



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

Bosnische Diaspora in Österreich

-

Muttersprachenmedien in Prozess der
Identitätsentwicklung und Integrationsförderung
bei der zweiten Migrantengeneration

Verfasserin

Mag.phil. Amila Ćato, Bakk.phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt: 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Magisterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin: Dr. Petra Herczeg

Danksagung

Meine Eltern

Auch meinen zweiten Universitätsabschluss habe ich hauptsächlich meinen Eltern, meiner Mutter Mesuda Ćato und meinem Vater Dipl.Ing. Rifet Ćato zu verdanken. Ohne Eure Unterstützung wäre mir all dies nie möglich gewesen.

Meine bessere Hälfte, mein Freund Dipl.Ing.Emil Hasečić

Dir täglich dafür zu danken, dass Du immer für mich da warst, würde niemals reichen, um Dir meine Dankbarkeit auszudrücken. Während meines gesamten Studiums haben mich Deine Unterstützung und Deine Liebe immer wieder vorangetrieben.

Meine Betreuerin

Vielen lieben Dank, Frau Professor Dr. Petra Herczeg. Als meine Betreuerin haben mir Ihre Ratschläge immer wieder geholfen.. Ich schätze Ihre Zeit, die Sie sich für mich immer wieder genommen haben, sehr.

An alle

Zuguter letzt Danke an alle anonymen Teilnehmer, die am Fragebogen mitgemacht haben. Ihr alle seid Teil dieser Arbeit.

*Wir haben nicht nur in der Sprache,
sondern auch im Denken und Fühlen
den Akzent unseres Landes.*

François de La Rochefoucauld

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere:

dass ich die Magisterarbeit selbstständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfsmittel bedient habe.

dass ich dieses Magisterarbeitsthema bisher weder im In- noch im Ausland (einer Beurteilerin/ einem Beurteiler zur Begutachtung) in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

dass diese Arbeit mit der vom Begutachter beurteilten Arbeit übereinstimmt.

Datum

Unterschrift

THEORIE

1	EINLEITUNG	1
1.1	ERKENNTNISINTERESSE UND PROBLEMSTELLUNG	1
1.2	AUFBAU DER ARBEIT	2
1.3	METHODE	3
2	MINDERHEITEN IN DER AUFNAHMEGESELLSCHAFT	4
2.1	MIGRATION	4
2.1.1	TYPOLOGIE DER MIGRATION	5
2.2	FLÜCHTLING VS. MIGRANT	5
2.3	ETHNISCHE MINDERHEIT	7
2.4	VOLK	8
2.5	INTEGRATION - ASSIMILATION – AKKOMMODATION – AKKULTURATION	8
2.6	MULTIKULTURELLE GESELLSCHAFT	12
2.7	GLOBALISIERUNG	13
2.8	DIASPORA	14
3	ZUR KONSTRUKTION VON IDENTITÄT	15
3.1	ETHNIZITÄT	15
3.2	ZUM IDENTITÄTSBEGRIFF	16
3.2.1	NATIONALE/ ETHNISCHE IDENTITÄT	16
3.2.2	KOLLEKTIVE IDENTITÄT	17
3.2.3	SOZIALE IDENTITÄT	18
3.2.4	PERSONALE IDENTITÄT	19
3.2.5	SPRACHLICHE IDENTITÄT	20
3.3	IDENTITÄT IN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT	21
3.3.1	IDENTITÄT ALS GESELLSCHAFTLICHER PROZESS. GEORGE HERBERT MEAD.	21
3.3.2	IDENTITÄT ALS GEFÜHL: ERIK HOMBURGER ERIKSON	23
3.4	Globale Folgen für die Identitätskonstruktion	25
3.4.1	HYBRIDE IDENTITÄTEN	26
3.5	ZUM KULTURBEGRIFF	28
3.5.1	MULTIKULTURALITÄT ALS FOLGE VON MIGRATION UND IHRE AUSWIRKUNGEN AUF DIE IDENTITÄTSKONSTRUKTION	29

4	MUTTERSPRACHENMEDIEN	31
4.1	ZUR BEGRIFFSBESTIMMUNG	31
4.1.1	ETHNOMEDIEN/ MINDERHEITENMEDIEN	31
4.1.2	ALTERNATIVMEDIEN	32
4.1.3	TRANSKULTURELLE MEDIEN	33
4.1.4	MUTTERSPRACHENMEDIEN AUS DEM HEIMATLAND	34
4.2	VORAUSSETZUNG FÜR DIE ENTSTEHUNG VON MINDERHEITENMEDIEN	35
4.3	STRUKTURMERKMALE VON MINDERHEITENMEDIEN	36
4.4	ZUM VERHÄLTNIS VON ETHNOMEDIEN UND MAINSTREAMMEDIEN	37
4.5	FUNKTIONEN VON MASSENMEDIEN	40
4.5.1	DIE FUNKTIONEN DER MUTTERSPRACHENMEDIEN	43
5	IDENTITÄTSKONSTRUKTION DURCH MEDIEN	48
5.1	MEDIENWIRKUNG	48
5.1.1	USES-AND-GRATIFIKATIONS-APPROACH	48
5.2	MEDIALE INTEGRATION	50
5.3	MEDIENNUTZUNGSTYPEN	52
5.3.1	TYOLOGIE VON MEDIENNUTZUNG UND KULTURELLER ORIENTIERUNG	52
5.3.2	MEDIENNUTZUNGSTYOLOGIE UND POLITISCH-KULTURELLE INTEGRATION	53
5.3.3	MEDIENNUTZUNG VON MIGRANTEN	55
5.3.4	EINFLUSSFAKTOREN MEDIENNUTZUNG	56
5.4	SOZIALISATIONSINSTANZ MEDIEN – DIE „VIERTE MACHT“	56
5.5	MEDIALE KONSTRUKTION VON IDENTITÄT	58
5.6	DIE ROLLE DER SPRACHE BEI DER MEDIENNUTZUNG	60
6	ZWISCHEN ZWEI WELTEN – ZWEITE MIGRANTENGENERATION IN ÖSTERREICH	62
6.1	DIE ZWEITE GENERATION	62
6.1.1	DIE ROLLE DER FAMILIE	63
6.1.2	DAS SOZIALE UMFELD	63
6.1.3	DIASPORAGEMEINSCHAFT	64
6.2	KULTURKONFLIKTTHESE	65
6.2.1	DREI-GENERATIONEN-MODELL	66
6.2.2	MARGINAL MAN	67
6.3	BI-LINGUISMUS, BI-KULTURALISMUS UND BI-IDENTITÄT?	69
6.4	MEDIALE BEDÜRFNISSE VON MIGRANTEN	70

6.5	ORF-STUDIE	72
6.6	DAS ÖSTERREICHISCHE MEDIENSYSTEM	73
6.6.1	INTERNATIONALE UND EUROPÄISCHE RAHMENBEDINGUNGEN	74
6.7	DAS MEDIENSYSTEM BOSNIENS	75
6.8	MUTTERSPRACHLICHES MEDIENANGEBOT IN ÖSTERREICH	77
6.8.1	TV	77
6.8.2	RADIO	78
6.8.3	PRINTMEDIEN	79
6.8.4	INTERNET	82
7	FORSCHUNGSÜBERBLICK	84

EMPIRIE

8	EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG	87
8.1	METHODENDESIGN	87
8.2	FORSCHUNGSFRAGEN	87
8.3	OPERATIONALISIERUNG	89
9	UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE	93
9.1	STICHPROBENBESCHREIBUNG	93
9.2	ERGEBNISSE	94
9.3	ZUSAMMENFASSUNG	111
10	FAZIT	116
11	LITERATURVERZEICHNIS	118
12	ANHANG	126
12.1	SPSS TABELLEN	126
12.2	FRAGEBOGEN	183
12.3	ABSTRACT	190
12.4	CURRICULUM VITAE	191

1 Einleitung

1.1 Erkenntnisinteresse und Problemstellung

Das Leben der Jugendlichen mit Migrationshintergrund im 21. Jahrhundert wird von zwei wesentlichen Themen beeinflusst: Migration und Medien.

In einem täglichen Kampf – auf der einen Seite um ihre (soziale, politische) Integrationsleistung in Österreich – auf der anderen um Zuschreibungsprozesse während der Identitätsfindung - sehen sich die jungen Menschen zudem noch mit einem weiteren Problem konfrontiert: Der Boom der Ethnomedien, ausgelöst sowohl durch die Ausbreitung des Satellitenfernsehens als auch der medialen Digitalisierung, hat zur Befürchtung geführt, dass Migranten vor allem ihre muttersprachlichen Medien nutzen und sich somit gegenüber deutschsprachigen Medien abschotten. Durch diese neuen Kommunikationstechnologien haben Migranten verschiedene Möglichkeiten, Medienangebote aus dem Heimatland zu empfangen. Dies ermöglicht ihnen eine ununterbrochene Bindung zum Herkunftsland.

Die Hinwendung zu heimat Sprachlichen Medien wird in Wissenschaft und Politik allerdings unterschiedlich bewertet. Im Fokus stehen dabei vor allem das Thema Isolation gegen Integration. Befürworter sind der Meinung, dass Muttersprachenmedien die Identität der neuen Minderheiten stabilisieren und sie sich dadurch besser integrieren können. Es hat sich aber auch die These eines Medienghettos bzw. einer Parallelgesellschaft entwickelt. Diese hätten zur Folge, dass Menschen mit Migrationshintergrund in ihrer Herkunftskultur verhaftet bleiben und dadurch die Integration, welche sich vor allem auch in der Sprachkompetenz definiert, gehemmt wird.

Dabei wird den Medien vor allem deswegen Bedeutung geschenkt, weil sie wichtige Faktoren, die Einstellungen, Urteile und Wissen vermitteln. Ihnen wird neben Legislative, Exekutive und Judikative die „vierte“ Macht zugeschrieben. Somit tragen Sie durch die Bereitstellung und Vermittlung bestimmter Inhalte zur Meinungsbildung und Sozialisation bei. In der Wissenschaft sind vor allem Jugendlichen zum Forschungsschwerpunkt geworden, da mediale Inhalte im Prozess der affektiven und kognitiven Entwicklung eingreifen.

Da die Wirkungsfunktion der Medien oftmals bestätigt wurde, ist insbesondere der Wirkungsweise der Ethnomedien bei der zweiten Migrantengeneration, dessen Lebensphase vor allem durch die Frage der Zugehörigkeit in der Identitätsentwicklung gekennzeichnet ist,

nachzugehen. Medien spielen bei Jugendlichen deswegen eine so starke Rolle, weil sie im Kontext des Hineinentwickelns in die Gesellschaft einen essentiellen Platz einnehmen.

Somit ist es Ziel dieser Arbeit herauszufinden, welche Stelle Muttersprachenmedien in einer durch kulturelle Spaltung gekennzeichneten Lebensphase der zweiten Migrantengeneration, einnehmen. Dabei soll die Frage nach der Integrationsleistung mithilfe der Theorie beantwortet werden.

Hinweis im Sinne des Gleichbehandlungsgesetzes

Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wird auf eine geschlechtsspezifische Differenzierung der Sprache verzichtet. Mit der männlichen Form sind im Sinne des Gleichbehandlungsgesetzes grundsätzlich auch weibliche Personen gemeint.

1.2 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Magisterarbeit aus zwei Teilen.

Der erste Teil dient den theoretischen Grundlagen und beschäftigt sich im zweiten Kapitel „Minderheiten in der Aufnahmegesellschaft“ mit allgemeinen Problemen der Menschen mit Migrationshintergrund im Aufnahmeland: Migration, Integration, Assimilation, Akkommodation, Segregation. Darüber hinaus werden wichtige Themen wie Globalisierung in Bezug gebracht, das Phänomen der Diaspora beschrieben und der Begriff „multikulturelle Gesellschaft“ als aktueller Stand definiert.

Im dritten Kapitel „Konstruktion der Identität“ werden die verschiedenen Identitätsbegriffe wie nationale, kollektive, soziale, personale und sprachliche Identität näher erläutert um zur wichtigsten Identitätskonstruktion zu gelangen: hybride Identität. Ergänzend wird Identität aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht beleuchtet. Folglich wird über die Auswirkungen der Multikulturalität auf die Identität diskutiert.

