzentuierung

	Framing	Migranten und Terrorismus	Zuwanderung und Integration
Inländer	Episodisch	Version A Kalifatsstaat	Version C PISA-Studie
	Thematisch	Version B Mzoudi	Version D Kopftuchurteil
Ausländer	Episodisch	Version A Kalifatsstaat	Version C PISA-Studie
	Thematisch	Version B Mzoudi	Version D Kopftuchurteil

Die 160 Versuchsteilnehmer wurden nach dem Prinzip der Zufallsauswahl gleichmäßig auf die vier Zellen des Untersuchungsdesigns aufgeteilt<sup>18</sup>, so dass jeder Nachrichtenbeitrag von 40 Personen gesehen wurde. Dabei waren jeweils die Hälfte deutsche und die Hälfte ausländische Studierende.

Nachdem den Versuchspersonen im Forschungslabor einer der vier Beiträge von DVD dargeboten worden war, lösten sie zunächst eine ca. 15-minütige Ablenkungsaufgabe. Diese bestand in einem Worträtsel und sollte den unmittelbaren Eindruck der Nachricht abschwächen und verhindern, dass die Teilnehmer die Meldung memorieren. Im Anschluss daran wurden den Teilnehmern zunächst einige geschlossene Fragen in Multiple-Choice-Form zum Beitrag gestellt, anhand derer dann die Erinnerung (Wiedererkennen) an wesentliche Punkte der Nachricht gemessen wurde.

Danach sollte zunächst der gesamte Beitrag durch die Teilnehmer bewertet werden, indem sie ihn auf acht Eigenschaftsdimensionen<sup>19</sup> mittels einer fünfstufigen Skala einschätzten. Außerdem wurden ihnen einzelne Aussagen aus der jeweiligen Nachricht vorgelegt, die sie bewerten sollten. Diese Bewertungen wurden ebenfalls mittels eines semantischen Differenzials erhoben, allerdings anhand anderer, den spezifischen Aussagen angepassten, Eigenschaftsdimensionen<sup>20</sup>. Darüber hinaus wurden von allen Teilnehmern die **Mediennutzungsgewohnheiten** sowie einige **soziodemografische Angaben** erfragt. Die Experimente wurden für In- und Ausländer auf dieselbe Art und Weise durchgeführt bzw. wiederholt.

<sup>18</sup> Die Aufteilung wurde nach dem Prinzip der Randomisierung vorgenommen. Dazu werden die Versuchsteilnehmer anhand eines Zufallskriteriums, das nicht in Verbindung mit dem experimentellen Stimulus steht, auf die Versuchsgruppen verteilt. So wird gewährleistet, dass mögliche in den Personen der Teilnehmer begründete Störvariablen über alle Versuchsgruppen gleich verteilt sind. Nur dann sind die Ergebnisse der Untersuchung tatsächlich auf die experimentelle Variation des Stimulus zurück zu führen. (vgl. Brosius/ Koschel 2003)

<sup>19</sup> Diese acht Eigenschaftspaare lauteten: (1) uninformativ – (5) informativ; (1) langweilig – (5) spannend; (1) sachlich – (5) emotional; (1) neutral – (5) parteiisch; (1) positiv – (5) negativ; (1) pessimistisch – (5) optimistisch; (1) oberflächlich – (5) detailgenau; (1) ernst – (5) witzig/ ironisch

<sup>20</sup> In diesem Fall handelte es sich um die fünf Eigenschaftspaare: (1) negativ – (5) positiv; (1) unangenehm – (5) angenehm; (1) unglaubwürdig – (5) glaubwürdig; (1) nicht überzeugend – (5) überzeugend; (1) unfair – (5) fair

### 5.1.3. Befunde

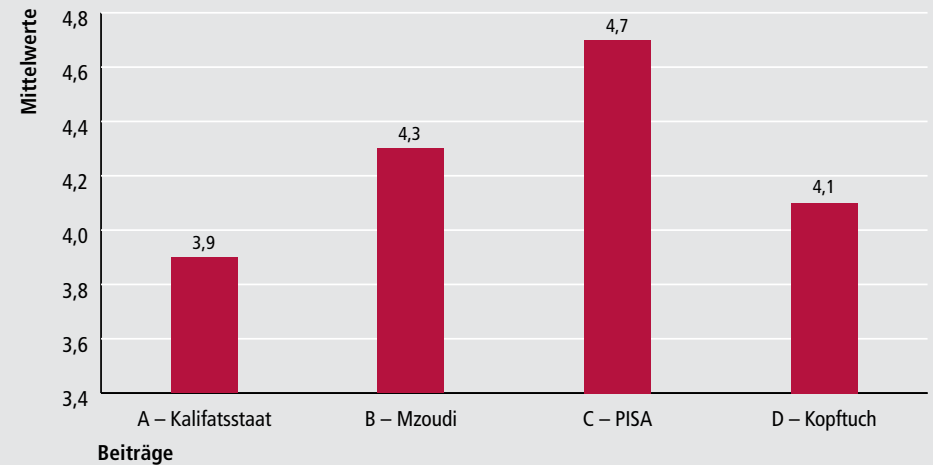
Das Experiment zur Themenakzentuierung ergab ein facettenreiches Bild der Nachrichtenrezeption von In- und Ausländern, das im Folgenden dargestellt wird. Dabei wird zunächst zur Überprüfung von **Hypothese 1 die Beitragserinnerung** in Abhängigkeit der Beiträge sowie der Gruppenzugehörigkeit dargestellt. Anschließend wird **Hypothese 2** getestet, indem die **Bewertungen der Beiträge sowie einzelner Aussagen** betrachtet werden.

#### Erinnerung an die Beiträge

Für jeden Beitrag hatten die Versuchsteilnehmer fünf Multiple-Choice-Fragen beantwortet. Die Antworten wurden in der Auswertung als falsch oder richtig kategorisiert. Für jede Versuchsperson wurde die Summe aller richtigen Antworten errechnet. In jeder der vier experimentellen Bedingungen konnten maximal 6 richtige Antworten gegeben werden.

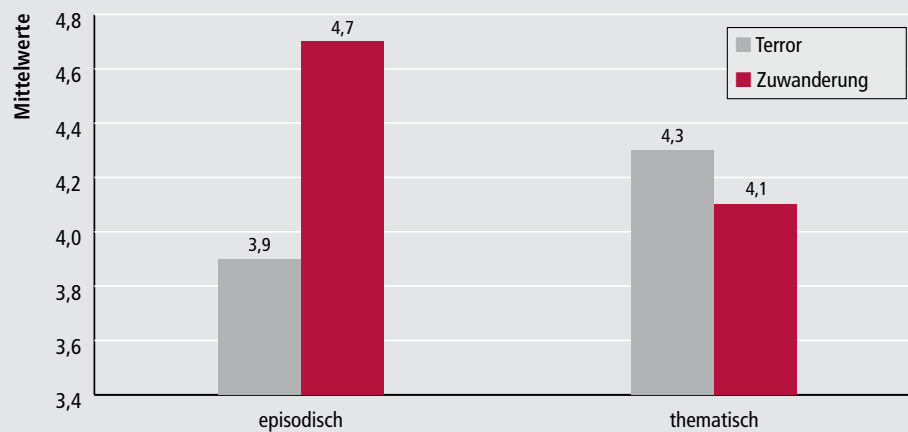
Die Auswertung der Erinnerungsfragen ergab ein differenziertes Bild, das für eine **Vielzahl von Einflussvariablen** auf die Behaltensleistung spricht. Zunächst unterscheidet sich die Erinnerungsleistung aller Versuchsteilnehmer in **Abhängigkeit vom gezeigten Beitrag**, wie aus Abbildung 14 ersichtlich. Der größte Unterschied, bestehend zwischen den Beiträgen A (Kalifatsstaat) und C (PISA) erreicht im Mittelwertsvergleich statistische Bedeutsamkeit bei 5 Prozent Irrtumswahrscheinlichkeit ( $F(3, 156) = 3.011; p = 0.032$ ). Interessant ist hierbei, dass sich weder zwischen den beiden **Themen** Terror versus Zuwanderung noch zwischen den beiden **Framings** episodisch versus thematisch klare Unterschiede ergeben. Bezieht man Thema und episodische versus thematische Berichterstattung als **zwei unabhängige Erklärungsfaktoren** in ein varianzanalytisches Modell ein, erweisen sie sich nicht als signifikant.

Abbildung 14: Mittelwerte der Erinnerungsleistungen an die einzelnen Beiträge



Ein **Gesamtmodell**, das als Erklärungsfaktoren für die Erinnerung **Thema und Framing** sowohl einzeln als auch die **Wechselwirkung zwischen beiden** berücksichtigt, erklärt 22% der statistischen Gesamtvarianz. Dabei ergibt sich ein **Interaktionseffekt von Thema und formalen Frames**, der durchaus bemerkenswert ist: während die **episodische Rahmung** der Nachricht die Behaltensleistung beim **Thema Zuwanderung** steigert, wirkt sie beim **Thema Terror** gegenteilig. Hier fördert offenbar eine **thematische Aufbereitung** die Erinnerung (vgl. Abb. 15). Dies **widerspricht** der in Hypothese 1 formulierten Annahme, dass eine episodische Rahmung die Erinnerung an negative Themen fördert, denn gerade beim negativen Thema Terror tritt der **gegenteilige** Effekt auf.

Darüber hinaus geht es also bei der Verarbeitung von Fernsehnachrichten über Migranten nicht nur um die Thematik oder die Frames allein – das Zusammenspiel beider ist entscheidend und determiniert, was später erinnert wird.

Abbildung 15: Interaktionseffekt zwischen Thema und Framing ( $F(1, 155) = 7.01, p = 0.01$ )

Neben dem Interaktionseffekt von Thema und Framing ergibt sich im varianzanalytischen Modell jedoch noch ein zweiter entscheidender Erklärungsfaktor der Beitragserinnerung: die **Gruppenzugehörigkeit** (vgl. Tab. 14). Sie ist statistisch gesehen die wichtigste Variable ( $F(1, 155) = 31.94, p = 0.000$ ). Wie in Abb. 6 dargestellt, schneiden die ausländischen Studierenden in der Behaltensleistung für alle Beiträge schlechter ab. Dies ist zunächst plausibel, wenn man zum einen die **Sprachkenntnisse** berücksichtigt, zum anderen bedenkt, dass ausländische Personen häufig weniger **kulturelles Wissen** über ihr Gastland besitzen.

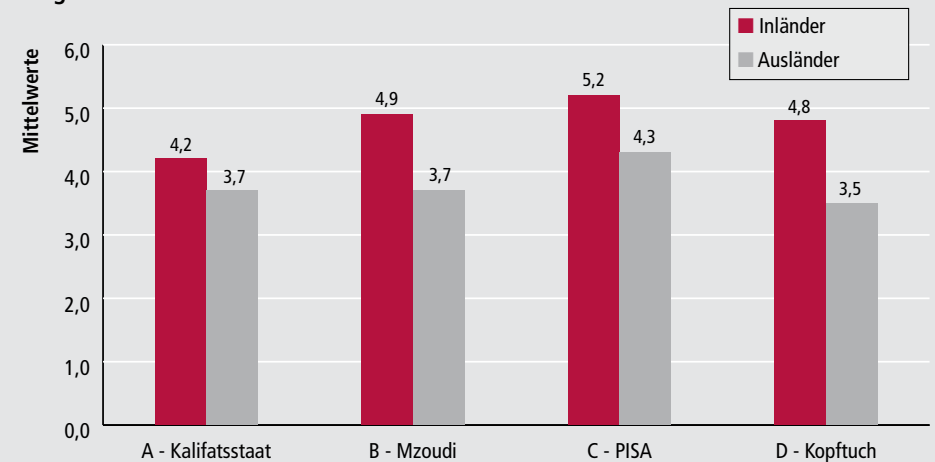
Tabelle 14: Gesamtmodell der Univariaten Varianzanalyse für die Beitragserinnerung

Abhängige Variable: Anzahl richtiger Antworten		
Unabhängige Variable	F	Signifikanz
Gruppe	31.944	0.000
Framing	0.619	0.433
Thema	3.199	0.076
Framing x Thema	7.007	0.009
Korrigiertes Modell: $R^2 = 0.216$ ( $F(4, 155) = 10.692; p = 0.000$ )		

Interessant ist jedoch, dass die Unterschiede zwischen den einzelnen Beiträgen in der Erinnerungsleistung der ausländischen Studierenden viel geringer sind als für die deutschen Versuchsteilnehmer. Während im varianzanalytischen Modell für die deutsche Teilstichprobe der **Interaktionseffekt zwischen Thema und Framing** der Nachricht nach wie vor signifikant wird ( $F(1, 76) = 4.99, p = 0.029$ ), ist das für die Teilstichprobe der ausländischen Studierenden nicht der Fall ( $F(1, 76) = 2.39, p = 0.126$ ).

Das (formale) Framing einer Nachricht in Abhängigkeit von ihrem Thema determiniert, wie gut die Meldung später von inländischen Rezipienten erinnert wird. Für ausländische Zuschauer ist diese Wechselwirkung deutlich weniger relevant.

Abbildung 16: Mittelwerte der Erinnerungsleistungen an die einzelnen Beiträge im Gruppenvergleich Inländer und Ausländer





### Bewertung der Beiträge

Abbildung 17 zeigt die Beurteilung der vier Stimulusbeiträge auf dem semantischen Differenzial. Signifikante Unterschiede zwischen den Beiträgen finden sich vor allem auf den Dimensionen **positiv-negativ** ( $F(3, 155) = 5.62, p = 0.001$ ) sowie **oberflächlich-detailgenau** ( $F(3, 156) = 5.70, p = 0.001$ ).