Kapitel vier hat „Muttersprachenmedien“ zum Inhalt. Hier werden die verschiedenen Formen muttersprachlicher Medien präsentiert und ihre Entwicklung in Kurzfassung präsentiert. Schwerpunkt dieses Kapitels bilden die Unterkapitel über das Verhältnis, Strukturmerkmale und Funktion von Mainstreammedien und bosnischen Medien.

Das Kapitel „Identitätskonstruktion durch Medien“ soll an die Forschungsfragen heranzuführen. Es wird rund um das große Thema des Einflusses der Medien auf die Identität diskutiert. Dabei wird vor allem die Rolle der Sprache bei der Mediennutzung hervorgehoben.

Im umfangreichen sechsten Kapitel „Zwischen zwei Welten – Migranten und Medien in Österreich“ wird auf die Zielgruppe, Jugendliche mit bosnischem Migrationshintergrund eingegangen. Es werden die verschiedenen Einflussfaktoren wie Familie, Schule und Freunde erörtert, ihre Situation wird theoretisch durch das Drei-Generationen-Modell und die Marginalitätstheorie fundiert und wichtige Diskussionsansätze über ihre bikulturelle und bilinguale Persönlichkeit gegeben. Außerdem wird der Frage, ob Migranten spezielle mediale Bedürfnisse aufweisen, nachgegangen. Ferner wird das muttersprachliche Medienangebot in Österreich durch Recherche ausführlich geschildert.

„Forschungsüberblick“ , das siebte und letzte Kapitel des Theorieteils zeigt die wichtigsten Entwicklungen im Bereich Medien und Migration auf.

Der empirische Teil umfasst die Kapitel empirische Untersuchung (Beschreibung des Vorgehens, Auflistung der Forschungsfragen, Operationalisierung), Untersuchungsergebnisse (Falsifikation bzw. Verifikation der Hypothesen) sowie das Fazit. Dieses beinhaltet ein Conclusio sowie das Aufzeigen der wichtigsten Zusammenhänge von Theorie und Empirie.

1.3 Methode

Für den empirischen Teil wurde der quantitative Fragebogen als Methode gewählt. Mit seiner Hilfe soll eine Antwort auf die Forschungsfragen „Welche Rolle nehmen Muttersprachenmedien bei der Identitätsbildung von Migranten der zweiten Generation ein und welchen Beitrag leisten diese zur Integration?“ gegeben werden. Dabei wird die Hauptforschungsfrage in zwei Forschungsfragen heruntergebrochen: „Welche Rolle spielt die Medienwahl der Jugendlichen?“ und „Aus welchem Grund rezipieren Jugendliche Muttersprachenmedien?“. Der Fragebogen soll sowohl möglichst repräsentative als auch genaue Resultate geben. Die Ergebnisse werden mittels SPSS analysiert und interpretiert. Dabei wird der Fragebogen für alle Migranten der zweiten Generation im Alter von 14-20 mit der Bedingung, dass ihre Eltern aus Bosnien stammen und die Jugendlichen selbst in Österreich geboren wurden, online zur Verfügung gestellt.

2 Minderheiten in der Aufnahmegesellschaft

In diesem Kapitel sollen alle wichtigen Begriffe, die eine Minderheitensituation im Aufnahmeland beschreiben, definiert werden.

2.1 Migration

Der Begriff Migration wird im Allgemeinen als Wanderung oder als Bewegung von Menschen zwischen Gesellschaften und Regionen verstanden.

Es ist ein „... auf Dauer angelegter bzw. dauerhaft werdender Wechsel in eine andere Gesellschaft bzw. in eine andere Region von einzelnen oder mehreren Menschen“ (Treibel 2003, S. 21).

Damit ist aber nicht nur eine räumliche Bewegung, also eine Ortsveränderung von Menschen gemeint, sondern auch eine Verlagerung des Lebensmittelpunktes. Nach Treibel (vgl. ebd., S.13) sind Wanderungen gravierende soziale Einschnitte

- für die betroffenen Individuen, deren Orientierungen, Verhaltensweisen und sozialen Kontexte;
- für die betroffenen Gruppen, zu denen der/die Wandernde entweder gehört hat, aktuell gehört bzw. sich zugehörig fühlt und auf die er/sie bei der Ankunft stößt;
- für die aufnehmende und für die abgebende Gesellschaft.

Die Auswanderungsgründe werden in der Migrationsforschung in Push- und Pull-Faktoren, also Druck- und Sogfaktoren (vgl. Brockhaus 1998, S.618), unterteilt. Push-Faktoren sind Kriege, miserable Arbeitsbedingungen oder Armut bzw. Umweltkatastrophen (u.a.). Pull-Faktoren bezeichnen hingegen die Möglichkeiten und Aussichten auf ein besseres Leben, an einem stabilen Arbeitsmarkt bzw. Ausbildungsplatz.

Der Großteil der Mitglieder der bosnischen Minderheit sind somit Menschen, die durch den Push-Faktor Krieg in Hoffnung auf besseres Leben (Pull-Faktor) ihren Lebensmittelpunkt nach Österreich verlagert haben. Im Zusammenhang der vorliegenden Arbeit betrifft dies aber nur die erste Migrantengeneration, da die hier ausgewählte Zielgruppe der zweiten Generation angehört und somit „nicht selbst migrierte“ da sie in Österreich geboren wurde.

2.1.1 Typologie der Migration

Was die Typen (vgl. Treibel 2003, S.20) von Migration(-sbewegungen) angeht, so können folgenden vier „Haupttypen“ genannt werden:

- Räumlicher Aspekt: Hier wird zwischen Binnenwanderung oder interner Wanderung (von Land in die Stadt) und zwischen internationaler oder externer Wanderung unterschieden. Des Weiteren wird die externe Wanderung in eine kontinentale und eine inkontinentale Wanderung zergliedert.
- Der zeitliche Aspekt wird in begrenzte und temporäre Wanderungen (etwa der Saisonarbeiter) und dauerhafte und permanente Wanderungen (Aus- bzw. Einwanderung bzw. Niederlassung) unterteilt
- In Hinsicht auf die Wanderungsentscheidung oder Wanderungsursache unterscheidet man zwischen der freiwilligen (Arbeitsmigration) und der erzwungenen (Fluchtmigration, Vertreibung) Wanderung.
- Unter dem Aspekt des Umfanges der Migration wird zwischen Einzel- bzw. Individualwanderung, Gruppen- oder Kollektivwanderung und Massenwanderung unterschieden.

Allerdings wird diese Unterscheidung nicht allgemein anerkannt- sondern vielmehr umstritten, da die Motive der Wandernden immer wieder Gegenstand politischer, juristischer und moralischer Urteile sind.

Die bosnische Diaspora (oder zumindest der Großteil davon) wurde im Jugoslawienkrieg aus Bosnien vertrieben (Fluchtmigration) und ist meistens durch eine dauerhafte Niederlassung gekennzeichnet. Bosnische Flüchtlinge sind sowohl in Form von Individualwanderungen als auch in Gruppen ausgewandert.

2.2 Flüchtling vs. Migrant

Der Genfer Flüchtlingskonvention zufolge aus dem Jahre 1951 ist ein Flüchtling jemand, der

„sich aus der begründeten Flucht vor Verfolgung wegen ihrer Rasse, Religion, Nationalität, Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Gruppe oder wegen ihrer politischen Überzeugung außerhalb des Landes befindet, dessen Staatsangehörigkeit sie besitzt, (...)“. (Stimma/Fastenrath 1985, S.11)

Der Unterschied zwischen einem Migranten/ einer Migrantin und einem Flüchtling liegt in der Ursache ihrer Auswanderung.

Als „Flüchtling“ muss man laut Melita H. Sunjic (2000, S.148) folgende Kriterien erfüllen:

- Sich außerhalb seines Herkunftsstaates aufhalten
- eine wohlbegründete Furcht vor Verfolgung haben
- die Verfolgung muss auf einem der folgenden Gründe basieren: Rasse, Religion, Nationalität, Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Gruppe oder politische Überzeugung.
- nicht in der Lage oder gewillt sein, sich dem Schutz des Herkunftsstaates zu unterstellen oder dorthin zurückzugehen.

So ist festzuhalten, dass die Eigenschaften eines Flüchtlings auf die Situation der bosnischen Auswanderer viel eher zutreffen, als nur der Termini Migrant.

Auch Pierre Bourdieu hat sich mit dem Thema der Minderheiten hinsichtlich ökonomischem, kulturellem und sozialem Kapital (Bourdieu 1995, S.11f) beschäftigt, und unterscheidet diesbezüglich zwischen Neuankömmlingen und autochthonen Minderheiten:

Demnach sollen unter Neuankömmlingen Flüchtlinge, Asylanten oder Arbeitsmigranten verstanden werden, welche an der untersten Sprosse gesellschaftlicher Hierarchien in einem sozialen Raum stehen. Sie kommen aus einem Land mit geringem (symbolischen) Kapital und verfügen über einen niedrigen Prestigewert.

Aber auch autochthone Minderheiten sind sowohl im unteren Bereich gesellschaftlicher Rangordnung angesiedelt und sind im Hinblick auf das ökonomische Kapital benachteiligt. Diese Tatsache wirkt sich schließlich gravierend auf die Zugangsmöglichkeiten zu den Massenmedien aus.

Bezogen auf diese Gliederung sind mit autochthonen Minderheiten in Österreich Burgenlandkroaten und Kärntnerslowenen (o.Ä.) gemeint, die bereits seit Jahrzehnten als Volksgruppe per Gesetz anerkannt sind. Dementsprechend sind Bosnier, die 1992 als Flüchtlinge nach Österreich kamen, Neuankömmlinge. Dennoch sollen hier die bosnischen Flüchtlinge als Minderheiten zählen, da sie mittlerweile einen großen Teil der österreichischen Bevölkerungsstatistik ausmachen.

2.3 Ethnische Minderheit

Im Alltagsverständnis bezeichnen wir eine Minderheit als eine Gruppe, die einer anderen zahlenmäßig unterlegen ist (vgl. Schuster 2004, S.15). So drückt der Begriff Minderheit zunächst eine quantitative Relation (vgl. Calic 1991, S.17) aus und wird für eine Vielzahl unterschiedlicher ethnischer Gruppen verwendet (vgl. Heckmann 1992, S.59). Heckmann betrachtet ethnische Minderheiten als ein Resultat ausländischer Flüchtlinge (vgl. ebd., S.23).

„Minderheit“ bezeichnet aber nicht notwendiger Weise eine zahlenmäßige Minderheit, sondern auch ein Verhältnis zwischen Gruppen. Dieses Verhältnis ist sowohl gekennzeichnet durch die Position des Unterlegenen und die von politischer Herrschaft Ausgeschlossenen als auch durch die damit verbundene Benachteiligung, eine Stellung minderer Rechte, minderen Ansehens und minderer Ressourcenverfügung. Somit sind sie also eine benachteiligte, unterdrückte, diskriminierte und stigmatisierte ethnische Gruppe innerhalb eines Systems (vgl. ebd., S.55f).

Auch die UNO bezieht sich in ihrer 1977 herausgegebenen Definition von Minderheit auf die genannten Kriterien:

„Minderheit bedeutet eine Gruppe, die gegenüber dem Rest der Bevölkerung eines Staates zahlenmäßig geringer ist, die sich in einer nichtherrschenden Position befindet, deren Mitglieder die Staatsbürger eines Staates sind, ethnische, religiöse und sprachliche Eigenschaften aufweisen, die sich von jenen des Restes der Bevölkerung unterscheiden und die, wenn auch nur indirekt, ein Gemeinschaftsverhältnis zeigen, das darauf abgestellt ist, ihre Tradition, ihre Religion oder Sprache zu erhalten.“ (Eramacora 1978¹ zit. nach Calic, 1991, S.17f)

Ethnische Minderheiten sind somit durch eigene Gemeinsamkeiten von Geschichte und Kultur gekennzeichnet.

Unter Ethnie soll nach Perchinig (2008, S.130) eine Bezeichnung für eine Gruppe verstanden werden,

„die sich selbst in rollentranszendierenden, klassen-, schicht- und geschlechtsunspezifischen sowie tendenziell das gesamte Alltagsleben umfassenden Charakteristika als gegenüber der Umwelt „anders“ wahrnimmt und auch von ihrer Umwelt als „anders“ wahrgenommen wird.“

¹ Eramacora, Felix: Nationalitätenpolitik und Volksgruppenrecht. München, 1978

Und auch Perchinig betont dabei die Unterschiedlichkeiten in der Sprache oder in spezifischen kulturellen Formen, die das Alltagsleben prägt, aber auch in Wertvorstellungen. Der ethnischen Gruppe muss dabei sowohl die Unterschiedlichkeit in irgendeiner Form dauerhaft bewusst sein, als auch das gruppenspezifische Verhalten zum Ausdruck gebracht werden (vgl. ebd., S.130). Diese ethnischen Gruppen bzw. ethnischen Minderheiten sind Teilbevölkerungen von staatlich verfasste Gesamtgesellschaften. Teilbevölkerungen wiederum sind ethnische Kollektive, die Angehörige eines Volkes oder Teile von Völkern sind (vgl. Heckmann 1992, S.55).

2.4 Volk

Die Charakteristik einer Minderheit - ihre Gemeinsamkeiten - machen ein Volk aus, denn ein

„Volk ist das umfassendste ethnische Kollektiv, das durch den Glauben an eine gemeinsame Herkunft, Gemeinsamkeiten von Kultur und Geschichte sowie ein Zusammengehörigkeitsbewußtsein gekennzeichnet ist. Volk steht für (kooperative und konfliktäre) reale Beziehungen, gleichzeitig aber auch für Chancen von „Gemeinschaftshandeln“. (Heckmann 1992, S.57)

Der Begriff Volk ist ein wichtiger für die Zielgruppe dieser Arbeit. Es ist notwendig, dass sich die aus Bosnien stammenden unterschiedlichen ethnischen Gruppen Bosniaken (aus Bosnien stammende Moslems), Kroaten (aus Bosnien stammende Katholiken) und Serben (aus Bosnien stammende Orthodoxe) von sich aus als Bosnier bzw. als ein gemeinsames Volk wahrnehmen, unabhängig von ihrer Konfession und politischen Einstellung. Erst unter dieser Bedingung sind sie für die vorliegende Arbeit relevant und können im späteren Fragebogen berücksichtigt werden.

2.5 Integration - Assimilation – Akkommodation – Akkulturation

In der Diskussion um die Integration von Minderheiten tauchen Begriffe wie Akkulturation, Akkommodation und Assimilation auf. Mit einem genaueren Blick auf die Literatur zeigt sich, dass es keine einheitlichen Begriffsdefinitionen für diese Termini gibt. Jedoch werden diese Begriffe als Modelle des Kontaktes zwischen zwei oder mehreren Ethnien bzw. Kulturen aufgefasst.

Akkulturation bezeichnet das multikulturelle Nebeneinander. Heckmann versteht Akkulturation als eine wichtige Form des ethnischen Wandels, denn

„Akkulturation meint durch Kulturkontakte hervorgerufene Veränderungen von Werten, Normen und Einstellungen bei Personen, den Erwerb von Kenntnissen, Fähigkeiten und Qualifikationen (Sprache, arbeitsbezogene Qualifikationen, gesellschaftlich kulturelles Wissen u.a.) sowie Veränderungen von Verhaltensweise und „Lebensstilen“ (z.B. in Bezug auf Arbeit, Wohnen, Konsum, Freizeitverhalten, Kommunikationsformen, Heiratsmuster); auch Veränderungen der Selbstidentität sind damit notwendigerweise verbunden. Akkulturation hat Akkomodation zur Voraussetzung.“ (Heckmann 1992, S.168)

Akkulturation und Assimilation werden in der Literatur oft als Synonyme verwendet, auch wenn sie unterschiedliche Phänomene bezeichnen. Mit Assimilation ist nicht nur eine Anpassung sondern eine Angleichung an kulturelle Traditionen gemeint. Angleichung meint eine vollständige Übernahme der Kultur der Mehrheit durch die Minderheit (vgl. Treibel 2003, S.89). Assimilation entsteht durch Primärkontakte mit Einheimischen und eine gemeinsame Sprache und vollzieht sich über mehrere Generationen hinweg (vgl. Geißler/Pöttker 2006, S.21) Das gemeinsame dieser beiden Begriffe ist, dass sie Prozesse oder Vorgänge definieren, die miteinander verknüpft sind (Heckmann 1992, S.167), denn meist beginnt die Assimilation

„mit der Akkulturation, welche durch die Übernahme wesentlicher kultureller Elemente der Aufnahmegruppe wie deren Sprache, Kleidervorstellungen oder Verhaltensmuster gekennzeichnet ist. Kultur soll dabei als ein in Bewegung befindliches adaptionsfähiges System von Symbolen, Handlungen und Deutungsmustern verstanden werden.“ (Jahnke 2002, 31)

Gordon versteht Akkulturation als Teilaspekt des Gesamtprozesses der Assimilierung. Er gibt sieben Dimensionen des Assimilierungsprozesses vor (Gordon 1964² S.71, zit. nach Heckmann 1992, S.177):

- Als Akkulturation meint er den Wandel der kulturellen Verhaltensmuster in Richtung der Aufnahmegesellschaft und versteht dies auch als kulturelle oder verhaltensmäßige Assimilation.

² Gordon, M.M.: Assimilation in American Life. The Role of Race, Religion and National Origin. New York 1964

- Unter struktureller Assimilation versteht er den allgemeinen Eintritt in Cliques, Vereine und Institutionen des Aufnahmesystems auf der Basis von Primärbeziehungen.
- Als Amalgamation versteht er verwandtschaftliche Assimilation wie zum Beispiel inter-ethnische Heiraten.
- Den Prozess der Entwicklung eines Zugehörigkeitsgefühls zur Aufnahmegesellschaft identifizatorische Assimilation.
- Die Akzeptanz-Assimilation beschreibt er als das Verschwinden von Vorurteilen.
- Gleichbehandlungs-Assimilation ist Gordon zufolge das Verschwinden von Diskriminierungen.
- Mit ziviler Assimilation meint er das Verschwinden von Wert- und Machtkonflikten.

Das Verhältnis von Akkulturation und Assimilierung ist schwierig: Akkulturation führt nicht notwendiger Weise zu struktureller Assimilierung und strukturelle Assimilierung produziert nicht notwendiger Weise Akkulturation. Denn die Intensität, mit der sich ein Migrant seiner Umgebung oder seinem Ursprungsland zugehörig fühlt, ist unterschiedlich.

Bei Assimilierung als vollständiger Akkulturation lässt sich ein ethnischer Identitätswechsel konstatieren (vgl. Heckmann 1992, S.196) Folglich meint Assimilierung einen vollständigen kulturell-, bewusstseins- und verhaltensmäßigen Bezug auf die Mehrheitskultur.

Als Ausgangspunkt für eine Assimilation sieht er die Zufriedenheit des Einwanderers mit seiner Situation und die Identifikation mit der neuen Gesellschaft. Es kommt zwar auch ohne dieser Zufriedenheit zu Akkommodationsprozessen, aber nicht zu Übernahme von Werten, Normen und Verhaltensweisen (vgl. ebd., S.191).

Somit ist der Grad der Akkulturation unterschiedlich. Materielle Aspekte wie Konsumgüter, Technik und materielle Lebensweisen werden also schneller übernommen als immaterielle wie z.B. Religion . Man geht davon aus, dass Minderheiten die stark segregiert sind, sich weniger akkulturieren.

Für die Akkulturation förderlich sind der Bildungsstand und das Alter, welches aber bei der ersten Generation (Einreisealter) ausschlaggebend ist. Bei der zweiten Generation spielt der Bildungsstand insofern eine bedeutende Rolle, als dass er den Akkulturationsprozess beschleunigt (vgl. ebd., S.185f). Akkulturationshemmende Faktoren sind u.a. die geographische Nähe des Herkunftslandes. Generell muss auch beachtet werden, dass das Ausmaß an Akkulturationsbereitschaft nicht nur von der Minderheitengruppe abhängt, sondern auch von der Aufnahmegesellschaft. Je offener diese ist, desto größer der Akkulturationsgrad (vgl. ebd., S.183ff).

Akkulturationsprozesse haben darüber hinaus Einfluss auf die Identität betroffener Personen (vgl. ebd., S. 196).

Der Begriff Akkommodation trifft aber am ehesten auf die Situation der Migranten, denn Akkommodation meint einen Lern- und Anpassungsprozess,

„bei Personen, die sich infolge eines Lebensortwechsels grundlegende Mittel und Regel der Kommunikation und Tätigkeit der fremden Gesellschaft, Kenntnisse ihrer Institutionen und Glaubenssysteme aneignen müssen, um in dieser Gesellschaft interaktions- und arbeitsfähig zu werden. Prozesse der Akkommodation können ablaufen, ohne daß die Person ihre grundlegenden Überzeugungen, Werte, Vorlieben der Denkweisen ändert, da Akkommodation als verkehrs- und verhaltensfunktionale Anpassung zunächst nur kommunikationstechnischer Natur ist.“ (ebd., S.168)

Hartmut Esser's veraltete Definition von Integration, die er mit Assimilation gleichsetzt gehört der Vergangenheit an. Der neu entstandene Begriff „interkulturelle Integration“ bezeichnet einen Mittelweg zwischen Assimilation und Segregation. Eine Gemeinsamkeit zwischen dem Konzept der interkulturellen Integration und der assimilativen Integration ist die angemessene Eingliederung der Migranten in die Sozialstruktur der Aufnahmegesellschaft. Diese setzt Chancengleichheit beim Zugang von Bildung, Arbeitsmarkt und Institutionen voraus. Das Konzept der interkulturellen Integration beruht auf einer ausgewogenen Balance zwischen den Rechten auf gleichberechtigte und gleichwertige kulturelle Differenz beruht. (vgl. Geißler/Pöttker 2006, S.18f).

Darüber hinaus fordert das Konzept der „interkulturellen Integration“ die Beteiligten, sowohl Mehrheit als auch Minderheit, dazu heraus, eine angemessene Balance zu suchen und zu finden

„zwischen den Bedürfnissen der Minderheiten auf Anerkennung ihrer kulturellen und sozialen Besonderheiten und den Bedürfnissen der Mehrheit nach Kenntnis und Anerkennung des gemeinsamen rechtliche, kulturellen und sozialen Rahmens, der für das Miteinander unabdingbar ist.“ (ebd., S.19)

Bauböck Rainer zufolge hat Integration zwei grundlegende Bedeutungen: Die Aufnahme und der Zusammenhalt der Menschen in der neuen Heimat. Im Falle der Integration von Einwanderern sind hierbei alle Umstände gemeint, welche dazu beitragen, diese als anerkannte Mitglieder der Gesellschaft aufzunehmen.

„Dazu gehören wohl Kenntnisse der deutschen Sprache, der sozialen Regeln und Gesetze des Einwanderungslandes als auch Toleranz und Anerkennung seitens der Mehrheit für kulturelle Differenzen, die aus der Immigration entstehen. Integration bedeutet nicht nur die subjektive Entscheidung, sich in Österreich auf lange Sicht nieder zu lassen, sondern erfordert auch die Beseitigung institutioneller Hürden für den sozialen Aufstieg,

Integration ist also ein Prozess der wechselseitigen Anpassung und Veränderung zwischen einer aufnehmenden und einer aufzunehmenden Gruppe.“ (Bauböck 2001, S.14)

Demzufolge müssen Migranten insgesamt eine größere Anpassungsleistung erbringen und Österreicherinnen sollten ihre politischen, rechtlichen und kulturellen Institutionen so umgestalten dass Fremde gleichberechtigte Bürger werden (vgl. ebd., S.14).

Dissimilierung ist das Gegenteil aller bisher vorgestellten möglichen Folgen von Kulturkontakt, denn dissimilierte Gruppen lösen sich von beiden Kulturen ab und betonen Unterschiede gegenüber diesen Gruppen. Somit verstärken Sie das Bewusstsein und die Identität einer separaten Existenz (vgl. Heckmann 1992, S.171).