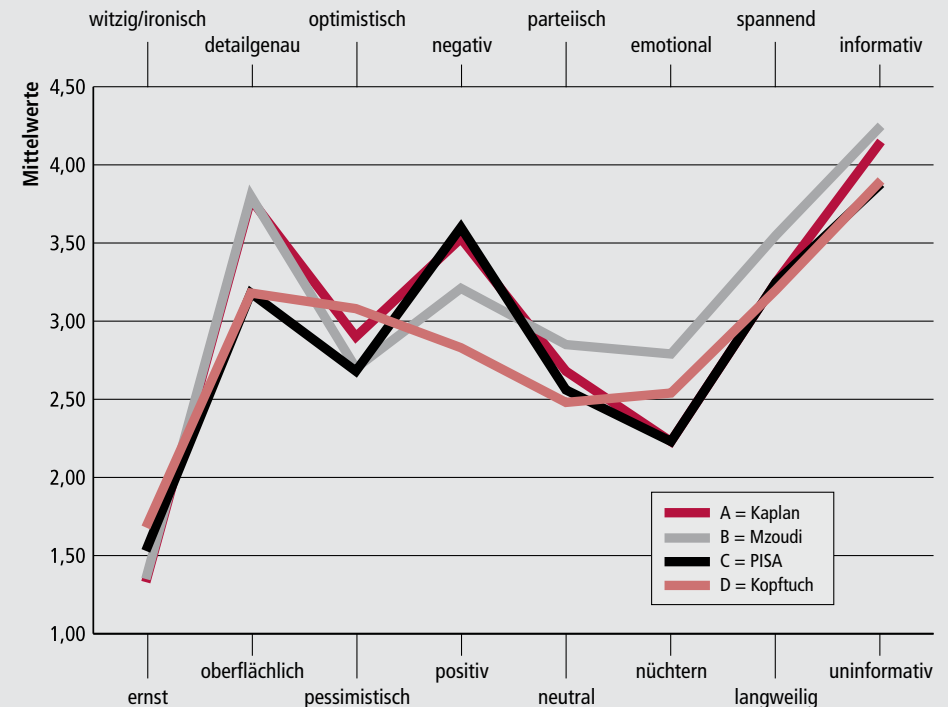
Während der **Beitrag zum Kopftuchstreit** am positivsten bewertet wird, gefolgt von den beiden **„Terrorbeiträgen“ über Mzoudi und Kalifatsstaat**, wird der Beitrag zur **PISA-Studie** am negativsten eingeschätzt. Hier zeigt sich eindeutig ein **Effekt des formalen Framing**: die **thematisch gerahmten Meldungen werden positiver bewertet**. Dieser Einfluss lässt sich in multivariaten Analysen statistisch bestätigen ( $F(1, 151) = 12.37, p = 0.001$ ).

In der Einschätzung von **Oberflächlichkeit versus Detailgenauigkeit** zeigt sich hingegen sehr klar ein **themenspezifisches Bild**: die beiden **Zuwanderungsbeiträge** werden als **oberflächlicher** beurteilt als die Terrorbeiträge. Tatsächlich zeigt sich auch hier ein signifikanter statistischer Effekt des **Themas** im allgemeinen multivariaten linearen Modell ( $F(1, 151) = 16.38, p = 0.000$ ), das in Tabelle A9 im Anhang dargestellt ist.

Zusätzlich findet sich im multivariaten Modell erneut ein **Interaktionseffekt aus Thema und formaler Präsentation**, der sich signifikant auf die Einschätzung der Beiträge als pessimistisch versus optimistisch auswirkt ( $F(1, 151) = 4.82, p = 0.03$ ): das episodisch präsentierte Terrorthema und das thematisch präsentierte Zuwanderungsthema werden im Vergleich zu den beiden anderen Beiträgen **optimistischer** bewertet.

Abbildung 17: Beurteilung der Beiträge im Vergleich

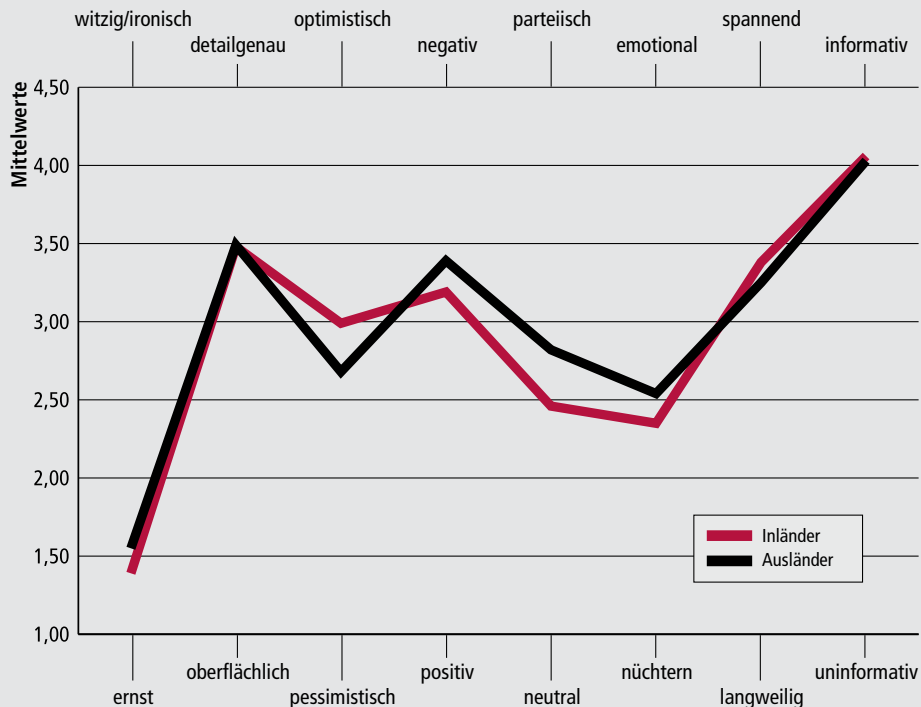
„Wie haben Sie den Beitrag empfunden?“



Neben der Wirkung, die Präsentation und Thema der Beiträge auf ihre Einschätzung haben, ist es erneut auch die **Gruppenzugehörigkeit**, die einen Einfluss auf die Beurteilung der Nachrichten hat. So bewerten ausländische Personen die Nachrichtenbeiträge über Migranten generell **pessimistischer** ( $F(1, 151) = 6.02, p = 0.015$ ) und **parteiischer** ( $F(1, 151) = 4.96, p = 0.027$ ) als Inländer (vgl. Abb. 18). Diese Einflüsse sind auch im multivariaten Modell statistisch bedeutsam (vgl. Tabelle A9).

Abbildung 18: Beurteilung aller Beiträge im Gruppenvergleich

„Wie haben Sie den Beitrag empfunden“?



Die Beitragsbewertung ebenso wie die Erinnerung werden determiniert durch vielschichtige Einflüsse, die komplex ineinander greifen und nicht losgelöst voneinander betrachtet werden können.

Zum einen sind es die **Themen** und **deren formales Framing**, die eng miteinander verknüpft eine spezifische Verarbeitung von Nachrichten über Migranten bedingen. Dies spricht dafür, dass es trotz aller Kritik an klassischen Medienwirkungsvorstellungen in der Tat auch die **Medienberichterstattung** ist, die zu den individuellen Bewertungen der Migrationsthematik bei den Zuschauern beiträgt. Andererseits scheint es **gruppenspezifische Rezeptionsstile** zu geben, die zumindest teilweise auf den **kulturellen Hintergrund** der Zuschauer zurückzuführen sind. Diese äußern sich nicht nur in der **geringeren Erinnerung** ausländischer Rezipienten, sondern auch in einer offenbar **geringeren Empfänglichkeit** für eine formale Rahmung der Meldungen. Darüber hinaus zeigt sich eine themen- und präsentationsübergreifend abweichende Beurteilung von Nachrichten über Migranten als pessimistischer und parteiischer durch ausländische Zuschauer.

#### Einschätzung einzelner Aussagen

Zu jeder Beitragsthematik gab es eine Auswahl von Aussagen (vgl. Tabelle 15), die nach dem allgemeinen Urteil über die Meldungen nun spezifisch auf mehreren Eigenschaftsdimensionen (s.o.) bewertet werden sollten.

Hierdurch sollte der **Effekt der formalen Frames** eruiert werden, indem jeweils **innerhalb eines Themas** die Bewertungen der Aussagen zwischen den beiden

Tabelle 15: Zu bewertende Aussagen, klassifiziert nach Thema

Thema	Zu bewertende Aussagen
Migranten und Terrorismus	(1) „Wenn Personen ausländischer Herkunft sich nicht an deutsche Gesetze halten, sollte eine Abschiebung in ihre Heimatländer angestrebt werden.“
	(2) „Wenn Personen ausländischer Herkunft eine terroristische Tätigkeit nicht nachgewiesen werden kann, sollten sie freigelassen werden.“
Zuwanderung und Integration	(3) „Kinder ausländischer Herkunft müssen besonders gefördert werden und schon vor der ersten Klasse deutsch lernen.“
	(4) „In einer Zeit kultureller Vielfalt wird die Frage, wie in Schulen mit religiösen Symbolen umgegangen wird, immer wichtiger.“

Bedingungen ‚episodische versus thematische Rahmung‘ verglichen wurden. Darüber hinaus wurde erneut nach **Gruppenunterschieden** zwischen **Inländern und Ausländern** gesucht.

Jeweils beide Versuchsgruppen innerhalb eines Themas hatten beide Aussagen zur Einschätzung erhalten. Für das Thema „Migranten und Terrorismus“ gab es kaum Unterschiede in der Beurteilung der Aussagen. Lediglich für eine der Aussagen zeigt sich auf einer Eigenschaftsdimension ein tendenzieller Mittelwertsunterschied: Aussage (1) **„Wenn Personen ausländischer Herkunft sich nicht an deutsche Gesetze halten, sollte eine Abschiebung in ihre Heimatländer angestrebt werden.“** wird von den Personen, die den episodischen Beitrag über die Razzien beim Kalifatssaat gesehen haben, als überzeugender ( $M = 3.63, SD = 1.15$ ) bewertet im Vergleich zu Personen, die den thematischen Beitrag über den Mzoudi-Prozess gesehen haben ( $M = 3.13, SD = 1.27$ ). Dieser Unterschied weist einen Trend zur Signifikanz mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 7% auf:  $F(1,78) = 3.43, p = 0.068$ . Hier scheint das Framing also mitzubestimmen, wie extrem die dargestellten Straftaten wahrgenommen werden.

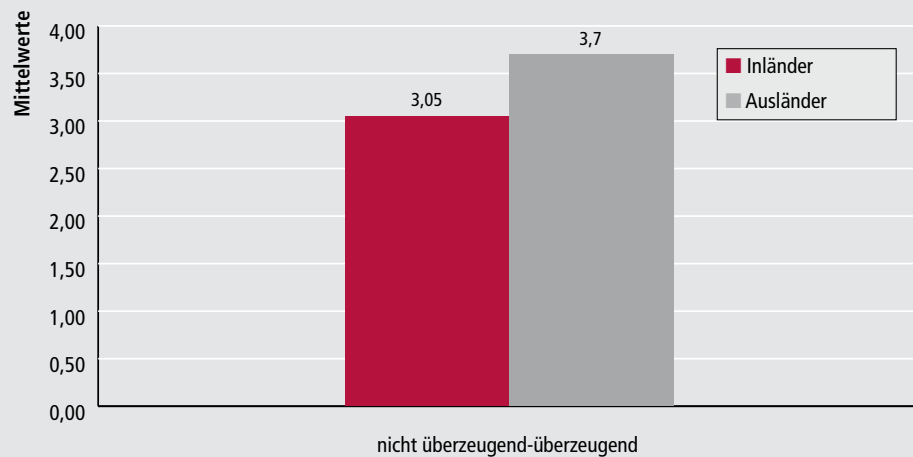
Für das Thema „Zuwanderung und Integration“, das auf Migranten und Bildung fokussierte, ergaben sich die in Abbildung 19 dargestellten zwei signifikanten Bewertungsunterschiede bei Aussage (3) **„Kinder ausländischer Herkunft müssen besonders gefördert werden und schon vor der ersten Klasse deutsch lernen.“** Diese wird von den Rezipienten, die den episodischen Beitrag zur PISA-Studie dargeboten bekommen hatten, sowohl als glaubwürdiger ( $M = 4.05, SD = 1.01$ ) als auch als überzeugender ( $M = 4.10, SD = 1.08$ ) wahrgenommen verglichen mit Rezipienten, denen die thematisch aufbereitete Meldung zum Kopftuch an deutschen Schulen präsentiert worden war. Diese schätzen die Aussage dementsprechend signifikant weniger glaubwürdig ( $M = 3.45, SD = 1.04$ ) ( $F(1,78) = 6.87, p < 0.02$ ) und weniger überzeugend ein ( $M = 3.48, SD = 0.93$ ) ( $F(1,78) = 7.66, p < 0.01$ ). Dieser Befund kann jedoch damit zusammenhängen, dass der Beitrag zum Kopftuch die Problematik der mangelnden Förderung für Migrantenkinder auch weniger thematisierte als die Meldung zur PISA-Studie und liegt somit vermutlich nur teilweise im Framing der Nachrichten begründet.

Abbildung 19: Beurteilung von Aussage 3 in Abhängigkeit vom Framing



Darüber hinaus lassen sich erneut Gruppenunterschiede in der Beurteilung der Aussagen nachweisen. Aussage 1 wird – wie in Abbildung 20 veranschaulicht – von den ausländischen Rezipienten als signifikant überzeugender beurteilt ( $M = 3.70, SD = 1.27$ ) verglichen mit den inländischen Versuchsteilnehmern ( $M = 3.05, SD = 1.11$ ): ( $F(1,78) = 5.98, p < 0.02$ ). Dies ist insofern interessant, als dass eher der umgekehrte Fall erwartbar gewesen wäre. Jedoch ist die zustimmendere Haltung der ausländischen Versuchsteilnehmer durchaus erklärbar: Als in Deutschland lebende Ausländer sind sie vermutlich des Öfteren mit Vorurteilen konfrontiert und wehren sich dagegen, mit den einzelnen kriminellen Ausländern assoziiert zu werden. Darum empfinden sie ein konsequentes Vorgehen gegen diese wahrscheinlich als durchaus gerechtfertigt.

Abbildung 20: Beurteilung von Aussage 1: Inländer und Ausländer im Vergleich



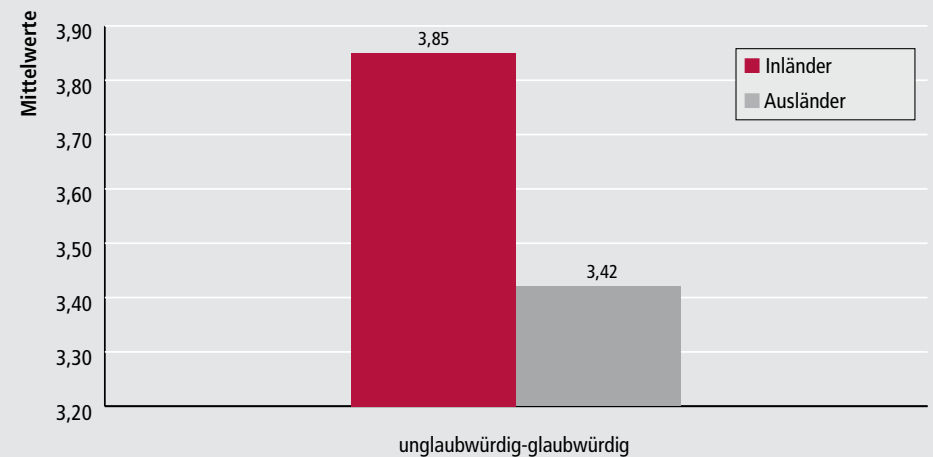
„Wenn Personen ausländischer Herkunft sich nicht an deutsche Gesetze halten, sollte eine Abschiebung in ihre Heimatländer angestrebt werden.“

86

Für das Thema Zuwanderung und Integration findet sich nur ein tendenzieller Unterschied (vgl. Abb. 21): so wird Aussage (4) **„In einer Zeit kultureller Vielfalt wird die Frage, wie in Schulen mit religiösen Symbolen umgegangen wird, immer wichtiger“** von inländischen Versuchsteilnehmern als glaubwürdiger ( $M = 3.85$ ,  $SD = 1.01$ ) beurteilt als dies durch die ausländischen Studierenden der Fall ist ( $M = 3.42$ ,  $SD = 0.95$ ). Dieser Unterschied ist auf dem 6%-Niveau signifikant: ( $F(1,76) = 3.77$ ,  $p < 0.06$ ).

Hier liegt der Unterschied vermutlich in einer unterschiedlichen Relevanzeinschätzung der Problematik des Kopftuchs begründet. Inländische Studierende schätzen diese Aussage als glaubwürdiger ein, weil sie mit der kontroversen und langwierigen Diskussion um das Kopftuch vertraut sind und sich über die Relevanz der Thematik für die deutsche Gesellschaft im Klaren sind. Ob dies jedoch für Menschen mit einer anderen Herkunft eine ebenso drängende Frage darstellt, muss an dieser Stelle offen bleiben.

Abbildung 21: Beurteilung von Aussage 4: Inländer und Ausländer im Vergleich



„In einer Zeit kultureller Vielfalt wird die Frage, wie in Schulen mit religiösen Symbolen umgegangen wird, immer wichtiger.“

87

Insgesamt kann aus den hier dargelegten Ergebnissen geschlossen werden, dass sowohl die Themen als auch das Framing der im Fernsehen präsentierten Nachrichten mitbestimmen, welche Erinnerungen und Einschätzungen bei den Rezipienten erzeugt werden. Jedoch ist das Potenzial der Zuschauer, die Medieninhalte individuell und gruppenspezifisch auf sich wirken zu lassen dabei keineswegs zu unterschätzen.

## Resümee zur Themenakzentuierung

1. Die Verarbeitung von Fernsehnachrichten über Migranten wird bestimmt von den Themen der Berichterstattung sowie den formalen Frames der Meldungen, die eng miteinander verbunden sind.
2. Dabei ist es entscheidend, welches Thema wie aufbereitet wird, da die formale Rahmung je nach Thematik die Erinnerung der Zuschauer ebenso begünstigen wie beeinträchtigen kann.
3. Auch die Bewertung der Beiträge, vornehmlich auf eher emotional relevanten Dimensionen, wird maßgeblich durch die Interaktion von formaler Rahmung (Frames) und Beitragsthema bestimmt.
4. Zuschauergruppen, die sich in ihrer nationalen oder ethnischen Herkunft unterscheiden, nehmen die Nachrichten über Migranten auch unterschiedlich wahr und auf.
5. Das formale Framing eines bestimmten Themas beeinflusst die Erinnerung ausländischer Zuschauer in geringerem Ausmaß als die der deutschen.
6. Ausländische Rezipienten bewerten TV-Nachrichten über Migranten insgesamt als pessimistischer und parteiischer, was wiederum für eine gruppenspezifische Rezeption spricht.
7. Die Wahrnehmung einzelner Aussagen wird ebenso wie die Einschätzung der gesamten Nachricht vom Framing determiniert.
8. Jedoch zeigen sich auch im Urteil über spezifische Aussagen Gruppenunterschiede, die auf Differenzen in der Relevanzeinschätzung von Themen schließen lassen.

## 5.2. Kontakthypothese

Im zweiten Experiment zur Kontakthypothese sollte untersucht werden, wie Vertrautheit bzw. Unvertrautheit mit der Gruppe der Inländer bzw. Migranten zu Einstellungsbildung und -änderung führt. Wachsende Vertrautheit und zunehmender Kontakt - so wird postuliert - reduzieren Vorurteile, wenn bestimmte Bedingungen erfüllt sind (vgl. Pettigrew 1998). Medien bieten dabei einen stellvertretenden Kontakt (vgl. Graves 1999; Schiappa u. a. 2005).

Den Versuchspersonen wurden Aussagen über aktive Migranten (einzelne Akteure, Funktion, Nationalität), die in den Meldungen **mit** oder **ohne** Kontakt mit der jeweilig anderen Gruppe erwähnt und gezeigt werden, präsentiert (vgl. Tab. 2). 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:

H3: Wenn Rezipienten TV-Nachrichten sehen, die einen Kontakt zwischen aktiven Migranten und Inländern zeigen, schätzen sie die Migranten positiver ein als nach einem Beitrag ohne gezeigten Kontakt.

### 5.2.1. Stichprobe

Die Stichprobe für die Untersuchung wurde aus der Grundgesamtheit aller Studierenden der Friedrich-Schiller-Universität Jena im Sommersemester 2006 und im Wintersemester 2006/2007 gezogen. Erneut handelte es sich um eine Quotenstichprobe mit je zur Hälfte deutschen und ausländischen Studierenden (vgl. Kap. 5.1.1). Wieder bekamen die Teilnehmer 7 € für ihre Partizipation am Experiment.

Die Rekrutierung erfolgte auf die gleiche Weise wie im oben beschriebenen Experiment zur Themenakzentuierung. Ein Teil der Erhebungen wurde lediglich erst im Wintersemester 2006/2007 vorgenommen, da in der Semesterpause zu wenige

Teilnehmer gewonnen werden konnten. Auch in diesem Experiment erwies sich die Rekrutierung als vergleichsweise unproblematisch.

An der Untersuchung nahmen insgesamt 90 Studierende teil. 47 Studierende waren deutscher, 43 ausländischer Herkunft. Die Gruppe der ausländischen Studierenden war vergleichbar zusammengesetzt wie die in Kapitel 5.1.1 beschriebene ausländische Teilnehmergruppe am Experiment zur Themenakzentuierung. Auch hier handelte es sich vornehmlich um Ausländer, die für das Studium nach Deutschland gekommen sind sowie einige wenige Bildungsinländer. Die Zeitspanne, die die Teilnehmer bereits in Deutschland verbracht hatten, war ebenfalls äquivalent.

Der Altersmittelwert der Teilnehmer betrug 23.5 Jahre ( $SD = 3.28$ ). Mit einem Durchschnitt von 23.2 ( $SD = 3.07$ ) für Inländer und 23.8 ( $SD = 3.5$ ) für Ausländer ist die Altersverteilung dabei sehr ausgeglichen. Weibliche Studierende waren erneut mit 79 Prozent stark überrepräsentiert, in der Gruppe der ausländischen Studierenden mit 86 Prozent noch etwas mehr als unter den inländischen, bei denen der Anteil weiblicher Studierender 72 Prozent betrug. Die ausländischen Teilnehmer stammten aus 16 verschiedenen Ländern, wobei Russland das am häufigsten genannte war (7 Nennungen), gefolgt von Vietnam und Ukraine (jeweils 5 Nennungen) und von Ungarn, Slowakei und China (je 4 Nennungen).

Bezüglich der Religionszugehörigkeit erwiesen sich Personen, die keiner Religion angehören, als die größte Gruppe. Danach haben verschiedene christliche Glaubensrichtungen den größten Anteil an den angegebenen Religionen der Befragten (vgl. Tab. 16).

### 5.2.2. Durchführung

Die Versuchsanordnung (vgl. Tab. 17) ergab jeweils zwei Zellen für Inländer und für Ausländer, die die verschiedenen Stimulusbeiträge repräsentieren. Die Beiträge, die den Versuchsteilnehmern gezeigt wurden, waren Zusammenschnitte aus jeweils zwei Nachrichtenbeiträgen. Beide **Zuschnitt** behandelten die gleichen Themen: es ging einerseits um **Migration und Bildung** (das spezifische Thema war die besondere Förderung von Kindern mit Migrationshintergrund an

Tabelle 16: Religionszugehörigkeit der Versuchsteilnehmer

Religion	Prozentanteil
Buddhismus	4,5
katholische Kirche	19,1
protestantische Kirchen	15,7
orthodoxe Kirchen	12,4
sonstige christliche Kirchen	1,1
Islam	1,1
gehöre keiner Religion an	46,1

deutschen Schulen) und andererseits um **Demonstrationen gegen den Irak-Krieg** im Jahr 2003, an denen Deutsche ebenso wie verschiedene Migrantengruppen teilnahmen.

Variiert wurde lediglich der gezeigte Kontakt: Während in **Bedingung (1)** in beiden Berichten Kontakt zwischen Deutschen und Migranten gezeigt wurde, traf dies in **Bedingung (2)** auf die beiden Berichte **zur gleichen Thematik** nicht zu. Somit wurde eine Erfassung der spezifischen Wirkung von Kontaktinformationen unabhängig vom Beitragsthema möglich. Um **Reihenfolgeeffekte** der Beitragszusammenschnitte zu vermeiden, wurden außerdem von jedem Zusammenschnitt zwei Versionen erstellt: eine Version zeigte zunächst die Demonstrationen gegen den Irak und danach das Thema Bildungspolitik, die andere Version begann mit der Bildungspolitik und erst im Anschluss folgte das Demonstrationsthema.

Tabelle 17: Design des Experiments zur Kontakthypothese

	(1) mit Kontakt	(2) ohne Kontakt
Ausländer	N = 22	N = 21
Inländer	N = 25	N = 22

Die 90 Versuchsteilnehmer wurden mit Hilfe der Randomisierungstechnik (s.o.) gleichmäßig auf die vier Zellen des Untersuchungsdesigns aufgeteilt. In der Bedingung **mit Kontakt** wurden 25 Inländer und 22 Ausländer befragt, in der Bedingung **ohne Kontakt** 22 In- und 21 Ausländer (vgl. Tab. 17). Zusätzlich bekam jeweils die Hälfte der Personen den Zusammchnitt mit geänderter Themenreihenfolge.

Nachdem den Versuchspersonen im Forschungslabor einer der Nachrichtenzusammenschnitte von DVD dargeboten worden war, wurden sie gebeten, einen Fragebogen auszufüllen. Darin sollte zunächst der gesamte Zusammchnitt durch die Teilnehmer bewertet werden, indem sie ihn auf denselben acht Eigenschaftsdimensionen wie in Experiment 1 (s.o.) erneut mittels einer fünfstufigen Skala einschätzten. Anschließend wurden sie gebeten, auf jeweils 17 verschiedenen Eigenschaftsdimensionen<sup>21</sup> die folgenden drei Akteursgruppen aus den Beiträgen zu bewerten:

1. in Deutschland lebende **Muslimen**, die gegen den Irak-Krieg demonstrieren
2. in Deutschland lebende **US-Amerikaner**, die gegen den Irak-Krieg demonstrieren
3. **Schüler** aus Migrantenfamilien

Zudem wurden alle Teilnehmer nach ihren Kontakten zur jeweils anderen Gruppe befragt, wobei sowohl die tatsächlichen Kontakte als auch der Wunsch nach beziehungsweise die Vorstellung von Kontakten interessiert. Darüber hinaus wurden von allen Teilnehmern die **Mediennutzungsgewohnheiten** sowie einige **soziodemografische Angaben** erfragt. Die Experimente wurden für Inländer und Ausländer auf dieselbe Art und Weise durchgeführt bzw. wiederholt.

<sup>21</sup> (1) negativ – (5) positiv; (1) unangenehm – (5) angenehm; (1) unsympathisch – (5) sympathisch; (1) unfreundlich – (5) freundlich; (1) passiv – (5) aktiv; (1) schwerfällig – (5) dynamisch; (1) unterlegen – (5) dominant; (1) unbedeutend – (5) mächtig; (1) intolerant – (5) tolerant; (1) beschränkt – (5) weltoffen; (1) unkooperativ – (5) kooperativ; (1) unzuverlässig – (5) zuverlässig; (1) verantwortungslos – (5) verantwortungsbewusst; (1) unehrlich – (5) ehrlich; (1) aggressiv – (5) friedlich; (1) beängstigend – (5) beruhigend; (1) zurückgezogen – (5) gesellig

### 5.2.3. Befunde

Das Experiment zur Kontakthypothese brachte einige bemerkenswerte und unerwartete Befunde, die nachfolgend dargestellt werden. Hierbei wird – wie im vorangegangenen Kapitel zur Themenakzentuierung – zuerst die **Gesamtbewertung** des Nachrichten-Zusammchnitts betrachtet. Anschließend sollen die Beurteilungen der verschiedenen Akteure in den unterschiedlichen **Kontaktbedingungen** untersucht werden. Abschließend werden die Befunde bezüglich ihrer Implikationen für die Kontakthypothese diskutiert.