2.6 Multikulturelle Gesellschaft

Da in Österreich insgesamt 970.541 (11,5% der Gesamtbevölkerung) (vgl. Statistik Austria, 2012) mit ausländischer Staatsangehörigkeit leben, kann meines Erachtens nach, die österreichische Gesellschaft als eine multikulturelle, so wie es auch Wagner (2001, S.148) definiert, gesehen werden:

“Eine multikulturelle Gesellschaft im engeren, heute gebräuchlichen Sinn meint eine multiethnische Gesellschaft. Da Ethnien, auch wenn sie als Minderheiten in anderen Gesellschaften leben und sich nicht vollständig assimilieren, ihre eigenen Traditionen, Gewohnheiten, Werte, kulturellen Praxen, mithin eine sie von anderen unterscheidende Kultur haben, ist jede multiethnische Gesellschaft eine multikulturelle Gesellschaft.“

Die größte Gruppe der Menschen mit Migrationshintergrund in Österreich des Jahres 2010 machen erstmals Personen deutscher Herkunft aus. Auf Platz zwei folgen 207.000 Migrantinnen und Migranten aus Serbien, Montenegro und dem Kosovo. Platz drei belegen 183.000 Menschen türkischer Herkunft, gefolgt von rund 130.000 Menschen aus Bosnien-Herzegowina (vgl. Bundeskanzleramt, 2012).

Der Begriff „multikulturelle Gesellschaft“ wird sowohl in der Politik als auch in den Massenmedien sowie in der Wissenschaft oft benutzt, jedoch nur von wenigen definiert (vgl. Mintzel 1997, S.21). Kanadas Gesellschaft gilt als die Vorzeige-multikulturelle Gesellschaft.

Manche Theoretiker und Analytiker gehen von der Grundannahme aus,

„daß eine moderne, komplexe Gesellschaft ein kulturell ausdifferenziertes und durch unterschiedliche Wirkfaktoren, zum Beispiel durch Migration, kulturell hochdifferenziertes soziales Gebilde sei, das unter verschiedenen Gesichtspunkten multikulturelle Charakteristika aufweise und als multikulturelle Gesellschaft bezeichnet werden könne.“ (ebd., S.71)

Gesellschaft soll dabei als „eine Summe von Individuen, die durch ein Netzwerk sozialer Beziehungen miteinander in Kontakt und Interaktion stehen, bzw. als Summe der sozialen Wechselwirkungen“ verstanden werden (vgl. Lexikon der Soziologie 1994, S.236)

2.7 Globalisierung

Es gibt nur wenig Begriffe, die im letzten Jahrzehnt häufiger verwendet und diskutiert wurden, wie der Begriff „Globalisierung“.

So sagt auch Beck (1997, S.42)

„Globalisierung ist sicher das am meisten gebrauchte –missbrauchte und am seltensten definierte, wahrscheinlich missverständlichste nebulöseste und politisch wirkungsvollste (schlag- und Streit-) Wort der letzten, aber auch der kommenden Jahre“

Und auch wenn dieser Begriff so oft in Verwendung war und ist, eine einheitliche und kurz geprägte Definition zu finden fällt nicht leicht.

Nach Anthony Giddens (1995, S.85f) lässt sich der Begriff der Globalisierung

„im Sinne einer Intensivierung weltweiter sozialer Beziehungen, durch die entfernte Orte in solcher Weise miteinander verbunden werden, dass Ereignisse an einem Ort durch Vorgänge geprägt werden, die sich an einem viele Kilometer entfernten Ort abspielen, und umgekehrt (...). Die örtliche Umgestaltung gehört nicht weniger zur Globalisierung als die laterale Verbreitung sozialer Verbindungen über Raum und Zeit hinweg“, definieren.

Er betont also die Intensivierung weltweiter sozialer Beziehungen, die sicher ein prägendes Merkmal der Globalisierung darstellt.

Globalisierung beschreibt somit einen fortschrittlichen Prozess, durch den die Grenzen zwischen Nationen und Völkern abgebaut werden, durch den kulturelle Vielfalt entsteht und der neue wie konstruktive wirtschaftliche Möglichkeiten eröffnet.

Der Prozess der Globalisierung schafft transnationale soziale Bindungen und Räume, werter lokale Kulturen auf und kreiert „dritte Kulturen“.

2.8 Diaspora

Diaspora Gemeinschaften bestehen aus Migranten und Migrantinnen, die über verschiedene Länder hinweg verstreut leben.

Sie charakterisieren sich durch eine spezifische kulturelle Verdichtung, da sie in Beziehung zu Herkunftsregionen und dortigen Kulturen stehen, andererseits in Migrationsgemeinschaften charakteristische Formen kultureller Identität und Vergemeinschaftung artikulieren. Ihre Besonderheit ist darin zu sehen, dass für deren Artikulation Territorialität nicht konstitutiv ist, da mit der Vorstellung von Diaspora ein territoriales Verstreut sein verbunden ist (vgl. Hepp/Bozdog/Suna 2011, S. 47)

Unter einer Diaspora Gemeinschaft ist also jene Gruppen von Menschen zu verstehen, die trotz ihrer Verstreuung über verschiedene Territorien eine gemeinsame ethnische Identität wahren.

Diese Migranten sind Menschen, die sich ihre eigene Identität schaffen. Ihre stärksten Bindungen entwickeln sie oft weder zur Herkunftsgesellschaft noch zum Aufnahmeland, sondern innerhalb der Diasporagemeinschaften bzw. transnationalen Netzwerken (vgl. Bauböck 2001, S.17)

Diasporas sind somit spezifische translokale Vergemeinschaftungen, deren Zugehörigkeitsgefühl durch das Leben in der „Fremde“ in erheblichem Maße auch durch Fremdzuschreibungen als „Andere“ bzw. die Erfahrung des „Lebens dazwischen“ geprägt ist (Vgl. Hepp/Suna/Wellig 2009, S. 174)

3 Zur Konstruktion von Identität

Die Frage der Zugehörigkeit wurde bis weit in die 1980er Jahre in der sozialwissenschaftlichen Forschung zu Jugend und Migration über den Identitätsbegriff thematisiert (vgl. Riegel/Geisen 2007, S.9). „Da Zugehörigkeitsmerkmale keine festen, unveränderlichen Größen sind, sondern über soziale Differenzbildung hergestellt werden, sind Zugehörigkeiten immer auch Gegenstand von Aushandlungsprozessen.“ (ebd., S.7). Es werden aber nicht nur Kriterien der Zugehörigkeit oder der Mitgliedschaft ausgehandelt, sondern auch welche Folgen das nicht-zugehörig sein hat (vgl. ebd., S.7).

Für Jugendliche stellt sich die Frage der Zugehörigkeit nicht nur im Rahmen adoleszenter Identitätsentwicklung und in Bezug auf soziale Gruppen. Sie ist sehr wohl bedeutsam im Kontext ihrer gesellschaftlichen Integration, dem Hineinentwickeln in die Gesellschaft. Dabei sind verschiedene Zugehörigkeitskontexte von Bedeutung: Familie, Peegroup, Schule, Vereine oder Szenen im lokalen, globalisierten und virtuellen Raum (vgl. ebd., S.7).

Die Frage der Zugehörigkeit ist allerdings nur für diejenigen relevant, deren Zugehörigkeit umstritten ist bzw. abgelehnt wird. Dies trifft vor allem auf Jugendliche mit Migrationshintergrund zu.

3.1 Ethnizität

Ethnische Identität und Ethnizität werden meist synonym verwendet.

Der Begriff „Ethnizität“ wurde in vielen wissenschaftlichen Disziplinen zur Lösung des Identifikations- und Zugehörigkeitsproblems herangezogen. Damit versuchte man zu erklären, dass über Gemeinsamkeiten wie Abstammung, Religion, Sprache, Territorium, Traditionen und Geschichte eine gemeinsame Identifikation entstehen und das Gefühl der Zugehörigkeit zu einer kulturellen Gemeinschaft intensiviert werden kann.

So definiert auch Treibel Ethnizität oder ethnische Identität als eine „gefühlsmäßige Volkszugehörigkeit“. Dabei geschieht der gesamte Ethnizitätsprozess in Zuschreibungs- und Definitionsprozessen, welche durch die Mitglieder selbst initiiert werden. Daraus resultiert, dass das Vorhandensein von ethnischen Gruppen nicht auf diese selbst zurückzuführen ist, sondern viel mehr im Glauben an Gemeinsamkeiten entsteht (vgl. Treibel 2003, S. 186f). Ethnizität ermöglicht zudem Bildung und den Erhalt ethnischer Kollektive (vgl. Heckmann 1992, S.46).

Das wesentliche Bedeutungselement von Ethnizität liegt in den Beziehungen zwischen verschiedenen, in sich ethnisch verfassten Kulturen mit der Wahrnehmung des Fremden. Das

notwendige Bewusstsein, welches für das Prinzip der Gemeinsamkeit benötigt wird, wird im Außenkontakt durch das Bewusstsein der Differenz erfahren (vgl. Bauböck 1988, S.5). Darüber hinaus ist der ethnische Charakter einer Gruppe ein Merkmal der inneren Sozialstruktur und des Gruppenbewusstseins der Minderheit selbst (vgl. ebd., S.16).

3.2 Zum Identitätsbegriff

Generell ist „Identität“ ein schwer zu fassender Begriff. In der Soziologie wird mit Identität „das mit unterschiedlichen Graden der Bewußtheit und Gefühlsgeladenheit verbundene Selbstverständnis (Selbstgewißheit) von Personen im Hinblick auf die eigene Individualität (wer bin ich?), Lebenssituation und soziale Zugehörigkeit bezeichnet.“ (Mintzel 1997, S.117)

Anfängliche Betrachtungen beherrschten die Auffassung, dass die Identität des Menschen in traditionellen Gesellschaften fest, starr und stabil war. Seit den letzten Jahrzehnten hat sich jedoch immer mehr die Sichtweise durchgesetzt, dass Identität nicht etwas Gegebenes und Einheitliches ist, sondern ein Produkt ständiger Identifikationsprozesse.

Identität ist somit nicht im Vornherein bei der Geburt gegeben, sondern entwickelt sich im Laufe der Sozialisation und Enkulturation durch Interaktionen mit anderen durch das Lernen von sozialen Rollen. Dabei sind die Phasen der Pubertät und Adoleszenz besonders wichtig (vgl. ebd., S.117). Die einzigen zwei gegebenen, festen Identitätsgrößen sind das Alter und das Geschlecht.

Von Identität spricht Hurrelmann (2007, S.67), wenn

„ein Mensch über verschiedene Entwicklungs- und Lebensphasen hinweg eine Kontinuität des Selbsterlebens auf der Grundlage des positiv geführten Selbstbildes wahrnt. Obwohl sich Körper und Psyche verändern und soziale und physische Umweltbedingungen in jedem Lebensabschnitt eine andere Ausprägung haben, steht jeder junge Mann und jede junge Frau vor der Aufgabe, sich als „sich selbst gleiche“ Persönlichkeit wahrzunehmen.“ (Hurrelmann 2007, S.67)

Mintzel unterscheidet zwischen ethnischer, kollektiver und individueller Identität.

3.2.1 Nationale/ ethnische Identität

Die ethnische Identität ist Teil der individuellen als auch kollektiven Identität und entsteht im Laufe der Sozialisation mit einer ethnischen Gruppe (vgl. Mintzel 1997, S.119). Sie unterliegt

einem dynamischen Wechsel und ist situationsabhängig. Das bedeutet, dass sie durch interethnische Kommunikation ständig neu geformt wird (Hecht et al 1985, S.46. zit. nach Mintzel 1997, S.119)

Es gibt sechs Hauptfaktoren für die Identifikation mit einer ethnischen Gruppe (nach Driedger 1978, 14-18 zit. nach Mintzel S.119-120):

1. Identification with an ecological territory: Konzentration einer ethnischen Gruppe auf einen bestimmten geographischen Raum
2. Identification with ethnic institutions: Ein hoher Grad an sozialer Organisation (i.e. religiöse, wirtschaftliche, soziale und politische Institutionen) fördern die Integration und Identifikation mit der ethnischen Gruppe
3. Identification with an ethnic culture: Gebrauch der Sprache, Endogamie, Wahl der Freunde, religiöse Partizipationen dienen beispielsweise als Kriterien für den Grad der Identifikation mit der ethnischen Kultur
4. Identification with historical symbols: Vermittlung und Bewahrung der gemeinsamen Geschichte und Tradition
5. Identification with an ideology: Identifikation mit einer gemeinsamen politischen Ideologie und/oder Religion
6. Identification with charismatic leadership: Stärkung des Zusammenhalts und der Loyalität zur Gruppe durch charismatische Führerpersönlichkeiten, wie z.B. René Lévesque in Quebec

Je stärker diese Komponenten ausgeprägt sind, desto stärker ist die Identifikation mit der ethnischen Gruppe.