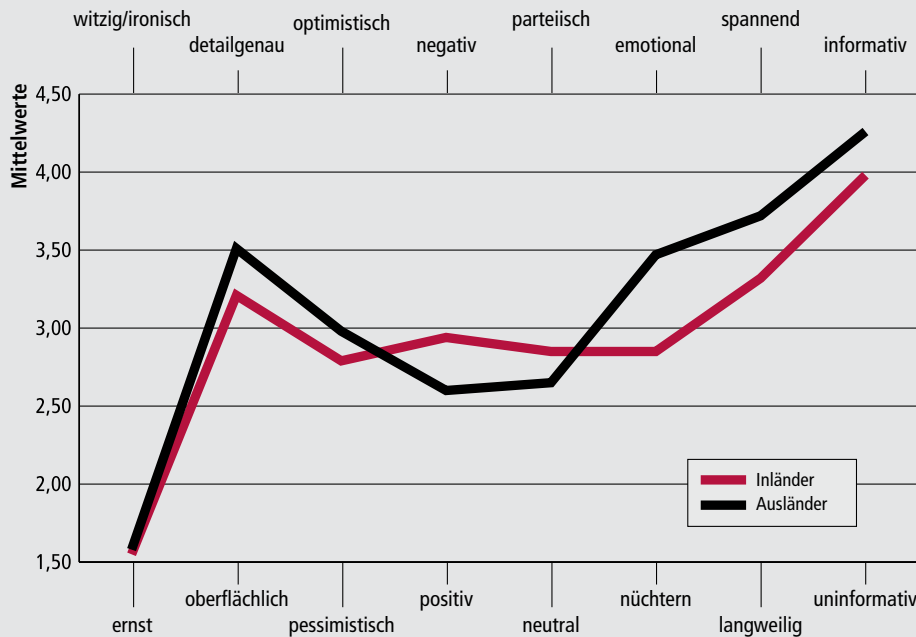
#### Einschätzung der Beiträge

Betrachtet man die Einschätzung des Beitragszusammchnitts durch die gesamte Stichprobe, zeigt sich, dass die Probanden die Nachrichten im Mittel als **sehr informativ, vergleichsweise neutral, recht detailgenau und sehr ernst** bewerten. Bemerkenswert ist, dass sich im statistischen Mittelwertvergleich zwischen den beiden Versuchsbedingungen „Nachrichten mit gezeigtem Kontakt“ und „Nachrichten ohne gezeigten Kontakt“ keine **bedeutsamen Unterschiede** in der Einschätzung des Beitrags finden. In der generellen Bewertung durch die Rezipienten differieren die Nachrichten also nicht. Somit hat die Kontaktinformation für die Gesamteinschätzung der Meldungen offenbar keine Bedeutung.

Betrachtet man hingegen die Beitragsbeurteilung durch **Inländer und Ausländer** getrennt, fallen, wie bereits in der Untersuchung zur Themenakzentuierung, statistisch bedeutsame Unterschiede auf (vgl. Abb. 22): deutsche Studierende nehmen die Meldungen als langweiliger wahr ( $M = 3.32$ ,  $SD = 0.75$ ) verglichen mit ausländischen Studierenden ( $M = 3.72$ ,  $SD = 0.88$ ). Dieser Unterschied ist auf dem 5%-Niveau signifikant  $t(88) = -2.33$ ,  $p < 0.03$ . Weiterhin empfinden die ausländischen Studierenden den Beitragszusammchnitt als wesentlich **emotionaler** im Vergleich zu den inländischen Versuchsteilnehmern. Diese Differenz ist hochsignifikant  $t(88) = -2.97$ ,  $p < 0.004$ . Beide Eigenschaftspaare, „**langweilig-spannend**“ sowie „**nüchtern-emotional**“ sind eher **affektive** Bewertungsdimensionen.

Abbildung 22: Beurteilung der Beiträge im Gruppenvergleich

„Wie haben Sie den Beitrag empfunden“?



Vermutlich sind die Themen für die ausländischen Versuchsteilnehmer **persönlich relevanter**, so dass sie einen stärkeren emotionalen Bezug zu den Meldungen herstellen. Somit lassen sich diese **gruppenspezifischen Rezeptionsweisen** gut durch die höhere **Involviertheit** der ausländischen Rezipienten in die Thematik erklären.

Offen bleibt an dieser Stelle jedoch die Frage nach der potenziellen Wirkung der **Kontaktinformationen**. Macht es, wie in **Hypothese 3** angenommen, einen

Unterschied, ob die Akteure im Kontakt mit der Mehrheitsgesellschaft gezeigt werden oder nicht? Bezüglich der generellen Beitragseinschätzung haben sich keine nennenswerten Differenzen nachweisen lassen. Daher soll nun der Frage nachgegangen werden, ob konkrete Akteure in Abhängigkeit von der Kontaktinformation jeweils unterschiedlich beurteilt werden.

### Einfluss der Kontaktinformation auf die Einschätzung der Akteure

Drei verschiedene Akteursgruppen waren durch die Versuchsteilnehmer eingeschätzt worden: (1) in Deutschland lebende Muslime, die gegen den Irak-Krieg demonstrieren, (2) in Deutschland lebende US-Amerikaner, die gegen den Irak-Krieg demonstrieren und (3) Schüler aus Migrantenfamilien.

Die Beurteilungen wurden unter **zwei Gesichtspunkten** miteinander verglichen. Es wurde gefragt:

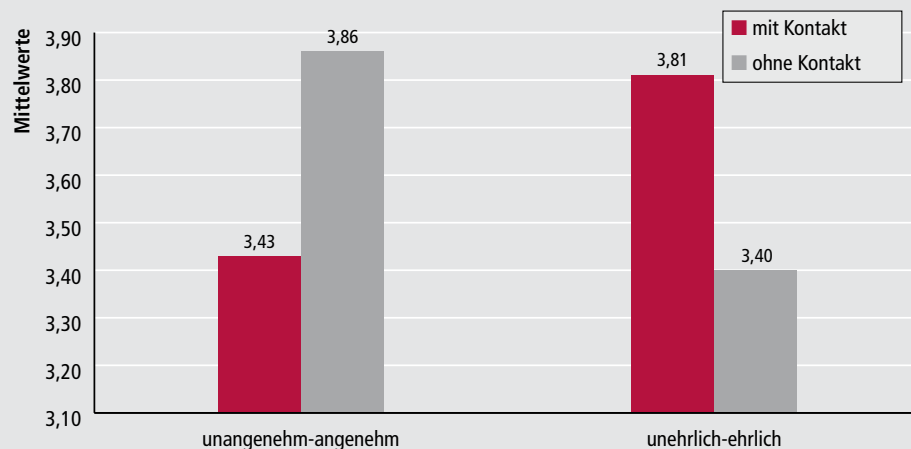
- Wie unterscheiden sich die Einschätzungen der Akteure zwischen den Bedingungen „mit Kontakt“ und „ohne Kontakt“?
- Wie unterscheiden sich die Einschätzungen der Akteure zwischen In- und Ausländern?

In diesem Falle zeigten sich – wie vermutet – **Unterschiede zwischen den beiden Kontaktbedingungen** für zwei der drei Akteursklassen. Für die Einschätzung von **Muslimen** fanden sich zwei statistisch bedeutsame Unterschiede zwischen den Gruppen (vgl. Abb. 23): einerseits schätzen Personen, die die Meldung **mit Kontaktinformation** gesehen hatten, Muslime als **unangenehmer** ein ( $M = 3.43$ ,  $SD = 0.99$ ) verglichen mit Rezipienten, die die Nachricht ohne Kontakt präsentiert bekommen hatten ( $M = 3.86$ ,  $SD = 0.89$ ). Diese Differenz erwies sich signifikant auf dem 5%-Niveau:  $t(88) = -2.18$ ,  $p < 0.04$ . Dagegen werden Muslime, die gegen den Irak-Krieg demonstrieren durch Rezipienten, die den **Kontaktbeitrag** gesehen hatten, als ehrlicher wahrgenommen ( $M = 3.81$ ,  $SD = 0.95$ ) im Vergleich zu Rezipienten, die **keine Kontaktinformation** in der Meldung bekommen hatten ( $M = 3.40$ ,  $SD = 0.91$ ). Dieser Unterschied ist statistisch bedeutsam:  $t(88) = 2.11$ ,  $p < 0.04$ .



Die Ergebnisse sind zunächst schwierig zu deuten, weisen sie doch ebenso auf **positive** wie auf **negative** Effekte der Kontaktinformation hin. Offenbar bewirkt ein dargestellter Kontakt zwischen muslimischen Demonstranten und nicht-muslimischen Demonstranten einerseits eine Einschätzung der Muslime als **unangenehmer**, allerdings auch als **ehrlicher**.

Abbildung 23: Beurteilung der Muslime, die gegen den Irak-Krieg demonstrieren in Abhängigkeit von der Kontaktinformation



Es ist denkbar, dass die Befragten Berührungängste mit ihnen fremden Religionsgemeinschaften haben. Somit könnte die Vorstellung von Kontakt mit ihnen durchaus ambivalente Gefühle auslösen: einerseits fühlen sie sich eher unwohl bei dem Gedanken, Personen muslimischen Glaubens zu begegnen. Deshalb schätzen sie sie als unangenehmer ein verglichen mit Situationen, in der sie den Kontakt vermeiden können. Andererseits empfinden sie Muslime, die sich gegen den Irak-Krieg engagieren als ehrlicher, wenn diese sich auch im unmittelbaren Kontakt zu Nicht-Muslimen befinden: denn hier ziehen „alle an einem Strang“.

Diese ersten Ergebnisse zeichnen zunächst ein äußerst **komplexes** und sehr **differenziertes** Bild des Einflusses der Kontaktinformation auf die Akteursbe-

urteilung. Daher werden im Folgenden die Einschätzungen der beiden anderen Akteursgruppen betrachtet.

Die Einschätzung der US-Amerikaner, die gegen den Irak-Krieg demonstrieren, ergibt **keinerlei statistisch bedeutsame** Unterschiede zwischen den beiden Kontaktbedingungen. Dies ist plausibel, da US-Amerikaner in der Regel in Deutschland nicht als klassische Ausländer- oder Migrantengruppen wahrgenommen werden. Somit sind sie auch weniger mit den Stigmatisierungen und Vorurteilen konfrontiert, denen Zuwanderer aus Einwanderungsländern ausgesetzt sind. Darüber hinaus dürften es alle Versuchsteilnehmer eher positiv bewertet haben, dass US-Amerikaner, deren Heimatland ja den Irak-Krieg initiiert hatte, sich gegen diesen engagieren.

Die interessantesten Ergebnisse weisen die Daten zur Einschätzung von Schülern mit Migrationshintergrund an deutschen Schulen auf (vgl. Abb. 24). Hier erweisen sich im Vergleich der beiden Kontaktbedingungen vier Eigenschaftspaare als signifikant verschieden voneinander<sup>22</sup>. Die Schüler werden von Rezipienten, die den Beitrag mit **gezeigtem Kontakt** gesehen haben, als

- **freundlicher** ( $t(42) = 2.02, p < 0.05$ ),
- **dominanter** ( $t(42) = 3.27, p < 0.003$ ),
- **toleranter** ( $t(42) = 1.84, p < 0.08$ ) und
- **kooperativer** ( $t(42) = 2.81, p < 0.01$ )

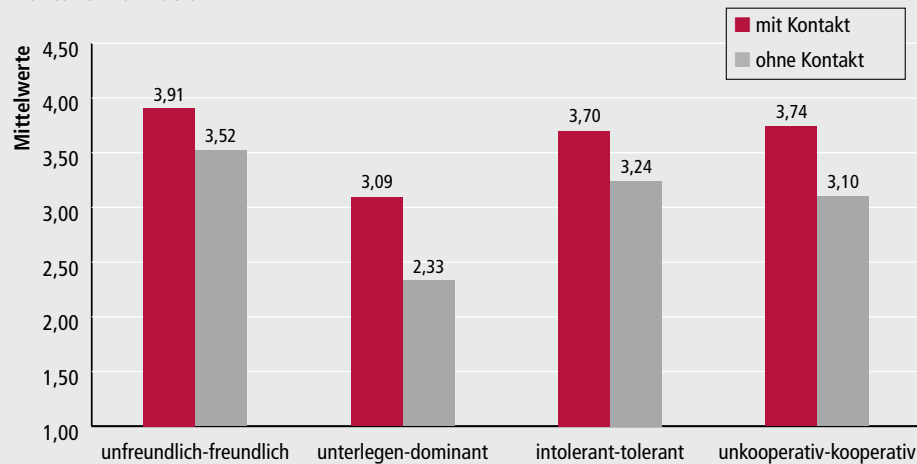
eingeschätzt als von Rezipienten, die den Beitrag **ohne Kontaktdarstellung** dargeboten bekamen. Dabei erweisen sich die Unterschiede in 3 Fällen als signifikant auf dem 5%-Niveau, in einem Fall (intolerant-tolerant) als tendenziell signifikant auf dem 10%-Niveau.

Hier zeigt sich der erwartete **Einfluss der Kontaktinformation** deutlich: Wenn ein Kontakt zwischen den dargestellten Schülern mit Migrationshintergrund und

<sup>22</sup> Einschränkung ist hierbei jedoch zu berücksichtigen, dass diese Ergebnisse nur auf die Hälfte der Stichprobe zutreffen, die den Beitragszusammenschnitt rezipierte, in dem die Meldung zur PISA-Studie zuerst präsentiert wurde. Wird hingegen der Irak-Krieg-Beitrag anfangs gezeigt, verschwinden die Effekte bedingt durch einen Reihenfolgeeffekt.

der deutschen Mehrheitsgesellschaft in der Nachricht gezeigt wird, schätzen die Versuchsteilnehmer die Schüler tatsächlich auf mehreren Eigenschaftsdimensionen positiver ein. Das heißt, die **Darstellung direkter Kontakte** zwischen Gruppen kann zumindest unter bestimmten Voraussetzungen die Einschätzung der Gruppenmitglieder beeinflussen.

Abbildung 24: Beurteilung der Schüler mit Migrationshintergrund in Abhängigkeit der Kontaktinformation



### Gruppenunterschiede bei der Einschätzung der Akteure

Wie bereits im Experiment zur Themenakzentuierung zeigen sich auch in der Studie zur Kontakthypothese neben den Einflüssen der experimentellen Variation (mit Kontaktinformation versus ohne Kontaktinformation) **gruppenspezifische Rezeptionsweisen**.

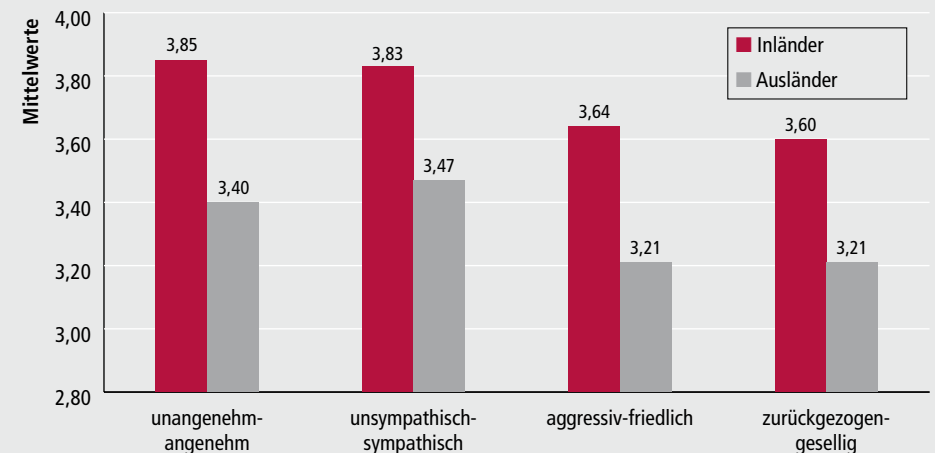
Wie bereits oben für die allgemeine Beitragsbewertung berichtet, finden sich für die Beurteilung der einzelnen Akteursklassen Unterschiede zwischen **Inländern und Ausländern**, die teilweise recht bemerkenswert sind. Betrachtet man zunächst die Gruppe der **Muslims**, die gegen den Irak-Krieg demonstrieren (vgl. Abb. 25), fällt auf, dass diese von den deutschen Studierenden (Inländer) in vier Eigen-

schaftsdimensionen **positiver** eingeschätzt werden als von den ausländischen Studierenden: Inländer beurteilen die gegen den Krieg engagierten Muslime als:

- **angenehmer** ( $t(88) = 2.29, p < 0.03$ ),
- **sympathischer** ( $t(88) = 1.92, p < 0.06$ ),
- **friedlicher** ( $t(88) = 1.93, p < 0.06$ ), und
- **geselliger** ( $t(88) = 1.99, p < 0.05$ )

verglichen mit Ausländern. Hier zeigt sich ein deutlicher Unterschied in der gruppenspezifischen Rezeption. Dieser ist insofern interessant, als dass der Bericht bei den ausländischen Versuchsteilnehmern negativere Bewertungen der Muslime induziert als er es bei Deutschen tut.

Abbildung 25: Einschätzung der Muslime, die gegen den Irak-Krieg demonstrieren im Gruppenvergleich



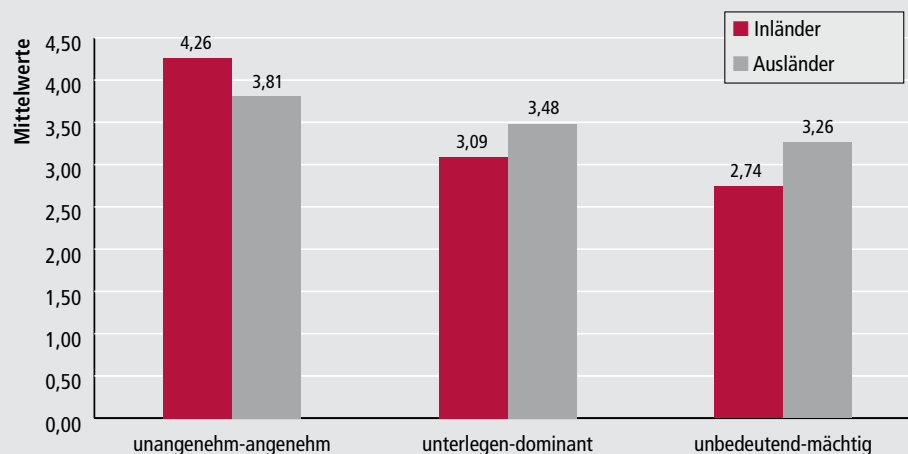
Dies kann verschiedene Gründe haben. Insgesamt ist zunächst festzustellen, dass Muslime für alle Versuchsteilnehmer größtenteils eine Fremdgruppe darstellen, da nur einige wenige Probanden dem muslimischen Glauben angehören (vgl. Kap. 5.2.1).

Des Weiteren könnte der Unterschied darin begründet liegen, dass die Nachricht von Demonstrationen gegen den Irak-Krieg handelt und auch die Kontaktinformation in diesem Zusammenhang steht. In Deutschland gab es im Jahr 2003 eine recht einhellige öffentliche Meinung gegen diesen Krieg. Einige andere europäische Staaten waren jedoch beispielsweise an diesem Einsatz beteiligt und weniger einstimmig in ihrer Einschätzung davon.

Zudem können andere politische Gründe aus den spezifischen Herkunftsländern für diese Beurteilungen relevant sein, beispielsweise der Tschetschenien-Konflikt für die russischen Studierenden. Auch die unterschiedliche Nähe zu oder Ferne von den in Deutschland wichtigen politischen Fragen könnte diese Beurteilungen mit bestimmen. Es ist durchaus plausibel, dass beispielsweise für chinesische Studierende eine Demonstration deutscher und ausländischer Bürger gegen den Irak-Krieg weniger relevant ist als z. B. für tschechische Studierende.

Für die Einschätzung der **US-Amerikaner** ist das Bild ebenso sehr interessant. Abbildung 26 zeigt zunächst die drei statistisch bedeutsamen Gruppenunterschiede,

Abbildung 26: Einschätzung der Amerikaner, die gegen den Irak-Krieg demonstrieren im Gruppenvergleich



die in diesem Fall gefunden wurden. Inländer weisen dabei eine Beurteilung von gegen den Krieg engagierten US-Amerikanern als:

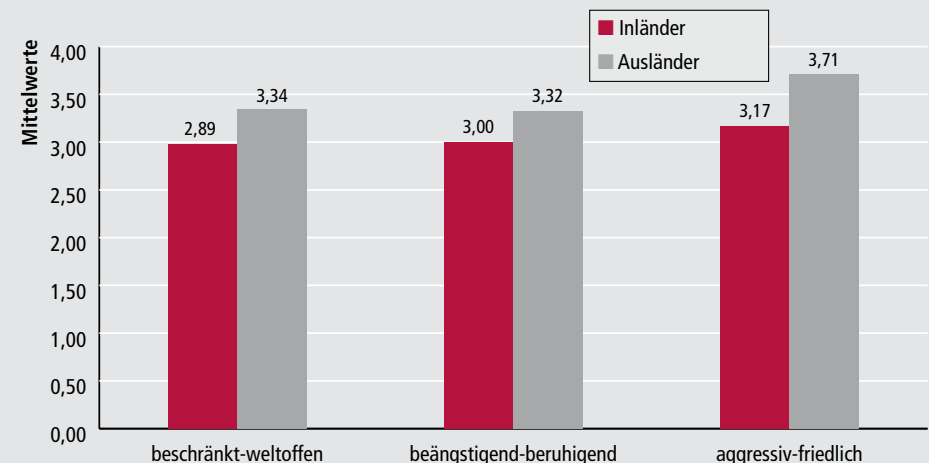
- **angenehmer** ( $t(70.83) = 2.15, p < 0.04$ ),
- **unterlegener** ( $t(87) = -2.25, p < 0.03$ ) und
- **unbedeutender** ( $t(87) = -3.01, p < 0.005$ )

auf verglichen mit ausländischen Versuchsteilnehmern.

Hier zeigt sich erneut eine von den inländischen Studierenden eher gemäßigte, von den ausländischen Studierenden eine extremere Beurteilung. Diese Effekte sind wie oben einerseits über die Thematik des Irak-Krieges und seine kontroverse Bewertung in der Weltbevölkerung sowie andererseits über die spezifischen Beziehungen zwischen den Herkunftsländern der ausländischen Studierenden und den Vereinigten Staaten von Amerika erklärbar.

Im Einklang damit gestalten sich die Beurteilungen der **Schüler** aus Migrantenfamilien an deutschen Schulen wie folgt (vgl. Abb. 27):

Abbildung 27: Einschätzung der Schüler mit Migrationshintergrund im Gruppenvergleich



Die Schüler werden von den Ausländern in drei Eigenschaftskategorien **positiver** bewertet als von Inländern. So beurteilen die inländischen Studierenden im Vergleich zu den ausländischen die Schüler als:

- **beschränkter** ( $t(71.54) = -1.94, p < 0.06$ )
- **beängstigender** ( $t(87) = -2.69, p < 0.01$ ) und
- **aggressiver** ( $t(75.06) = -1.94, p < 0.06$ ).

Für die Schüler mit Migrationshintergrund schlagen die Befunde also um: nun sind es die ausländischen Studierenden, die positivere Einschätzungen abgeben. Dies ist plausibel, denn Schüler mit Migrationshintergrund an deutschen Schulen sind den ausländischen Studierenden als Teilgruppe in Deutschland lebender Migranten am nächsten und bieten daher ein hohes Identifikationspotenzial. Auch können ausländische Studierende vor allem die im Beitrag thematisierte Lernsituation der Schüler sicher gut nachempfinden. So erklärt sich die gemäßigte Beurteilung der Schüler durch ausländische Versuchsteilnehmer verglichen mit den Deutschen.

Resümierend kann ein im Fernsehen dargestellter Kontakt zwischen der eigenen und einer fremden Gruppe durchaus einen stellvertretenden Effekt haben und zu einer positiveren oder differenzierteren Wahrnehmung der Fremdgruppe führen, selbst wenn es sich nur um eine kurze TV-Nachricht handelt. Jedoch geschieht dies nur unter spezifischen Bedingungen, die sowohl vom Beitragsthema als auch von den Rezipientengruppen mitbestimmt werden.

#### Resümee zur Kontakthypothese

1. Für die Gesamtbewertung von Nachrichten macht es **keinen Unterschied**, ob die Rezipienten Kontakt zwischen verschiedenen sozialen Gruppen dargeboten bekommen oder nicht.
2. Die Bewertung des Beitrages **unterscheidet sich** jedoch erneut **zwischen In- und Ausländern**: ausländische Rezipienten bewerten die Nachrichten als emotionaler und spannender aufgrund ihrer **höheren Involviertheit** in die Thematik.
3. Die **Kontaktinformation** in Nachrichten über Migranten beeinflusst die Beurteilung der gezeigten Akteure mit Migrationshintergrund.
4. Wenn Kontakt zwischen Personen mit Migrationshintergrund und der deutschen Mehrheitsgesellschaft explizit dargestellt wird, fallen die Einschätzungen der Akteure unter bestimmten Bedingungen **positiver** aus.
5. Es zeigen sich erneut **gruppenspezifische Rezeptionsunterschiede**, die sich in der **unterschiedlichen Beurteilung** der Akteure durch In- und Ausländer widerspiegeln.
6. 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.
7. Diese Gruppenunterschiede lassen sich durch die unterschiedlich große persönliche Relevanz der Themen sowie das unterschiedliche Identifikationspotenzial der gezeigten Akteure für die Versuchsteilnehmer begründen.

## 6. Diskussion

Das Projekt hatte das Ziel, vergleichend Urteile von Inländern und Migranten bei der Rezeption des Themas Migration in ausgewählten TV-Nachrichtensendungen zu analysieren. Verknüpft wurden dabei Befragungen mit Rezeptionsexperimenten, die zeigen, wie die jeweiligen Gruppen verschiedene Nachrichten einstellungsbedingt nutzen und rezipieren. **Medienwirkung ist einstellungsbedingt.** Die Studie zeigt, **welche Rezipienten** – und zwar Inländer und Migranten – sich **welche Nachrichten wie** anschauen. Solche vergleichenden Untersuchungen wurden bisher kaum durchgeführt.

Vorliegende Befunde zur Mediennutzung in Deutschland lebender Migranten zeigen individuelle Selektionsmuster im Medienkonsum. Außerdem existieren einige Meinungsumfragen, zumeist angefertigt für demoskopische Zwecke im Vorfeld von Bundestags-, Europa- oder Landtagswahlen. Doch die Studien ergeben oft widersprüchliche Befunde. Sie offenbaren große Unterschiede zwischen verschiedenen Migrantengruppen. Und sie weisen auf eine komplementäre Nutzung von Medienangeboten sowohl aus den Herkunftsländern als auch aus Deutschland hin (Müller 2005a; Trebbe / Weiß 2007). Jedoch wurden nur selten die Gründe dieser Phänomene aufgezeigt. Wie empfinden in Deutschland lebende Migranten abhängig von ihren Einstellungen das Informationsangebot der deutschen Medien (vgl. Simon / Kloppenburg 2007)? Inwieweit fühlen sie sich hier berücksichtigt und adäquat repräsentiert (vgl. Hammeran u. a. 2007)? Wie erinnern und bewerten sie Fernsehnachrichten über ihre Eigengruppe und inwiefern unterscheidet sich diese Wirkung von der auf die deutsche Bevölkerung? Wie nehmen unterschiedliche Migrantengruppen deutsche TV-Nachrichten wahr?

Viele einschlägige Diskussionen mit Migranten zeigen, dass es einen starken Bedarf nach Erkenntnissen gibt, die zeigen, wie Migranten mit vorurteilslösender und/oder vorurteilsverstärkender Berichterstattung umgehen. Die Befragung liefert wertvolle Einsichten über Einstellung und Nutzung einer relevanten Zielgruppe der Sender, über die bisher wenig bekannt ist.

Dabei zeigen sich folgende Befunde:

1. Migranten präferieren die privatkommerziellen TV-Sender. Dementsprechend werden auch die Nachrichtenprogramme von Kabel1, Vox oder RTL2 häufiger gesehen als die von ARD oder ZDF. Dritte Programme werden vergleichsweise selten wahrgenommen.
2. Migration als Thema im Hörfunk wird nur von gut 20% der Migranten gehört; viele kennen die speziellen Ausländerprogramme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht.
3. Migranten bevorzugen Themen, die weniger negativ-kontrovers sind.
4. Die persönliche Relevanz eines Nachrichtenthemas ist rezeptionsleitend.
5. Beispielsweise wird von Migranten die Polizei als sichtbarer Akteur häufiger wahrgenommen als von Inländern, die sich besonders häufig an Meldungen erinnern, bei denen Migranten mit terroristischen Vereinigungen assoziiert werden.
6. Inländer bewerten Meldungen zum Thema Migration negativer als Migranten.