Die Beziehungen zwischen verschiedenen ethnischen Gruppen sind dabei für die Entwicklung der ethnischen Identität ausschlaggebend. Denn, bei verschiedenen ethnischen Gruppen werden die Schwerpunkte, die die ethnische Identität bestimmen, unterschiedlich gesetzt. Demzufolge gibt es nicht eine auf festgelegte Merkmale basierende ethnische Identität.

3.2.2 Kollektive Identität

Die Bildung bzw. das Bestehen von kollektiven Identitäten ist das ausschlaggebende Element für die Aufrechterhaltung von Diasporas in der Aufnahmegesellschaft.

Mintzel bezeichnet kollektive Identität mit dem Bewusstsein, einer bestimmten Gruppe anzugehören und sich mit den Mitgliedern und den Charakteristika dieser Gruppe zu

identifizieren (vgl. Mintzel 1997, S.40). So sind sowohl die kollektive als auch die individuelle Identität einer Person durch den Sozialisationsprozess innerhalb einer oder mehrerer Gruppen eng miteinander verknüpft (vgl. ebd., S.118)

Als einzigartiges Individuum versucht zwar jeder Mensch, seine Besonderheit darzustellen, dies passiert aber nur indem eine gewisse Konformität mit der zugehörigen Gruppe nach außen getragen wird (vgl. Hamburger 1999, S. 98³ zit. nach Schuster 2004, S.21)

Kollektive Identitäten sichern somit Zugehörigkeit, fordern Unterordnung, gewährleisten Anerkennung und tragen Elemente des Ausschlusses der jeweils anderen in sich (vgl. Hamburger 1999 S. 95⁴ zit. nach Schuster 2004, S.21)

3.2.3 Soziale Identität

Die soziale Identität bezieht sich auf die „Ebene synchroner Beziehungskonstellationen, auf Zuweisungen zu sozialen Kategorien, die wir von anderen bei einer Begegnung attribuiert bekommen“ (Gugenberger 1995, S.29). In diesem Zusammenhang sagt Fthenakis:

„Die Reaktionen des Kommunikationspartners beeinflussen die Handlungen des Sprechers, der dadurch soziale Identität entwickelt und in der Folge dazu fähig ist, sich eigene gesellschaftliche Erfahrungen zu schaffen, sowie in weiterem Umfang der Gesellschaft gegenüber Stellung zu beziehen.“ (Fthenakis 1985, S.188)

Das bedeutet, dass sich soziale Identität aus sozialen Beziehungen entwickelt und von diesen auch beeinflusst wird.

Goffman sieht soziale Identität im Zusammenhang mit sozialen Institutionen,

„die normalerweise einen bestimmten Typus von Menschen umfassen, dem auf Grund einer gewissen Regel- und Routinehaftigkeit in diesen Institutionen auch bestimmte, kennzeichenhafte Begriffe, Vorstellungen oder Images zugewiesen werden können, so dass die soziale Identifizierung von Personen ein Leichtes ist.“ (vgl. Gugutzer 2002, S.39)

Weiter bezeichnet er soziale Identität als Subsumtion von Personen unter Kategorien, die Zuschreibung von typischen Eigenschaftskombinationen.

^{3,4} Hamburger, Franz: „Identität“ und interkulturelle Erziehung. In: Alluffi-Pentini, Anna/ Gstettner, Peter/ Lorenz, Walter/ Wakounig, Vladimir (Hrsg.): Antirassistische Pädagogik in Europa. Theorie und Praxis. Klagenfurt 1999, S. 93-106

Soziale Identitäten drücken die Zugehörigkeit zu einer Gruppe, zu einem Kollektiv oder einer Ethnie aus, konstituieren einen Raum des Gemeinsamen, gleichzeitig dienen sie aber der sozialen Abgrenzung von anderen Identitäten (vgl. Lothar/Hoffmann/ Winter 2007, S.12f).

Für Mead ist soziale Identität die Konstruktion eines Bildes einer Person durch andere aufgrund bestimmter (sichtbarer) Merkmale, Symbole und Mitgliedschaften. So gehört ethnische Zugehörigkeit zur sozialen Identität einer Person (vgl. Heckmann 1992, S.196ff).

3.2.4 Personale Identität

Die personale Identität ist das Gegenstück der sozialen Identität. Fthenakis beschreibt die Charakteristik der personalen Identität folgendermaßen:

„Das Individuum muss auch lernen, Rollenvorschriften mit dem Selbstbild in Einklang zu bringen. Alle Normen sind mit einem nach Art der zugrunde liegenden Vorschriften jeweils unterschiedlich großen Verhaltensspielraum ausgestattet, lassen Interpretationen zu und berücksichtigen sowohl die in der Vergangenheit gewonnenen Erfahrungen, als auch die aktuellen Bedürfnispositionen. Der Einzelne hat so die Möglichkeit, seine persönlichen Intentionen in die Interaktion einzubringen.“ (Fthenakis 1985, S.188)

Goffmann (1975 S.74) spricht von persönlicher Identität als

„positive Kennzeichen oder Identitätsaufhänger und die einzigartige Kombination von Daten der Lebensgeschichte, die mit Hilfe dieser Identitätsaufhänger an dem Individuum festgemacht wird. Persönliche Identität hat folglich mit der Annahme zu tun, dass das Individuum von allen anderen differenziert werden kann und dass rings um dies Mittel der Differenzierung eine einzige kontinuierliche Liste sozialer Fakten festgemacht werden kann, ...“

Wo soziale Identität die Gleichheit repräsentiert, ist die persönliche oder personale Identität mit der Einzigartigkeit verbunden. Letztere lässt sich einer diachronen Achse (Lebensgeschichte) zuordnen (vgl. Gugenberger 1995, S.29). Die Herausbildung von Identität steht im Gesamtzusammenhang von Zeit (diachrone Lebensgeschichte) und Raum (synchrone Beziehungskonstellationen).

Für Goffmann sind sowohl die persönliche als auch soziale Identität Kategorien, die einer Person von anderen zugewiesen wird.

Auch die personale Identität bezieht sich nach Mead auf die Wahrnehmungsweise der Person durch „andere“; hier aber auf eine Wahrnehmung, die aufgrund biographischer Daten und Merkmale entsteht (vgl. Heckmann 1992, S.196f).

Die Diskussion um die personale Identität beschreibt auch das Problem der Diaspora: Es geht nämlich nicht darum, sich zu assimilieren, sondern sich mit >seiner< Identität im >fremden< kulturellen Kontext, an dessen Lokalitäten man sich aufhält, die >eigene< Identität zu wahren (vgl. Hepp 2003, S. 103)

3.2.5 Sprachliche Identität

Sprache und Identität stehen nicht nur in einem engen Zusammenhang, sie bedingen auch einander, denn „er [der Mensch, Anm.d.Verf.] definiert sich u.a. als Sprecher dieser oder jener Sprache(n). Damit bekommt die sprachliche Praxis erhebliche Bedeutung für die Konstitution der Identität.“ (Kremnitz 1990, S.54)

So manifestiert und reproduziert Sprache kulturelle und nationale Identitäten. Sprache verleiht insbesondere kulturelle Identität, da die Mitglieder einer Sprachgruppe ihre eigene Sprache zu wahren versuchen. Somit ist sie für Angehörige ethnischer Minderheiten ach wie vor das wichtigste Symbol ihrer Identität.

Nach de Cillia ist Sprache das „...deutlichste und mächtigste Symbolsystem, dass Gruppenzugehörigkeiten nach außen anzeigt und nach innen schafft. Sprachenpolitik wird daher häufig zu einem zentralen Mittel der Konstruktion nationaler Identitäten.“ (de Cillia 1998, S.65)

In Ost- und Südosteuropa ist der Gebrauch der Muttersprache Symbol für Prestige-, Identitäts- und Loyalitätsvorstellungen (vgl. Hösch/Seewann 1991, S.65).

Sprache stellt somit ein fundamentales Element der Selbstidentifikation dar, denn Sprache ist dasjenige Medium das uns Kommunikation ermöglicht. Da die Sprache der Minderheiten aber meist ein niedriges Sozialprestige besitzt, beschränkt sich ihr Sprachgebrauch oft nur auf den privaten Bereich. So kennzeichnet sich die Zuschreibung zu einer sprachlichen Identität bei der zweiten Migration durch besondere Schwierigkeiten. Da sich aber viele Jugendliche nicht nur einer Sprache zugehörig fühlen und somit beide Sprachen in täglicher Verwendung kommen, entwickeln sie einen Sprachmix. Dieser Sprachmix wird auch als Ausdruck der Hybridität gesehen. Dabei entwickeln sich eigene Stile und Wortschätze. Diese Jugendlichen wollen sich

somit weder auf eine Kultur, auf eine ethnische Zugehörigkeit noch auf eine Sprache festlegen (vgl. Neumann 2001, S.29).

Spracherziehung und dessen Intensität liegt in den Händen der Eltern – sie sind wichtige Figuren für die sprachliche Identität. Deswegen ratet man Eltern zur Aufrechterhaltung und Bewahrung von Minderheitensprachen, da sie für Minderheiten nach wie vor das wichtigste zentrale Symbol ihrer Identität sind, sowohl in der Selbst- als auch in der Fremdwahrnehmung (vgl. de Cillia 1998, S.192)

3.3 Identität in der Kommunikationswissenschaft

3.3.1 Identität als gesellschaftlicher Prozess. George Herbert Mead.

Der symbolische Interaktionismus nach George Herbert Mead stellt eine wichtige Quelle in der soziologischen Identitätsforschung dar und gilt als entwickeltste Identitätstheorie. Er beschäftigt sich mit dem Thema Identität aus einer behavioristischen, sozialpsychologischen Perspektive. Sein Ansatz unterscheidet sich von anderen Identitätskonzepten insofern, als das er das soziale Wechselverhältnis zwischen Individuum und Umwelt in den Mittelpunkt stellt. Meads herausragende Leistung war es, zu zeigen, dass sich die Genese des menschlichen Selbst durch das Medium symbolisch vermittelter sozialer Interaktion vollzieht (vgl. Gugutzer 2002, S.32f) sowie, dass Geist und Identität ausschließlich gesellschaftliche Produkte sind und Sprache den Mechanismus für deren Auftreten liefert (vgl. Schuster 2004, S.26) So wird die Identitätsbildung immer im Kontext sozialer Interaktionen untersucht.

Ausgangspunkt ist die Rollenübernahme indem sich das Individuum in die Rolle des anderen hineinversetzt und sich selbst aus dieser Perspektive heraus betrachtet. Die Selbstwahrnehmung bedarf somit anderer.

Das Selbst des Individuums entwickelt sich also aus dem Zusammenspiel und der Integration sowohl gesellschaftlicher als auch individueller Komponenten („Me“ und „I“). Dieses Zusammenspiel findet in sozialen, sprachlich vermittelten Interaktionen statt (vgl. Gugutzer 2002, S.33) Seine Hauptforschungsfrage dabei war „Wie kann ein Einzelner (erfahrungsgemäß) so aus sich heraustreten, dass er für sich selbst zum Objekt wird?“ (vgl. Mead 1988, S.180)

Das Individuum entwickelt sich zum Selbst dadurch, dass es sich selbst zum Objekt wird. Diese Selbstreflexion ist eingebettet in den gesellschaftlichen Rahmen in dem die Person lebt. Diese Selbstobjektivierung findet auf der Basis symbolisch vermittelter Interaktionen statt (vgl. Gugutzer 2002, S.33f)

In Meads interaktionistischem Identitätsmodell spielt die Sprache und das Bewusstsein eine zentrale Rolle (vgl. Gugutzer 2002, S.35):

„Für das Selbst-Bewusstsein ist es notwendig, dass die Person auf sich selbst reagiert. Dieses gesellschaftliche Verhalten liefert das Verhalten, in dem Identität auftritt. Außer dem sprachlichen kenne ich kein Verhalten, in dem der Einzelne sich selbst Objekt ist, und soweit ich sehen kann, ist der Einzelne solange kein Selbst im reflektiven Sinn, als er nicht sich selbst Objekt ist.“ (Mead 1988, S.184)

Sprache ist also insofern wichtig, als das sich das Selbst innerhalb eines kommunikativen Prozesses entwickelt, der von anfangs nicht vokalen Gesten über vokale Gesten (=Sprache) ersetzt wird. Sprache ist also das entscheidende Medium der Herausbildung personaler Identität da nur sie Selbstreflexion ermöglicht (vgl. Gugutzer 2002, S.34)

Ausgangspunkt ist die Rollenübernahme, in welche sich das Individuum versetzt und sich aus dieser heraus selber betrachtet. Dies passiert in zwei Stadien der Identitätsentwicklung: Play Stage und Game Stage.