Das Potential der vorliegenden Studie besteht darin, die einstellungsbedingte TV-Nachrichtenrezeption von Inländern und Migranten nicht nur in einer aufwändigen Feldstudie zu ermitteln, sondern mit dem Stimulusmaterial von Fernsehmeldungen im Labor nachzuzeichnen. Dabei wurden zwei für die kommunikationswissenschaftliche Migrationsforschung prominente Konzepte überprüft: a) Framing in der Rezeption sowie b) die Kontakthypothese.

Dabei zeigt sich: die Verarbeitung von Fernsehnachrichten über Migranten wird nicht nur bestimmt von den Themen der Berichterstattung, sondern auch vom Framing der Meldungen. Dies demonstriert, dass offensichtlich auch die Ausführlichkeit, mit der Journalisten das Thema Migration aufbereiten und präsentieren, je nach Einstellung und Wissen der Rezipienten ganz unterschiedlich wirken kann. Migranten nehmen die in der Regel von Inländern ausgewählten und formulierten Meldungen anders wahr und auf als die Deutschen. Dies bedeutet für einen auf mehr Verständigung orientierten Journalismus, dass das Framing der Beiträge über Migranten möglicherweise einflussreicher für Meinungen, Verhalten und Wissen ist als das bloße Setzen der richtigen Themen, welches natürlich dennoch wichtig bleibt.

Auch die in Deutschland, besonders in der aktuellen Berichterstattung, sehr negativen und auch parteiischen Bewertungen (vgl. Müller 2005; Ruhrmann / Sommer / Uhlemann 2006; Hammeran u. a. 2007) werden von den Migranten weiter akzentuiert. Wie riskant ein derartiges Reflexivwerden von Bewertungen werden kann, zeigt sich letztendlich zeitversetzt in explosionsartigen Wirkungszunahmen der Berichterstattung anlässlich von Konflikten, in denen scheinbar oder auch unscheinbar Sicherheitsgefühle und religiöse Gefühle von Migranten verletzt werden wie dies nach dem 11. September oder im Karikaturenstreit geschah: eine undefinierbare Bedrohung, der kein reales Ereignis mehr zugrunde liegt, bestimmt dann die Medienagenda. Man kann annehmen, dass solche Lagen und Szenarien nicht nur für den Migrationsdiskurs relevant sind, sondern Experten- und Krisenstäbe im Bereich der äußeren und inneren Sicherheit nachhaltig beschäftigen.

Die ursprüngliche Idee der Kontakthypothese besagt, dass bestehende negative Einstellungen und Feindlichkeit gegenüber Fremdgruppen durch Kontakt reduziert werden können. Fremdenfeindlich eingestellte Rezipienten ohne persönlichen Kontakt zu Migranten glauben häufig, das von den Medien gezeichnete Ausländerbild sei zu positiv und genieße eine zu große Publizität. Es konnte jedoch gezeigt werden, dass Kontakt nicht immer **direkt** sein muss, sondern beispielsweise auch über beobachteten Kontakt zwischen Eigen- und Fremdgruppe oder das Wissen um einen solchen wirken kann. Medien können also stellvertretenden Kontakt bieten, der ähnliche Effekte erzeugt wie direkt erlebter. Im aktuellen Projekt wurde daher der gezeigte Kontakt zwischen Inländern und Migranten in TV-Nachrichten untersucht.

Zwar macht es – wie die Befunde der vorliegenden Experimente zeigen – keinen Unterschied, ob die Rezipienten Kontakt zwischen verschiedenen sozialen Gruppen dargeboten bekommen. Die Bewertung des Beitrages **unterscheidet** sich jedoch **zwischen Inländern und Migranten**: Rezipienten mit Migrationshintergrund bewerten die Nachrichten als emotionaler und spannender aufgrund ihrer **höheren Involviertheit** in die Thematik. Dieses Ergebnis ist insofern bedeutsam, als dass Migranten ganz offensichtlich die Reflexivität des Kontaktes anders einschätzen und erleben, als die Deutschen dies tun können. So werden auch die

gezeigten Akteure unterschiedlich bewertet, was darauf verweist, dass Migranten und Inländer mit den gezeigten Informationen durchaus unterschiedlich ihre politische Meinung bilden bzw. politisches Wissen interpretieren.

Dass die persönliche Relevanz eines Nachrichtenthemas (vgl. Ruhrmann 1989; Brosius 1995) eine, wenn nicht **die** entscheidende Größe zur Erklärung der Rezeptionsleistung ist, wird auch in dieser Studie bestätigt. Allerdings laufen entsprechende Identifikationsprozesse gruppenspezifisch ab. Ein nur auf inländische oder nationale Relevanz ausgerichteter Journalismus stößt hier schnell an seine Grenzen (vgl. Shoemaker / Cohen 2006), wenn er nicht auch die Betroffenheiten und Interessen der Migranten mitzubedenken in der Lage ist (vgl. WDR 2006). Anstelle von vermeintlicher und politisch wenig überzeugend definierter Integration (vgl. Ruhrmann / Nieland 2001), tritt dann Desintegration - und zwar unabhängig davon, ob die Berichterstattung nur gut gemeint oder sogar gut gemacht ist.

Schlussfolgernd zeigt sich also, dass es weniger darum geht, einzelne Einflussgrößen zu betrachten, die dann Mediennutzung und -wirkung bestimmen. Es sind ebenso Rezipientenmerkmale auszumachen, die hier entscheidend sind wie auch Merkmale der Berichterstattung. Denn es lassen sich zahlreiche gruppenspezifische Besonderheiten von Deutschen und Migranten in der Medienrezeption nachweisen. Gleichzeitig finden sich jedoch Effekte des Beitragsframings, der Nachrichtenthematiken sowie der präsentierten Kontaktinformationen. Keiner dieser Effekte tritt dabei isoliert auf, sondern vielmehr im Zusammenspiel mit den übrigen Faktoren, was sich beispielsweise darin äußert, dass sich bestimmte Materialeffekte gegenseitig bedingen oder aufheben oder dass sie nur bei einer der beiden Gruppen auftreten.

Resümierend beweist die vorliegende Studie demzufolge vor allem die Komplexität, die der Rezeption von Nachrichtenangeboten und damit letztlich auch ihrer Wirkung zugrunde liegt. Damit wird der zukünftige Forschungsbedarf deutlich und hierbei insbesondere die Relevanz, verschiedene Einflussvariablen nicht nur separiert, sondern vielmehr in ihrer Interaktion miteinander zu betrachten.

Allport, G. (1954): *The Nature of Prejudice*. Cambridge MA: Perseus Books.

Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hg.) (1973): *Alltagswissen und Interaktion*, 2 Bd. Reinbek: Rowohlt.

ARD/ZDF-Medienkommission (2007): *Migranten und Medien 2007. Ergebnisse einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF-Medienkommission*. München und Mainz.

Armstrong, G. B. / Neuendorff, K. A. / Brentar, J. E. (1992): TV entertainment, news, and racial perceptions of college students. In: *Journal of Communication*, 42, S. 153–176.

Ateş, S. (2006): Das Islambild in den Medien nach dem 11. September 2001. In: Butterwege, C. / Hentges, G. (Hg.): *Massenmedien, Migration und Integration. Herausforderungen für Journalismus und politische Bildung*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 151–170.

Bartelheimer, Peter (2005): Migration. In: SOFI, Soziologisches Forschungsinstitut/ IAB, Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung/ ISF, Institut für Sozialwissenschaftliche Forschung/ INIFES, Internationales Institut für empirische Sozialökonomie (Hrsg.): *Berichterstattung zur sozio-ökonomischen Entwicklung in Deutschland – Arbeit und Lebensweisen. Erster Bericht*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 351–379.

Berry, J. W. (1997): Immigration, Acculturation and Adaption. In: *Applied Psychology: An International Review*, 46, S. 5–68.

Blommaert, J. (2005): *Discourse. A critical introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.

Brosius, H.-B. (1995): *Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption: Ein Modell zur Wahrnehmung und Verarbeitung von Nachrichteninhalten*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Brosius, H.-B. / Esser, F. (1995): *Eskalation durch Berichterstattung? Massenmedien und fremdenfeindliche Gewalt*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Brosius, H.-B. / Koschel, F. (2003): *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Brown, R. / Hewstone, M. (2005): *An integrative theory of intergroup contact*. In: *Advances in Experimental Social Psychology*. Amsterdam: Academic Press.

Browne, D. R. (2005): *Ethnic Minorities, Electronic Media, and the Public Sphere. A Comparative Approach*. Cresskill (NJ): Hampton Press.

Collani, G. von (2002): Das Konstrukt der Sozialen Dominanzorientierung als generalisierte Einstellung: eine Replikation. In: *Zeitschrift für Politische Psychologie*, 10, S. 263–282.

Crystal, D. (2005): *The Cambridge Encyclopedia of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.

Diekmann, A. (1995): *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Reinbek: Rowohlt.

Diekmann, A. (2006): Aktuelle Probleme der empirischen Sozialforschung. In: Diekmann, A. (Hg.): *Methoden der Sozialforschung*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 8–32. (Sonderheft 44/2004 der KzFSS).

Dixon, T. L. / Linz, D. (2000): Overrepresentation and Underrepresentation of African Americans and Latinos as Lawbreakers on Television News. In: *Journal of Communication*, 50, S. 131–154.

Downing, J. / Husband, C. (2005): *Representing 'Race'. Racism, Ethnicities and Media*. Thousand Oaks (CA): Sage.

Druckman, D. (2005): *Doing Research. Methods of Inquiry for Conflict Analysis*. Thousand Oaks (CA): Sage.

Eilders, C. (2006). News factors and news decisions. In: *Communications*, 31, S. 5–24.

Entman, R.E. / Rojecki, A. (2001): *The Black Image in the White Mind. Media and Race in America*. Chicago (IL): The University of Chicago Press.

Esser, F. / Scheufele, B. / Brosius, H.-B. (2002): *Fremdenfeindlichkeit als Medienthema und Medienwirkung*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Fujioka, Y. (1999): Television portrayals and African-American stereotypes: Examination of television effects when direct contact is lacking. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 76, S. 52–75.

Geissler, R. / Pöttker, H. (Hg.) (2005): *Massenmedien und Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland*. Bielefeld: Transcript.

- Galtung, J. / Ruge, M.H. (1965): The Structure of Foreign News. In: *Journal of Peace Research*, 1, S. 64–91.
- Galtung, J. / Fischer, D. (2003): Kriegsberichterstattung kann Konflikte verlängern. In: *Medien Journal*, 27, S. 6–8.
- Geertz, C. (1973): *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.
- Giegler, H. / Ruhrmann, G. (1990): Remembering the News. A LISREL Model. In: *European Journal of Communication*, 5, S. 463–488.
- Glynn, C. / Herbst, S. / Keefe, G.J. / Shapiro, R.Y. (1999): *Public opinion*. Boulder (CO): Westview Press.
- Graves, S. B. (1999): Television and Prejudice Reduction: When Does Television as a Vicarious Experience Make a Difference? In: *Journal of Social Issues*, 55, S. 707–727.
- Hammeran, R. / Baspinar, D. / Simon, E. (2007): Selbstbild und Mediennutzung junger Erwachsener mit türkischer Herkunft. In: *Media Perspektiven*, 3/2007, S.126–135.
- Haunberger, Sigrid (2006): Das standardisierte Interview als soziale Interaktion: Interviewereffekte in der Umfrageforschung. In: *ZA-Information*, 58, S. 23–46.
- Iyengar, S. (1991): *Is anyone responsible? How Television frames political issues*. Chicago (IL): The University of Chicago Press.
- Iyengar, S. (1992): Wie Fernsehnachrichten die Wähler beeinflussen: Von der Themensetzung zur Herausbildung von Bewertungsmaßstäben. In: Wilke, J. (Hg.): *Öffentliche Meinung. Theorie, Methoden, Befunde*. Freiburg: Alber, S. 123–142.
- Iyengar, S. (1996): Framing Responsibility for Political Issues. In: *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 546, S. 59–70.
- Keller, R. (2004): *Diskursforschung. Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Költringer, Richard (1993): *Gültigkeit von Umfragedaten*. Köln: Böhlau.
- Kurz, K. / Prüfer, P. / Rexroth, M. (1999): Zur Validität von Fragen in standardisierten Erhebungen. Ergebnisse des Einsatzes eines kognitiven Pretestinterviews. In: *ZUMA-Nachrichten*, 44, S. 62–82.

Linke, A. / Nussbaumer, M. / Portmann, P. R. (2004): *Studienbuch Linguistik*. Tübingen: Niemeyer.

Maletzke, G. (1980): Integration – eine gesellschaftliche Funktion von Massenkommunikation. In: *Publizistik*, 25, S. 137–146.

Mangione, T. W. / Fowler, F. J. / Louis, T. A. (1992): Question characteristics and interviewer effects. In: *Journal of official statistics*, 8, S. 293–307.

Müller, D. (2005a): Die Mediennutzung der ethnischen Minderheiten. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hg.): *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland*. Bielefeld: Transcript, S. 359–387.

Müller, D. (2005b): Die Darstellung ethnischer Minderheiten in deutschen Massenmedien. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hg.): *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland*. Bielefeld: Transcript, S. 84–126.

Nacos, B. L. / Torres-Reyna, O. (2003): Framing Muslim-Americans before and after 9/11. In: Norris, P. / Kern, M. / Just, M.: *Framing Terrorism*. New York: Routledge.

Neuwöhner, U. / Ruhrmann, G. (1998): Das Interesse der Radiohörer an Ausländerthemen. Ergebnisse einer repräsentativen Studie in Baden-Württemberg. In: Meier-Braun, K.-H. / Kilgus, M. (Hg.): *Migration 2000 – Perspektiven für das 21. Jahrhundert*. Baden-Baden: Nomos, S. 109–132.

Nier, T. / Böke, K. (2004): Diskursanalyse unter linguistischer Perspektive – am Beispiel des Migrationsdiskurses. In: Keller, R. / Hirsland, A. / Schneider, W. / Viehöver, W. (Hg.): *Handbuch sozialwissenschaftliche Diskursanalyse*. Bd. 2, *Forschungspraxis*, Wiesbaden: Verlag Sozialwissenschaften, S. 325–352.

Noelle-Neumann, Elisabeth (1963): *Umfragen in der Massengesellschaft*. Reinbek: Rowohlt.

Oliver, M. B. / Fonash, D. (2002): Race and Crime in the News: White's Identification and Misidentification of Violent and Nonviolent Criminal Suspects. In: *Media Psychology*, 4, S. 137–156.

Ortmer, C. (2007): Tatort: Migration – Das Thema Einwanderung in der Krimireihe Tatort. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 55, S. 5–23.

Pettigrew, T. F. (1998): Intergroup Contact Theory. In: *Annual Review of Psychology*, 49, S. 65–85.



Reese, S. D. / Gandy, O. H. / Grant, A. E. (Hg.) (2001): *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah (NJ): Lawrence Erlbaum.

Reuband, K.-H. (2002): Frageformen, themenspezifische Sensibilitäten und Antwortmuster: Wie Fragen in Statementform und in Form dichotomer Antwortvorgaben Antwortmuster beeinflussen. In: *ZA-Information*, 51, S. 82–99.

Ruhrmann, G. (1991): Zeitgeschehen à la carte. Ereignis, Nachricht und Rezipient. In: *DIFF* (Hg.): *Funkkolleg Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit*. Studienbrief 6. Weinheim: Beltz, S. 49–80.

Ruhrmann, G. (1993): Die Konstruktion des „Fremden“ in den Medien. In: Jäger, S. / Link, J. (Hg.): *Die vierte Gewalt*. Duisburg: Diss, S. 190–212.

Ruhrmann, G. (2002): *The Stranger. Minorities and their treatment in the German Media*. In: Atkins, J. (Hg.): *The Mission. Journalism, Ethics and the World*. Iowa: Iowa State University Press, S. 79–90.

Ruhrmann, G. (2005a): Nachrichten zum Fürchten. In: *Message*, 7(1), S. 94–96.

Ruhrmann, G. (2005b): Aktualität und Publizität revisited: Nachrichtenfaktoren und Beachtungsgrad. Von TV-Meldungen am Beispiel des Themas „Migranten“. In: Wienand, E. / Scholl, A. / Westerbarkey, J. (Hg.): *Kommunikation über Kommunikation*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 67–82.

Ruhrmann, G. (2005c): Info mit -tainment. In: *ZDF* (Hg.): *Info ohne -tainment?* Mainz, S. 71–92.

Ruhrmann, G. (2006): „Vergreist, verarmt, verdimmt“? Nachrichten aus Ostdeutschland. In: Strauß, B. / Geyer, M. (Hg.): *Psychotherapie in Zeiten der Globalisierung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, S. 243–259.

Ruhrmann, G. / Kollmer, J. (1987): *Ausländerberichterstattung in der Kommune*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Ruhrmann, G. / Kollbeck, J. / Möltgen, W. / Sievert, H. / Fazlic, N. / Thanscheidt, G. / Joepgen, M. (1995): *Das Bild der Ausländer in der Öffentlichkeit*. Opladen: Leske + Budrich.

Ruhrmann, G. / Kollbeck, J. / Möltgen, W. (1996): „Fremdverstehen“. Medienberichterstattung, Fremdenfeindlichkeit und die Möglichkeit der Toleranzkampagnen. In: *Publizistik*, 41, S. 33–50.

Ruhrmann, G. / Nieland, J.- U. (2001): Integration durch Medien? In: *Hamburgische Anstalt für neue Medien (HAM): Medien, Migration, Integration*. Hamburg: HAM, S. 111–124.

Ruhrmann, G. / Sommer, D. / Uhlemann, H. (2006): TV-Nachrichtenberichterstattung über Migranten – von der Politik zum Terror. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hg.): *Integration durch Massenmedien: Medien und Migration im internationalen Vergleich*. Bielefeld: Transcript, S. 45–75.

Ruhrmann, G. / Sommer, D. (2005): Migranten in den Medien – von der Ignoranz zum Kontakt? In: *Zeitschrift für Ausländerrecht und Ausländerpolitik*, 25, S. 123–127.

Ruhrmann, G. / Woelke, J. / Maier, M. / Diehlmann, N. (2003): *Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren*. Opladen: Leske + Budrich.

Scheufele, B. (2003): *Frames – Framing – Framing-Effekte*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Scheufele, B. (2004): Framing-Effekte auf den Prüfstand. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 52, S. 30–55.

Scheufele, B. (2006): Frames, schemata, and news reporting. In: *Communications*, 31, S. 65–84.

Schiappa, E. / Gregg, P. B. / Hewes, D. E. (2005): *The parasocial contact hypothesis*. *Communication Monographs*, 72, S. 92–115.

Schütze, F. / Meinefeld, W. / Springer, W. / Weymann (1973): *Grundlagentheoretische Voraussetzungen methodologisch kontrollierten Fremdverstehens*. In: *Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hg.) (1973): Alltagswissen und Interaktion*, 2. Bd. Reinbek: Rowohlt, S. 433–494.

Schnell, R. / Hill, P. B. / Esser, E. (2005): *Methoden der empirischen Sozialforschung*. München: Oldenbourg.

- Siegelman, L. / Niemi, R. G. (2001): Innumeracy about Minority Populations. African Americans and Whites Compared. In: *Public Opinion Quarterly*, 65, S. 86–94.
- Shoemaker, P. / Reese, S. (1996): *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content*. London: Longman.
- Shoemaker, P. J. / Cohen, A. A. (2006): *News around the World. Contents, Practitioners and the Public*. New York: Routledge.
- Simon, E. / Hammeran, R. (2006): Wie wirkt Wut? Ergebnisse einer qualitativen Studie mit deutschen und türkischstämmigen Jugendlichen zum WDR-Fernsehfilm *Wut*. In: WDR (Hg.): *Zwischen den Kulturen. Fernsehen, Einstellungen und Integration junger Erwachsener mit türkischer Herkunft in NRW*. Köln: WDR, S. 48–55.
- Simon, E. / Kloppenburg, G. (2007): Das Fernsehpublikum türkischer Herkunft – Fernsehnutzung, Einstellungen und Programmerwartungen. In: *Media-Perspektiven*, 3/2007, S. 142–152.
- Sommer, D. / Ruhrmann, G. (2007): Oughts and ideals. Framing Migrants in TV-News. Paper submitted for publication.
- Stocké, V. / Becker, B. (2004): Determinanten und Konsequenzen der Umfrageeinstellung. In: *ZUMA-Nachrichten*, 54, S. 89–116.
- Trautmann, S. (2006): „Terrorismus“ und „Islamismus“ als Medienthema. Neue Bedeutungslinien im öffentlichen Diskurs zur Politik der inneren Sicherheit. In: Butterwege, C. / Hentges, G. (Hg.): *Massenmedien, Migration und Integration. Herausforderungen für Journalismus und politische Bildung*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 139–150.
- Trebbe, J. / Weiß, H.-J. (2007): Integration als Mediennutzungsmotiv. Eine Typologie junger türkischer Erwachsener in Nordrhein-Westfalen. In: *Media-Perspektiven*, 3/2007, S. 136–141.
- Van Dijk, T. A. (1988): *News Analysis*. Hillsdale (NJ): Lawrence Erlbaum.
- Van Dijk, T. A. (1991): *Racism and the Press*. London: Routledge.
- Van Dijk, T. A. (1993): *Elite Discourse and Racism*. Newbury Park (CA): Sage.
- Van Dijk, T. A. (2000): Parliamentary Debates. In: Wodak, R. / van Dijk, T. A. (Hg.):

*Racism at the top*. Wien: Austrian Federal Ministry of Education, Science and Culture, S. 45–78.

WDR (Hg.) (2006): *Zwischen den Kulturen. Fernsehen, Einstellungen und Integration junger Erwachsener mit türkischer Herkunft in NRW*. Köln: WDR.

Weber-Menges, S. (2005): Die Wirkungen der Präsentation ethnischer Minderheiten in deutschen Medien. In: Geißler, R. / Pöttker, H. (Hg.): *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland*. Bielefeld: Transcript, S. 127–184.

Wright, S.C. / Aron, A. / McLaughlin-Volpe, T. / Ropp, S.A. (1997): The extended contact effect: Knowledge of cross-group friendships and prejudice. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, S. 73–90.

Weiß, H. J. / Trebbe, J. (2002): Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland. In: Meier-Braun, K. H. / Kilgus, M. A. (Hg.): *Integration durch Politik und Medien?* Baden-Baden: Nomos, S. 45–48.

Windgasse, T. (2007): Die Radionutzung von Migranten im Kontext anderer Medien. Ergebnisse einer Repräsentativstudie in Nordrhein-Westfalen. In: *Media Perspektiven*, 3/2007, S. 153–162.

ZDF (2006): *Die Darstellung von Migranten und Integration in den ZDF-Programmen: Status Quo und Perspektiven*. Mainz: ZDF.

Zeman, P. (2005): *Ältere Migranten in Deutschland. Befunde zur soziodemographischen, sozioökonomischen und psychosozialen Lage sowie zielgruppenbezogene Fragen der Politik- und Praxisfeldentwicklung*. Berlin: Deutsches Zentrum für Altersfragen.

Zentrum für Türkeistudien (Hg.) (1995): *Migration und Emanzipation*. Opladen: Leske + Budrich.

Zubayr, C. / Geese, S. (2005): Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht. In: *Media Perspektiven*, 4/2005, S. 152–162.

## Anhang 1: Skalendokumentation zum Fragebogen für die Feldbefragung (vgl. Kapitel 4)

### Fragebogen Rezipientenbefragung: Skalendokumentation

Items	Skalename und Autoren
I.	Selektionsaufgabe
II.	Free recall: Ereignis, Personen, Orte
II.	Recognition: Details, Ursachen, Folgen
IV.	Einschätzung: Semantisches Differential
V.	
1–11	Unspezifische Fremdenfeindlichkeit (N. Kämpfe)
12–18	Patriotismus (S. Otten)
19–27	Right Wing Authoritarianism/ Autoritarismus (B. Altemeyer)
28–38	Social Dominance Orientation/ Soziale Dominanzorientierung (Sidanius, J. & Pratto, F.)
39–51	Akkulturation (van Dick, R. et. al)
52–73	Blatant and Subtle Prejudice Scale (Pettigrew, T.F.)
74–75	Anteilsschätzung (ZUMA)
76–79	Kontakt zu Ausländern/ Deutschen real und vorstellbar (ZUMA + eigene Ergänzung)
80–85	Mediennutzung, Nachrichtenrezeption (selbstkonstruiert & angelehnt an Themenprofile bei Krüger, U.M. <sup>23</sup> ) + Fragen der SWR-Medienforschung
86	Soziodemographie (selbstkonstruiert i. Anlehnung a. verschiedene Instrumente)

<sup>23</sup> Krüger, Udo Michael: Halbjahresbilanz 2005 des InfoMonitors. Themenprofile deutscher Fernsehnachrichten, in: [http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/07-2005\\_krueger.pdf?foid=15018](http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/07-2005_krueger.pdf?foid=15018)

### Quellennachweise für die verwendeten Skalen und Items:

#### Fragenkomplexe I-IV:

Angelehnt an Fragen aus einschlägigen Studien zur Nachrichtenrezeption, semantisches Differential angelehnt an Inhaltsanalyse im DFG-Projekt „Nachrichtenauswahl und –wirkung der Berichterstattung über Migranten“

#### Literatur:

Brosius, H.-B. (1995). Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption: Ein Modell zur Wahrnehmung und Verarbeitung von Nachrichteninhalten. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Ruhrmann, G. (1989). Rezipient und Nachricht. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Ruhrmann, G., Sommer, D. & Uhlemann, H. (2006). TV-Nachrichtenberichterstattung über Migranten – von der Politik zum Terror. In R. Geißler & H. Pöttker (Hrsg.), Integration durch Massenmedien: Medien und Migration im internationalen Vergleich. (Bd. 17, S. 45–75). Bielefeld: Transcript.

Ruhrmann, G., Woelke, J., Maier, M. & Diehlmann, N. (2003). Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ein Modell zur Validierung von Nachrichtenfaktoren. (Bd. 45). Opladen: Leske + Budrich.

#### Fragenkomplex V:

Angelehnt an Fragen aus einschlägigen Studien zur Einstellungsforschung im Themenbereich Diskriminierung und Toleranz, Intergruppenkonflikt, Skalen sind sowohl in zahlreichen wissenschaftlichen Studien (vornehmlich Persönlichkeits- und Sozialpsychologie) als auch in der Demoskopie (besonders ALLBUS) vielfach eingesetzt worden.

#### Literatur:

##### Unspezifische Fremdenfeindlichkeit

Kämpfe, N. (2002). Persönlichkeit, soziale Einstellungen und Fremdenfeindlichkeit: Eine empirische Untersuchung mit Selbst- und Bekannteneinschätzung. Diplomarbeit, Institut für Psychologie an der Friedrich-Schiller-Universität Jena.

Kämpfe, N. (2005). Konstruktvalidierung von sozialen Einstellungen aus impliziten und expliziten Einstellungsmessungen. Dissertationsschrift. Jena: Thüringer Universitäts- und Landesbibliothek.

##### Patriotismus

Otten, S. (2002). ‚Me‘ and ‚us‘ or ‚us‘ and ‚them‘? – The self as heuristic for defining novel ingroups. In: W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.) *European Review of Social Psychology*, Volume 13 (pp. 1–33). Philadelphia: Psychology Press.

Otten, S. (2005). The in-group as part of the self: Reconsidering the link between social categorization, in-group favoritism and the self-concept. In A. Alicke, D. Dunning, & J. Krueger (Eds.), *The self in social perception* (pp. 241–265). Philadelphia: Psychology Press.

### Right Wing Authoritarianism/ Autoritarismus

Altemeyer B. (1988). *Enemies of Freedom: Understanding Right-Wing Authoritarianism*. Jossey-Bass: San Francisco.

Altemeyer B. (1998). The other 'authoritarian personality'. *Advances in Experimental Social Psychology* 30: 47–91.