Play Stage ist diejenige Phase, in der das Kind lernt, auf Wünsche und Erwartungen anderer einzugehen. Dies passiert indem das Kind zunächst Personen aus der näheren Umgebung imitiert. Dies geschieht z.B. durch Rollenspiele. Dieses Play Stage bezeichnet also die Phase der Rollenübernahme. Im Game Stage eignet sich das Kind, im Gegensatz zur Phase des play stage, welches durch das Spielen mit einer Person gekennzeichnet ist, ein ganzes Netzwerk an Rolle an. Es begreift ab nun Regeln und Strategien und kann somit verschiedene Rollen übernehmen. So lernt das Kind seine Bedeutung für die Gruppe einzuschätzen und auch Rollen anderer zu erkennen, die diese gegenüber seiner Person einnehmen. Das Kind verschafft sich so durch Wiederholung des Spiels, die Möglichkeit, sich selbst aus der Perspektive jeder beliebigen Rolle zu betrachten. Damit hat es sämtliche Erwartungsvorstellungen der gesamten Gemeinschaft internalisiert. Diese Übernahme der Rollen bezeichnet Mead mit dem Begriff „verallgemeinerte Andere“, den er stellvertretend für die organisierte Gesellschaft sieht und innerhalb derer das Individuum aufwächst.“ (vgl. Newman 1995⁵, S.117f zit. nach Schuster 2004, S.27)

Mead zufolge entwickelt sich das Selbst ausschließlich innerhalb eines kommunikativen Prozesses, der zunächst die Übermittlung von Gesten beinhaltet, die im weiteren Sozialisationsverlauf durch Sprache zunehmenden ersetzt werden. Nur Sprache ermöglicht Selbstreflexion, indem man sich beim Sprechen selbst am besten wahrnehmen und damit auf die

⁵ Newman, David M.: Sociology. Exploring the architecture of everyday life. Thousand Oaks u.a. 1995

eigene Weise sowie auf andere reagieren kann. Für die Selbst-Entwicklung sind vokale Gesten bedeutsam, vor allem wenn sie zu einem signifikanten Symbol werden. (vgl. Gugutzer 2002, S.34) Eine Geste ist aber erst dann ein signifikantes Symbol, wenn sie mit Bedeutung versehen wird. Diese Bedeutung muss für Sender und Empfänger die gleiche Bedeutung haben. Dies wiederum setzt voraus, dass sich die Interaktionspartner in die Rolle des jeweils anderen hineinversetzen können. Erst dann, wenn bei Sender und Empfänger die Geste die gleiche Reaktion auslöst, dann spricht Mead von symbolisch vermittelter Kommunikation. Jetzt ist das Individuum im Stande, die sich in die Rolle des jeweils anderen hineinzusetzen. Diesen Vorgang nennt Mead Role-taking. (vgl. Schuster 2004, S.29)

Wenn der Mensch nun signifikante Symbole verwendet und nicht nur auf Zeichen reagiert, dann spricht Mead vom Geist (mind), weil das Individuum erst jetzt das Stadium echter Sprache verfügt. (vgl. ebd., S.29)

Identität gliedert sich durch drei Komponenten auf: Self, Me und I. „Me“ (Ich) meint den gesellschaftlichen Teil (vgl. Gugutzer 2002, S.35) und ist dabei die Summe aller gesellschaftlich übernommener Haltungen und Rollen, insofern sie in die eigene Identität aufgenommen werden können (vgl. Schuster 2004, S.27). Das „I“ ist der individuelle Teil des Selbst und umfasst den spontanen, subjektiven und impulsiven Teil der Identität (vgl. ebd.).

„Das I tritt nicht in das Rampenlicht; wir sprechen zu uns selbst, aber wir sehen uns nicht selbst. Das I reagiert auf das Selbst, das sich durch die Übernahme der Haltungen anderer entwickelt. Indem wir diese Haltungen übernehmen führen wir das Me ein und reagieren darauf als ein I. (vgl. Mead 1988, S. 217) „Das I ist die Reaktion des Organismus auf die Haltungen anderer; das Me ist die organisierte Gruppe von Haltungen anderer, die man selbst einnimmt. Die Haltungen der anderen bilden das organisierte Me, und man reagiert darauf als ein I.“ (vgl. Mead 1988, S.218)

Somit stehen beide Teile in einem wechselseitigen Abhängigkeitsverhältnis.

Mit seinem Konzept will Mead hervorheben, dass eine unmittelbare und ursprüngliche Selbstwahrnehmung nicht möglich ist sondern es dazu anderer Mitmenschen bedarf.

3.3.2 Identität als Gefühl: Erik Homburger Erikson

Eriksons psychoanalytischer Ansatz ist ein klassisches Identitätskonzept. Als Grundlage diente Erikson in den 1920er Jahren Freuds Psychoanalyse.

Erikson sieht die Identitätsentwicklung als einen lebenslang andauernden Wechselwirkungsprozess zwischen Individuum und Gesellschaft. Er sieht Identität als einen

Zuwachs an Persönlichkeitsreife, den das Individuum am Ende der Adoleszenz auf dem Hintergrund seiner Kindheitserfahrung herausbildet, um für die Aufgaben des Erwachsenenlebens gerüstet zu sein (vgl. Bonfadelli/ Bucher/ Hanetseder/ Hermann/ Ideli/ Moser 2008, S. 24f)

Erikson entwirft einen Lebenszyklus der aus acht Phasen der Identitätsentwicklung besteht. Diese beginnt im Säuglingsalter. Den Mittelpunkt stellt die Jugendphase dar. Jede dieser Phasen besteht aus einem Grundkonflikt (vgl. Gugutzer 2002, S.22) aus dem letztendlich eine gefestigte Ich-Identität hervortritt (vgl. Schuster 2004, S.22). Die jeweils positive Bewältigung der Krise ermöglicht die Auseinandersetzung mit der nächsten Aufgabe. Somit ist diese Bewältigung der einzelnen Entwicklungsaufgaben Voraussetzung für die Stabilisierung und Sicherheit der Identität (vgl. Hurrelmann 2007, S.61).

So durchläuft jedes Individuum Erikson zufolge diese acht Phasen der Identitätsentwicklung: Ur-Vertrauen gegen Ur-Missvertrauen, Autonomie gegen Scham und Zweifel, Initiative gegen Schuldgefühle, Werksinn gegen Minderwertigkeitsgefühl, Identität gegen Identitätsdiffusion, Intimität gegen Isolierung, Generativität gegen Stagnierung, Integrität gegen Verzweiflung und Ekel (vgl. Gugutzer 2002, S. 24ff).

Die ersten vier Phasen geschehen im Kindesalter. In dieser Phase werden soziale Beziehungen immer wichtiger. Es folgt der Übergang zur fünften Phase, der Pubertät. Für Erikson ist das das entscheidende Stadium in der Identitätsentwicklung, bezogen sowohl auf den körperlichen als auch auf den gesellschaftlichen Reifungsprozess (vgl. Gugutzer 2002, S.25). Jeder Mensch durchläuft dieses Stadium welches mit der Herausbildung eines starken Identitätsgefühls beendet wird. Diese Phase umschreibt er mit „Identität gegen Identitätsdiffusion“. Alle bisherigen Kindheitserfahrungen, Sicherheiten sowie Identifizierungen werden in Frage gestellt.

So sagt Erikson (1973, S. 106), dass in der Pubertät

„... alle Identifizierungen und alle Sicherungen, auf die man sich früher verlassen konnte, erneut in Frage gestellt, und zwar wegen des raschen Körperwachstums, das sich nur mit dem in der frühen Kindheit vergleichen lässt und dem sich jetzt die gänzlich neue Eigenschaft der physischen Geschlechtsreife zugestellt. Der wachsende und sich entwickelnde Jugendliche ist nun, angesichts der physischen Revolution in ihm, in erster Linie damit beschäftigt, seine soziale Rolle zu festigen.“

In der Phase der Ich-Identität werden diese Kindheitserfahrungen dann sortiert, integriert und gebündelt. Diese muss er als Einheit integrieren, damit es nicht zu Identitätskrisen kommt (vgl. Gugutzer 2002, S.25). Somit bestehen zwei Entwicklungsmöglichkeiten dieser Phase: gelungene Identitätsbildung und Identitätsdiffusion. Diese erlaubt es dem Menschen nicht, Kindheitsidentifikationen zu synthetisieren. Während der Pubertät experimentieren viele

Jugendliche mit diversen Rollenbildern. Sie sind somit gezwungen, Entscheidungen zu treffen und bilden Selbstdefinitionen heraus, die zu irreversiblen Rollen und Festlegungen für ihr Leben führen. Sie versuchen immer mehr, intime Beziehungen zu gründen, aktiv zu werden und ein Gefühl innerer Integrität zu entwickeln. (vgl. Schuster 2004, S.23f)

Auch bei Erikson ist die Identität abhängig von der Anerkennung anderer, da jede Person einen bestimmten Platz in der Gesellschaft einnimmt (vgl. Gugutzer 2002, S.23). So wird Identität aufgefasst als Brücke zwischen dem Bild, dem das Individuum sich selbst wahrnimmt und jenem, das anderen von ihm zeichnen. So fungiert Identität nach Erikson als Vermittlungsinstanz von gesellschaftlichen Strukturen und individueller Subjektivität. (vgl. Schuster 2004, S.26)

Somit ist Identität für Erikson „einerseits eine psychische, genauer: kognitive Leistung des Ich, insofern das Ich die Erfahrungen, die ein Individuum von klein auf macht, zu einer Einheit integriert.“ (Erikson 1973a, S.17) und zugleich von der gesellschaftlichen Anerkennung abhängig.

So zeigen die zwei vorgestellten Identitätskonzepte, dass sich Selbst-Bilder niemals unabhängig von sozialen Verhältnissen entwickeln.

3.4 Globale Folgen für die Identitätskonstruktion

Globalisierungsprozesse, hier insbesondere Migrationsbewegungen gemeint, erschweren die eigene Identitätsfindung. Viele Individuen positionieren sich daher über mehrere Identitäten (hybride Identitäten), die sich teilweise überlagern und eine eindeutige Zuordnung erschweren. Das Schlagwort Globalisierung wird daher oft zur Beschreibung von sozialen Prozessen wie Entgrenzung bzw. Zerstreuung nationaler, kultureller und/oder ethnischer Identität herangezogen.

An dieser Stelle soll Giddens Definition von Globalisierung wiederholt werden. Globalisierung ist die

„... Intensivierung weltweiter sozialer Beziehungen, durch die entfernte Orte in solcher Weise miteinander verbunden werden, dass Ereignisse an einem Ort durch Vorgänge geprägt werden, die sich an einem viele Kilometer entfernten Ort abspielen, und umgekehrt.“ (Giddens 1995, S.85)

Diese Aspekte des Globalisierungsprozesses sind für die Frage nach der Formung kollektiver Identitäten bedeutend.