Heaven, P.C. L. & Bucci, S. (2001). Right-Wing Authoritarianism, Social Dominance Orientation and Personality: An Analysis Using the IPIP Measure. *European Journal of Personality*, 15, 49–56.

Hebler, M., Booh, A.T., Wiczorek, S. & Schneider, J.F. (2004). Eine deutsche Version der Right-Wing-Autoritarismusskala von Altemeyer. In A. Glöckner-Rist (Hrsg.), *ZUMA-Informationssystem. Elektronisches Handbuch sozialwissenschaftlicher Erhebungsinstrumente. ZIS Version 8.00*. Mannheim: Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen.

### Social Dominance Orientation/ Soziale Dominanzorientierung

Pratto, F., Sidanius, J., Stallworth, L.M. & Malle, B.F. (1994). Social dominance orientation: a personality variable in predicting social and political attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 741–763.

Sidanius, J. (1993). The psychology of group conflict and the dynamics of oppression: a social dominance perspective. In S. Iyengar & W. McGuire (Eds.), *Explorations in Political Psychology*. Duke University Press: Durham, NC.

### Akkulturation

van Dick, R., Wagner, U., Adams, C. & Petzel, T. (1997). Einstellungen zur Akkulturation: Erste Evaluation eines Fragebogens an sechs deutschen Stichproben. *Gruppendynamik*, 28, 83–92.

Blatant and Subtle Prejudice Scale/ Offenes und subtiles Vorurteil

Pettigrew, T.F. & Meertens, R.W. (1995). Subtle and blatant prejudice in Western Europe. *European Journal of Social Psychology*, 25, 57–75.

Ausländeranteilsschätzung

ZA/ZUMA (2004): Ausländeranteilsschätzung für Ost und West-deutschland. In A. Glöckner-Rist (Hrsg.), *ZUMA-Informationssystem. Elektronisches Handbuch sozialwissenschaftlicher Erhebungsinstrumente. ZIS Version 8.00*. Mannheim: Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen.

### Kontakt zu Ausländern real und vorstellbar

ZA/ZUMA (2004). Kontakt zu Ausländern. In A. Glöckner-Rist (Hrsg.), *ZUMA-Informationssystem. Elektronisches Handbuch sozialwissenschaftlicher Erhebungsinstrumente. ZIS Version 8.00*. Mannheim: Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen. + eigene Ergänzung

### Rechts-Links-Selbsteinschätzung

ZA/ZUMA (2002). Links-Rechts-Selbsteinstufung. In A. Glöckner-Rist (Hrsg.), *ZUMA-Informationssystem. Elektronisches Handbuch sozialwissenschaftlicher Erhebungsinstrumente. Version 6.00*. Mannheim: Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen.

## Anhang 2: Tabellenanhang

Tabelle A1: Herkunft\* der Befragten

		N
	<b>Deutschland</b>	138
	(davon in ...)	
	Neue BL	38
	Alte BL	100
... <b>Europa</b>	Ausland	90
	(davon in ...)	
	Kroatien	11
	Türkei	9
	Portugal	8
	Ukraine	8
	Bosnien	3
	Italien	3
	Polen	3
	Albanien	2
	Frankreich	2
	Andere**	9
... <b>(Südost-)Asien</b>	Russland (ehem. UdSSR)	11
	Irak	2
	Syrien	2
	Usbekistan	1
	Weißrussland	1
	Tadschikistan	1
	Iran	1
	Israel	1
	Andere***	3
... <b>Afrika</b>		3
... <b>Lateinamerika</b>		6

\* „Wo sind Sie überwiegend aufgewachsen?“

\*\* Niederlande, UK, Griechenland, Rumänien, Malta, Jugoslawien, Lettland, Litauen, Ungarn

\*\*\* China, Thailand, Indien

Tabelle A2: Aufenthaltsdauer der Migranten

Ich lebe in Deutschland seit ...*	
≤10	40,2% (45)
11≤20	15,2% (18)
>20	32,1% (36)
(in Dtl. geboren)	12,5% (14)

\*Angabe in Jahren

Tabelle A3: Religionszugehörigkeit\* der Befragten

	Inländer	Migranten	Gesamt
katholische Kirche	33,3% (39)	42,3% (47)	37,7% (86)
protestantische Kirche	34,2% (40)	1,8% (2)	18,4% (42)
orthodoxe Kirche	0,9% (1)	12,6% (14)	6,6% (15)
Islam	0,9% (1)	17,1% (19)	8,8% (20)
Buddhismus	-	0,9% (1)	0,4% (1)
Judentum	-	2,7% (3)	1,3% (3)
sonstige	5,2% (6)	2,7% (3)	3,9% (9)
ohne Religionszugehörigkeit	25,6% (30)	19,8% (22)	22,8% (52)

\*Fallzahlen in Klammern; ohne fehlende Werte

Tabelle A4: durchschnittliche Medienbekanntheit (Mittelwerte)\*

		gesehene TV-Sender	gehörte Rudiosender	namentlich bekannte Rudiosender	gänzlich unbekannt Rudiosender
<b>Inländer</b>	Mittelwert	13,22	4,25	3,856	3,04
	SD	3,63	2,74	2,79	2,56
N = 118					
<b>Migranten</b>	Mittelwert	10,99	2,85	2,38	3,86
	SD	5,29	2,82	2,75	4,04
N=112					

\*Fallzahlen in Klammern; ohne fehlende Werte

Tabelle A5: Mediennutzungsintensität der Befragten

	Nutzungsintensität von Medienangeboten		
	schwächer	mittel	stärker
Inländer	25,4% (30)	50,0% (59)	24,6% (29)
Migranten	43,8% (49)	42,0% (47)	14,3% (16)
Gesamt	34,3% (79)	46,1% (106)	19,6% (45)

Tabelle A6: Regelmäßig geschaute Nachrichtensendungen\* (Mehrfachnennungen)

	Inländer	Migranten	Gesamt
ARD (Tagesschau)	83,1% (98)	67,0% (75)	75,2% (173)
ZDF (heute)	67,8% (80)	61,6% (69)	64,8% (149)
RTL (RTL-Aktuell)	28,0% (33)	26,8% (30)	27,4% (63)
SAT.1 (SAT.1 18.30)	11,9% (14)	20,5% (23)	16,1% (37)
Pro7 (ProSieben Nachrichten)	12,7% (15)	17,9% (20)	15,2% (35)
Kabel (K1-Nachrichtenmagazin)	0,8% (1)	8,0% (9)	4,3% (10)
Vox (VOX-Der Tag)	-	7,1% (8)	3,5% (8)
RTL 2 (RTL2-News)	1,7% (2)	9,8% (11)	5,7% (13)
SWR (Rheinland-Pfalz aktuell)**	41,5% (49)	22,2% (36)	36,9% (85)
Andere, deutsche Nachrichten	21,2% (25)	16,2% (18)	17,6% (43)
Andere, ausländische Nachrichten	1,7% (2)	14,4% (16)	8,4% (18)
Ich schaue keine Nachrichtensendung.	5,1% (6)	7,1% (8)	6,1% (14)

\* umfasst alle präferierten Sendungen, d.h. erst-, zweit- und dritthäufigst geschaute Sendung

\*\* 19.45 und 21.45 Uhr

Tabelle A7: Kontaktintensität und -bereitschaft der Befragten\*

Kontakte Deutscher zu Ausländern ...	real		vorstellbar	
Beitrag	A		B	
... in der Familie	28,0% (30)	96,4% (53)	84,7% (50)	
... am Arbeitsplatz	68,5% (74)	98,2% (54)	92,7% (51)	
... in der Nachbarschaft	64,0% (73)	96,4% (53)	91,5% (54)	
... im Freundes-/ Bekanntenkreis	78,6% (88)	96,4% (53)	94,8% (55)	
Kontakte von Migranten zu Deutschen ...	A		B	
... in der Familie	68,3% (69)	92,7% (51)	97,8% (44)	
... am Arbeitsplatz	87,1% (88)	98,2% (54)	97,8% (44)	
... in der Nachbarschaft	86,7% (91)	98,3% (57)	97,8% (44)	
... im Freundes-/ Bekanntenkreis	91,4% (96)	98,3 (57)	100% (45)	

\*Fallzahlen in Klammern, ohne fehlende Werte

Tabelle A8: Herkunftsländer der Versuchsteilnehmer im Experiment zur Themenakzentuierung

Nationalität	Häufigkeit	Prozent
Albanien	1	0,6
Brasilien	2	1,3
Bulgarien	1	0,6
China	15	9,4
Deutschland	81	50,6
Deutschland (Aussiedler)	3	1,9
Frankreich	1	0,6
Georgien	2	1,3
Großbritannien	1	0,6
Italien	2	1,3
Japan	1	0,6
Kirgisien	1	0,6
Libyen	1	0,6
Litauen	4	2,5
Madagaskar	1	0,6
Moldau	1	0,6
Polen	3	1,9
Republik China (Taiwan)	1	0,6
Rumänien	2	1,3
Russland	7	4,4
Slowakei	1	0,6
Spanien	2	1,3
Tschechien	7	4,4
Ukraine	3	1,9
Ungarn	3	1,9
Uygur	2	1,3
Vietnam	9	5,6
Weißrussland	2	1,3

Tabelle A9: Allgemeines multivariates lineares Modell zu den Einflüssen auf die Beitragsbewertung

Unabhängige Variablen	Abhängige Variable:			
	Wie haben Sie den Beitrag empfunden?	df	F	Signifikanz
<b>Gruppe</b>	uninformativ-informativ	1	0,229	0,633
	langweilig-spannend	1	0,644	0,424
	nüchtern-emotional	1	1,219	0,271
	neutral-parteiisch	1	<b>4,956</b>	<b>0,027</b>
	positiv-negativ	1	2,440	0,120
	pessimistisch-optimistisch	1	<b>6,019</b>	<b>0,015</b>
	oberflächlich-detailgenau	1	0,066	0,798
	ernst-witzig/ironisch	1	1,900	0,170
<b>Frame</b>	uninformativ-informativ	1	0,241	0,624
	langweilig-spannend	1	0,847	0,359
	nüchtern-emotional	1	<b>5,644</b>	<b>0,019</b>
	neutral-parteiisch	1	0,051	0,822
	positiv-negativ	1	<b>12,367</b>	<b>0,001</b>
	pessimistisch-optimistisch	1	0,446	0,505
	oberflächlich-detailgenau	1	0,185	0,667
	ernst-witzig/ironisch	1	0,629	0,429
<b>Thema</b>	uninformativ-informativ	1	<b>6,028</b>	<b>0,015</b>
	langweilig-spannend	1	1,659	0,200
	nüchtern-emotional	1	0,703	0,403
	neutral-parteiisch	1	2,042	0,155
	positiv-negativ	1	0,596	0,441
	pessimistisch-optimistisch	1	0,228	0,634
	oberflächlich-detailgenau	1	<b>16,377</b>	<b>0,000</b>
	ernst-witzig/ironisch	1	<b>3,933</b>	<b>0,049</b>
<b>Frame * Thema</b>	uninformativ-informativ	1	0,241	0,624
	langweilig-spannend	1	1,659	0,200
	nüchtern-emotional	1	0,312	0,577
	neutral-parteiisch	1	0,458	0,499
	positiv-negativ	1	2,126	0,147
	pessimistisch-optimistisch	1	<b>4,820</b>	<b>0,030</b>
	oberflächlich-detailgenau	1	0,067	0,797
	ernst-witzig/ironisch	1	0,354	0,553

In der Schriftenreihe der Beauftragten der Landesregierung für Migration und Integration Rheinland-Pfalz sind bisher erschienen:

#### **Interkulturelles Lernen**

Dokumentation der internationalen Fachtagung  
28.– 30. September 1990 in Budenheim  
Mainz 1991 (vergriffen)

#### **Ausländische Jugendliche**

Bestandsaufnahme der Jugendarbeit in Rheinland-Pfalz  
Eine Expertise von Stephanie Ester und Franz Hamburger  
Mainz 1991 (vergriffen)

#### **Migration und Alter**

Kennzeichen des Alterns ausländischer Menschen  
und bevölkerungsstatistische Aspekte zur Situation in Rheinland-Pfalz  
Eine Untersuchung von Hardy Müller  
Mainz 1992 (vergriffen)

#### **Wohnort als Chance?**

Migranten in der Stadtteil- und Gemeinwesenarbeit in Rheinland-Pfalz  
Eine Expertise von Franz Hamburger und Sascha Weber  
Mainz 1996

#### **Verstehen und verstanden werden**

Probleme interkultureller Kommunikation in rheinland-pfälzischen Behörden.  
Ergebnisse einer Befragung. Von Michael Seifert  
Mainz 1996 (vergriffen)

#### **Integrieren heißt investieren**

Ökonomische Bedeutung der ausländischen Bevölkerung in Rheinland-Pfalz  
Eine Expertise von Hans Dietrich von Loeffelholz und Günter Köpp  
Mainz 1997 (vergriffen)

#### **Vielfalt leben – Stadtteil gestalten**

Die Praxis interkultureller Gemeinwesenarbeit in der Mainzer Neustadt  
Von Nurhayat Canpolat, Doris Hormel und Mechthild Lehnen  
Mainz 1998

#### **Interkulturelle Anstöße**

10 Jahre Projekt Interkulturelle Pädagogik im Elementarbereich (IPE)  
Vorgestellt von Otto Filtzinger und Ellen Johann  
Mainz 1999 (vergriffen)

#### **In Zukunft auf eigenen Füßen**

Bildungsmöglichkeiten und Bildungschwierigkeiten bei Migrantinnen der zweiten Generation  
Eine Studie von Merle Hummrich  
Mainz 2001

#### **Klimmzüge im Amt? Es geht auch ohne!**

Interkulturelle Kompetenz für Führungskräfte in der öffentlichen Verwaltung.  
Ein Pilotprojekt  
Mainz 2003

#### **Ausländerbeiräte in der Krise?**

Einflussgrößen der Wahlbeteiligung bei Ausländerbeiratswahlen in Rheinland-Pfalz  
Eine Untersuchung von Claudio Caballero  
Mainz 2003  
Liegt in einer Lang- und Kurzfassung vor



# 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: Klaus Mustermann

Druck: Druckerei Mustermann

Stand: 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.