Globalisierung hat aber auch durch die Entstehung neuer Raum-Zeit-Verbindungen allgemein auf kulturelle Identität Einfluss, denn es kommt zu einer Verdichtung sowohl räumlicher als auch zeitlicher Welten. Aufgrund dessen wird die globale Welt zu einem globalen Dorf, indem nationale Grenzen aufgehoben werden und lokale Gemeinschaften, Organisationen und Lebensformen auf neuartige Weise integriert und miteinander in Beziehung gesetzt werden (vgl. Eickelpasch/ Rademacher 2004, S.58)

„Neben dieser Globalisierung der Sozialbeziehungen hat vor allem die kulturelle Globalisierung einschneidende Auswirkungen auf die Identitätsbildung des Menschen. Durch die modernen Informations- und Kommunikationstechnologien kommt es zu einem weltweiten Austausch von Bildern, Symbolen und Ideen, von Lebensstile und Identitätsschablonen. Die über das globale Mediennetz vermittelte neue Vielfalt ermöglicht es, ja zwingt es geradezu dazu, die eigene Selbst- und Weltdeutung vor dem Hintergrund vieler anderer Deutungen zu spiegeln und zu relativieren.“ (Eickelpasch/ Rademacher 2004, S.7f)

Durch die Folgen globaler Entwicklungen von Medien- und Kulturindustrien als auch der Verbreitung und Vermarktung von Symbolen, Ideen und Lebensstilen gewinnen Identitätsfragen an Aktualität. Grund dafür ist die Pluralisierung und Entgrenzung kultureller Zusammenhänge und Lebensentwürfe. In diesem Zusammenhang soll unter Globalisierung die Durchdringung von Lokalen und Globalem verstanden werden (vgl. Eickelpasch/ Rademacher 2004, S.61). So führt der Globalisierungsprozess zu einer Destabilisierung und Entgrenzung der Identitätsbildung.

Hall zufolge hat Globalisierung insofern Auswirkungen auf Identitäten, als das sie eine Vielzahl von Möglichkeiten und neuen Positionen der Identifikation schafft und Identitäten positionaler, politischer, pluraler und vielfältiger sowie weniger fixiert, einheitlich und transhistorisch gestaltet (vgl. Hall 1999, S.434). Demzufolge behauptet er auch, dass es keine stabilen Identitäten gibt, auch wenn manche versuchen, an Traditionen der Vergangenheit anzuknüpfen.

3.4.1 Hybride Identitäten

Aus dem Ineinandergreifen von Globalem und Lokalen haben sich neue kulturelle Formen entwickelt, die als hybride Identitäten bzw. als transnationale Räume und Kulturen angesehen werden.

So gewinnt der lokale Raum insbesondere für Jugendliche mit Migrationshintergrund und für Menschen mit nicht klar einzuordnenden ethnisch-nationalen Zugehörigkeiten an Bedeutung. Daraus entstehen kulturelle Ausdrucksformen, die neue kulturelle Mischformen hervorbringen und nicht auf homogene Ethnizitätskonstruktionen zurückgreifen (vgl. Riegel/Geisen 2007, S.11).

Das Themenfeld Zugehörigkeit soll zeigen, wie komplex die Identitätsentwicklung von Migrantenkindern und –jugendlichen ist. Dabei sind kulturelle Orientierungen weder einseitig auf die Herkunftskultur noch auf die Kultur des Aufnahmelandes zu reduzieren (vgl. Moser 2007, S. 196)

Nach Stuart Hall gibt es mindestens zwei unterschiedliche Wege, über „kulturelle Identität“ nachzudenken. Die erste Position bestimmt ‚kulturelle Identität‘ im Sinne einer gemeinsamen Kultur, eines kollektiven ‚einzig wahren Selbstes‘. Dieses teilen sich Menschen mit einer gemeinsamen Geschichte und Abstammung miteinander. So reflektieren unsere kulturellen Identitäten die gemeinsamen historischen Erfahrungen und die gemeinsam genutzten kulturellen Codes, die uns als ‚einem Volk‘, unabhängig von den sich verändernden Spaltungen und Wechselfällen in unserer aktuellen Geschichte einen stabilen, gleichbleibenden und dauerhaften Referenz- und Bedeutungsrahmen zur Verfügung stellen (vgl. ebd., S.27).

Der Ausgangspunkt der zweiten Position ist ‚was wir wirklich sind‘ oder ‚was wir geworden sind‘. Hier sind sowohl die Ähnlichkeiten auch die entscheidenden Punkte einer tiefen und signifikanten Differenz von Bedeutung. Dementsprechend gibt es nicht nur eine Erfahrung bzw. eine Identität, ohne ihre andere Seite mit Brüchen und Diskontinuitäten anzuerkennen. Kulturelle Identitäten sind somit nicht etwas, was schon existiert, was Ort, Zeit, Geschichte und Kultur transzendiert. Sie haben Ausgangspunkte und Geschichten und wie alles Historische unterliegen sie ständiger Veränderung (vgl. ebd., S.29) „Weit entfernt davon, in einer wesenhaften Vergangenheit für immer fixiert zu sein, sind sie dem permanenten ‚Spiel‘ von Geschichte, Kultur und Macht unterworfen.“ (ebd., S.29)

In diesem Zusammenhang spricht er von nicht-fixierten kulturellen Identitäten, die zwischen unterschiedlichen Positionen stehen, gleichzeitig aber auf verschiedene Traditionen zurückgreifen. „Es mag verlockend sein zu glauben, die Identität könnte im Zeitalter der Globalisierung nur entweder zu ihren ‚Wurzeln‘ zurückkehren oder in der Assimilation oder Homogenisierung verschwinden.“ (ebd., S.218) Diese Identitäten nennt er auch „Übersetzer“ und beschreibt damit die Identitätsbildung der Migranten, die ihre Heimat verlassen haben ohne Hoffnung auf Rückkehr:

„Solche Menschen erhalten starke Bindungen zu den Orten ihrer Herkunft und zu ihren Traditionen, jedoch ohne die Illusion, zur Vergangenheit zurückkehren zu können. Sie sind gezwungen, mit den Kulturen, in denen sie leben, zurechtzukommen, ohne sich einfach zu assimilieren und ihre eigene Identität vollständig zu verlieren. Sie tragen die Spuren besonderer Kulturen, Traditionen, Sprachen und Geschichten, durch die sie geprägt werden, mit sich. Der Unterschied ist, daß sie nicht einheitlich sind und sich auch nie im alten Sinne vereinheitlichen lassen wollen, weil sie unwiderruflich das Produkt mehrerer ineinandergreifender Geschichten und Kulturen sind und zu ein und derselben Zeit mehrere ‚Heimaten‘ und nicht nur einer besonderen Heimat angehören. Menschen, die zu solchen *Kulturen der Hybridität* gehören, mußten den Traum oder die Ambition aufgeben, irgendeine ‚verlorene‘ kulturelle Reinheit, einen ethnischen Absolutismus, wiederentdecken zu können. Sie sind unwiderruflich Übersetzer.“ (ebd., S.218)

Mit diesen hybriden Kulturen bezeichnet Hall neue Typen der Identität. Diasporagemeinschaften sind Produkte dieser neuen, hybriden Identitäten.

Das Verständnis der Diaspora beruht auf „Anerkennung notwendiger Heterogenität und Verschiedenheit“, auf einem „Konzept von ‚Identität‘, das mit und von (...) der Differenz lebt, das durch Hybridbildung lebendig ist. Die Identitäten der Diaspora produzieren und reproduzieren sich ständig aufs Neue, durch Transformation und Differenz.“ (vgl. Hall 1994, S.41) Sie müssen lernen, mindestens zwei Identitäten anzunehmen, zwei kulturelle Sprachen zu sprechen und zwischen ihnen zu übersetzen bzw. zu vermitteln.

So sind die Mitglieder der Diaspora eine Zusammensetzung aus alten und neuen Traditionen, eine Vermischung der Herkunfts- mit der Aufnahmekultur.

Die Übersetzerfunktion wird bei den Jugendlichen der zweiten Generation besonders deutlich. Sowohl ihre Musik- als auch ihre Mediengewohnheiten beziehen sie aus verschiedenen „Welten“, bringen diese miteinander in Zusammenhang und lassen neues entstehen.

Auch Hepp, Bozdog und Suna (vgl. 2011, S.14) betonen, dass es sich bei hybriden Identitäten nicht nur um eine Kultur sondern um eine Überlagerung verschiedener kultureller Verdichtungen von Herkunftskultur, der Kultur der Diaspora und der österreichischen Kultur handelt.

3.5 Zum Kulturbegriff

Im Alltagsverständnis findet der Begriff Kultur viele Synonyme, wie Gesellschaft oder Zivilisation, häufig aber wird er auch gleichgesetzt mit Mentalität oder nationaler Eigenart; oft sogar umschrieben mit Metaphern wie „Volksgeist“ und „Nationalcharakter“. Kultur als nicht-

materielle Errungenschaft wird mit Wissen, Kunst und Religion einer Gesellschaft verbunden. Nach Thomas Mann ist Kultur eine „gewisse geistige Organisation der Welt“ (vgl. Joas 2002, S.66)

Hansen versteht unter Kultur sowohl die Gesamtheit von Gewohnheiten (Traditionen), den materiellen und intellektuellen Leistungen, aber auch Standardisierungen einer Gemeinschaft (eines Kollektivs), als auch die Gesamtheit aller öffentlichen und mentalen Repräsentationen eines Kollektivs. Dazu gehören Normen, Weltanschauungen, Meinungen und die unterschiedlichen Formen der Kommunikation (vgl. Hansen 1995, S.15,30)

Hämmig zufolge versteht man unter Kultur oft gemeinsame Wertorientierungen, kollektive Deutungsmuster, allgemeine Verhaltens- und Rollenerwartungen, Wissensbestände, Weltbilder, Lebensformen und Lebensstile. So wird Kultur als ein (anonymes) Produkt sozialer Interaktion verstanden und umfasst tradierte, sozial geteilte, kollektive Interpretationen (vgl. Hämmig 2000, S.67)

Mintzel (1997, S.73) definiert Kultur einfach als das Wertesystem einer Gesellschaft.

Mit dem Kulturbegriff haben sich insbesondere die Cultural Studies auseinandergesetzt. Sie richten ihr Augenmerk bewusst auf die Phänomene der Alltagskultur und auf die verschiedenen sozialen Gruppierungen, Subkulturen und deren kulturelle Praktiken und Erfahrungen mit besonderer Aufmerksamkeit auf die jeweiligen Machtverhältnisse (vgl. Hermann/Hanetseder 2007, S.238) sowie auf den Einfluss der Medien auf verschiedene Identitätsmodelle (insbesondere kulturelle und nationale).

Die Identität einer Gruppe ist dabei das Ziel, Informationen und Kommunikation sind die Mittel, um dieses Ziel zu erreichen. Die Identitäten werden über bzw. durch Unterschiede konstruiert, das bedeutet: Was eine Gruppe von der anderen differenziert, macht ihre Identität aus.

3.5.1 Multikulturalität als Folge von Migration und ihre Auswirkungen auf die Identitätskonstruktion

Multikulturalismus ist ein Begriff, welcher oft in Zusammenhang mit Globalisierung genannt wird. In seiner einfachen und allgemein gehaltenen Definition beschreibt dieser Termini das Bestehen einer multikulturellen Gesellschaft.

Mintzel versteht darunter ein politisches und/oder staatliches Programm, das auf die vorgegebene Tatsache gesellschaftliche Multikulturalität reagiert. „Multikulturalismus verfolgt Anti-Rassismus, interkulturelle Kommunikation und interkulturelles Lernen und strebt die

Gleichwertigkeit unterschiedlicher ethnischer Kulturen in einem Staat als auch Toleranz, Respekt vor anderen kulturellen Muster an.“ (Mintzel 1997, S.63)

Der ausschlaggebende Grund für das Bestehen von multikulturellen Gesellschaften sind die Migrationen der letzten Jahrzehnte. Bei den Grenzen, die aus unterschiedlichen Gründen überschritten werden, handelt es sich nicht nur um Staatsgrenzen sondern auch um Kultur-, Sprach- oder Religionsgrenzen (vgl. Eickelpasch/Rademacher 2004, S.64f). So haben Wanderungen insofern Einfluss auf die Identität, indem sie Identitätskonflikte auslösen.

Wie bereits in den vorhergehenden Kapiteln gezeigt, entwickelt sich die Identität eines Individuums immer im Verhältnis und in Kontakt zu seiner sozio-kulturellen Umgebung und wird von dieser beeinflusst. Der Mensch lernt somit in der Aktion mit anderen Identitäten zu entwickeln und seine eigene Identität zu definieren.

Kulturkontakt kann sich auf die Identität der Migranten sowohl negativ als auch positiv auswirken. Die Intensität und Harmonie bzw. Disharmonie dieses Kulturkontaktes führt letztendlich zu einer gelungenen Integration, Assimilation oder Desintegration bzw. Segregation. Über den Prozess der Enkulturation integriert sich das Individuum in die Aufnahmegesellschaft. Dabei meint Enkulturation den Prozess „...der Übernahme von Kultur durch ein Individuum und die Entwicklung der sog. Sozio-kulturellen Persönlichkeit...“ (Mintzel 1997, S.161)

Im Kontakt mit der fremden Kultur erleben Migranten, sogar die zweite Migrantengeneration, Sozialisationsunterschiede die sich in einer Minderbewertung ausdrücken. Durch diese Ausbildung „minderwertiger“ Identitäten kommt es zu einer weiteren Distanzierung und Abgrenzung zur Aufnahmegesellschaft. Dazu kommt noch, dass durch das Fehlen von geteilten Werten es zu einer Ausbildung von Interaktionsnetzwerken kommt und sich die Migranten so von der Aufnahmekultur völlig abschotten.

Der Kulturkontakt kann aber auch zu einer kulturellen Spaltung führen. Im Leben „zwischen zwei Kulturen“ wurden aus der Sicht der früheren Forschung zwei Möglichkeiten gegeben: Entweder gelingt es der zweiten Generation, in der Mehrheitsgesellschaft sozial und kulturell aufzugehen (Assimilation) oder sie kann sich nicht aus dem Herkunftsmilieu lösen und bleibt den ethnischen Traditionen verhaftet (Segmentation) (vgl. Weiss 2007a, S.13)

Somit ist kulturelle Identität von der Umwelt, in der sich die Angehörigen einer Minderheit befinden bzw. aufhalten, stark geprägt. Denn die Kenntnis der Kultur einer Gesellschaft ist notwendig und Voraussetzung für Interaktionen zwischen den verschiedenen Mitgliedern der Kulturen und macht Verständigung einfacher.

4 Muttersprachenmedien

4.1 Zur Begriffsbestimmung

4.1.1 Ethnomedien/ Minderheitenmedien

Als Ethnomedien bezeichnet man Medien, die in dem Heimatland der Migranten produziert werden und im Aufnahmeland erhältlich sind sowie Medien, welche speziell für Migranten im Aufnahmeland hergestellt als auch verkauft werden. Darüber hinaus werden darunter auch zum Beispiel Zeitungen und Zeitschriften, sowie Fernsehprogramme, jedoch keine Zeitungsteile, Beilagen oder einzelne Sendungen verstanden (vgl. Weber-Menges 2005b, S.242). Somit handelt es sich bei Ethnomedien um Medien in Form von Pressemedien und audiovisuellen Medien. In erster Linie dienen sie der kulturellen Wahrung.

Schneider und Arnold (2006, S.98) nehmen folgende Kategorisierung vor:

Medientyp	Sprache des Mediums	Produktionsort	Zielgruppe	Beispiele
Österreichische Medien	Deutsch	Österreich	Österreicher und Bosnier	Funkhaus Europa
Bosnische Medien	Bosnisch	Bosnien	Bosnier	OBN, Hayat, Avaz, etc.
Hybrid-Medien	Bosnisch	Österreich	Bosnier	Biber, Cosmos ,etc.

Sie haben den Charakter der Selbstrepräsentation, denn sie gehören Migranten und werden von ihnen kontrolliert. Diese Tatsache stellt sicher, dass sich diese dort ohne anderweitigen Einfluss repräsentieren können (vgl. Hepp/Bozdog/Suna 2011, S.124)

Minderheitenmedien oder Ethnomedien werden unterschieden in Medien für Minderheiten im engeren Sinn und Medien für Minderheiten im weiteren Sinn:

Medien für Minderheiten im engeren Sinn: Der Gegenstand ihrer Berichterstattung sind die Minderheiten selbst. Sie richten sich an die Minderheiten, indem sie ihre spezifischen Probleme aufbereiten und diskutieren. Zum Thema werden somit gemacht Integration, Veranstaltungen oder sportliche Ereignisse. Darüber hinaus dienen neben der Informations- und Unterhaltungsfunktion Ethnomedien dazu, ein bestimmtes Segment der Mehrheit auf einen Teilaspekt des Minderheitendaseins aufmerksam zu machen. Zudem bieten sie der Minderheit

die Chance, Öffentlichkeit herzustellen und somit am öffentlichen Diskurs teilzunehmen. Busch (1999, S.253) zufolge sind die beziehungs- und identitätsstiftenden Komponenten der Kommunikation in den Vordergrund getreten, während Informations- und Unterhaltungsbedürfnisse viel mehr von den Mainstreammedien abgedeckt werden. Der Mangel dieser Medien ist ihre geringe Reichweite- sie erreichen nur Volksgruppen. Diese Tatsache wird dann problematisch, wenn es keine Alternativen gibt (vgl. Kogoj 1997, S.22).

Im Sinne von Schneider und Arnolds Typologie sind diese Ethnomedien als Hybrid-Medien zu sehen, da diese in der bosnischen Sprache verfasst, jedoch in Österreich produziert werden und Bosnier als Zielgruppe haben (vgl. Schneider/Arnold 2006, S.98).

Aufgrund ihrer Verbindung zu sozialen Bewegungen können Minderheitenmedien als ein Typ von Alternativmedien betrachtet werden.

4.1.2 Alternativmedien

Die oben genannten Medien für Minderheiten im weiteren Sinn sind Alternativmedien. Sie wurden zu Beginn der siebziger Jahre als Gegenstück zu den herrschenden Massenmedien gegründet und produzieren Gegenöffentlichkeiten. Neben der privatwirtschaftlich organisierten Presse und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunksystem wurden kleine Medienprojekte gegründet, die anders sein wollten als die öffentliche Meinung. Somit riefen Bürger, die mit Macht und Meinung der etablierten Großmedien unzufrieden waren, ihre eigenen Medien ins Leben. Ihrer Andersartigkeit wegen haftete diesen Kleinmedien von Beginn an das Etikett „alternativ“ an. So propagierten sich als Alternativmedien Radiogruppen, Video- und Zeitungsinitiativen (vgl. Weichler 1987, S.1). Sie haben das Ziel, Minderheiten zu Wort kommen zu lassen.

Alternativmedien erscheinen in der Sprache der Minderheit, ihre Berichterstattung aber deckt alle Bereiche des täglichen Lebens wie Außen- und Innenpolitik, Kultur, Ökologie, Repression, Frieden, alternatives Leben, benachteiligte Gruppen usw. ab (vgl. ebd., S.67f), die sich nicht explizit an die Minderheit richten müssen. Diese Gruppe von Medien beinhaltet Tageszeitungen, Zeitschriften, Lifestylmagazine, usw. Ihre Leistung besteht insbesondere in der Sprachvermittlung, Sprachmodernisierung und Aufwertung der Minderheitensprache, auch in der Vermittlung von Medienkompetenzen in den jeweiligen Minderheitensprachen (vgl. Kogoj 1997, S.22) Sie geben aber auch benachteiligten Gruppen die Möglichkeit, die eigenen

Interessen und Zielsetzungen zu artikulieren. Sie stellen ihnen den notwendigen Platz zur Verfügung, den die Mitglieder mit eigenen Beiträgen belegen können.

Darüber hinaus erfüllen Alternativmedien gewisse Forderungen (vgl. Weichler 1987, S.355f):

- Aufgrund ihrer Aufklärungsfunktion sollen Alternativmedien diejenigen Informationen verbreiten, die in den Mainstreammedien unterdrückt werden.
- Alternativmedien sollen durch die Einbeziehung von Rezipienten als aktive Teilhabende die Muster einer unlinearen massenmedialen Kommunikation überwinden.
- Außerdem kennzeichnen sich Alternativmedien durch nicht-hierarchische Arbeitsstrukturen heraus. Ziel ist es, diese Hierarchien bewusst durch demokratische Entscheidungsfindung zu brechen.
- Ein weiteres Charakteristikum von Alternativmedien ist ihr streben nach Unabhängigkeit von Parteien oder Interessensgruppen.

4.1.3 Transkulturelle Medien

Transkulturelle Medien haben Multikulturalität, Zusammenleben und Integration zum Thema. Als Ziel haben Transkulturelle Medien, dass sie Probleme von Migration und Integration beleuchten. Dabei spielen die Ideen von Gegenöffentlichkeit, kultureller Weiterentwicklung und sich auflösenden Grenzen eine entscheidende Rolle. Somit debattieren Sie die Inhalte. Sie wachsen aus dem Bedürfnis heraus, Probleme von Migration und Integration sichtbar zu machen. Dabei nehmen sie eine Stellung zwischen Alternativmedien und Minderheitenmedien ein. Im Gegensatz zu Alternativmedien müssen transkulturelle Medien nicht nicht-kommerziell orientiert sein.

Zudem sind sie Ausdruck einer ausdifferenzierten Mediengesellschaft. Merkmale transkultureller Medien sind die Differenzierung und die steigende Zahl an Medien und Angebotsformen, das Entstehen neuer Medienformen neben den Massenmedien (Zielgruppenzeitschriften, Netzmedien, Spartenkanäle), die „Medialisierung“, d.h. Durchdringung aller gesellschaftlichen Bereiche durch die Medien und eine erhöhte gesamtgesellschaftliche Aufmerksamkeit und Anerkennung der Medien aufgrund von Nutzung und Beobachtung (vgl. Jarren/Meier 2002, S.128)

Transkulturelle Medien betreiben also Nischenmarketing und sind somit Ausdruck transkultureller Grenzüberschreitung.

Sie resultieren aus alternativen Medien und Minderheitenmedien. D.h. sie wuchsen aus Migrantenmedien heraus und sind inhaltlich stark miteinander verknüpft. Sie bieten einen Beitrag zur Thematisierung von Kulturkonflikten und –dialogen – im Gegensatz dazu fördern Migrantenmedien Integration.

Im Gegensatz zu Alternativmedien und Ethnomedien versuchen transkulturelle Medien Migranten Professionalisierung anzubieten.

4.1.4 Muttersprachenmedien aus dem Heimatland

Medien aus dem Heimatland in Österreich zu empfangen ist längst nichts Neues. Kabel- und Satellitenfernsehen sowie das Internet gehören dem Alltag an. So können mediale Inhalte aus Bosnien jederzeit empfangen und rezipiert werden. Es können somit Informationen aus dem Herkunftsland eingeholt werden und Nachrichten und Sendungen in der Muttersprache angeschaut werden.

Im Gegensatz zu Minderheitenmedien, haben Medien aus Bosnien nicht das Ziel der Integration von Migranten in Österreich. Zumindest trifft dies auf diejenigen Medien, die in und nur für Bosnien produziert werden. Sie leisten die gleichen Funktionen wie deutschsprachige Medien, allerdings erbringen sie diese Leistungen für das bosnische gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche System. Sie berichten also nur über Geschehnisse in Bosnien sowie Internationales, können aber keinen Beitrag bzw. keine Hilfestellung bei der Eingliederung der Migranten in Österreichs Gesellschaft leisten. So sagt auch Volf (2001, S.140), dass im Gegensatz zu Ethnomedien Heimatmedien der Diaspora zwar muttersprachliche Anbindung aber keine praktische Informationen über das eigentliche Lebensumfeld der Einwanderer anbieten.

Trotzdem rezipieren Migranten in Österreich Medien aus dem Heimatland aufgrund der starken emotionalen Verbundenheit.

4.2 Voraussetzung für die Entstehung von Minderheitenmedien

Hier soll skizziert werden, unter welchen Bedingungen und Voraussetzungen Minderheitenmedien entstehen können. Cormack (1998, S.39-41⁶ zit. nach Brantner 2002, S.143) fasst verschiedene Faktoren zusammen, die aber nicht unabhängig voneinander sind:

- Die Zahl der Minderheitenangehörigen ist ein Faktor, der oft als der wichtigste angesehen wird, in diesem Zusammenhang wird von einer Million Menschen gesprochen.
- Ein weiterer Faktor ist die Ausübung von politischem Druck. Dieser könnte durch die Zusammenarbeit verschiedener Minderheiten oder durch die Hilfe von Teilen der Mehrheitsbevölkerung, denen die Wichtigkeit der Minderheitensprachen bewusst ist, gewährleistet werden.
- Wichtig ist auch die politische Struktur der Staaten und die Politik gegenüber Minderheiten.
- Ein anderer Faktor ist der symbolische und soziale Status der Minderheitensprache, der aber generell relativ gering ist.

Riggins (vgl. 1992, S. 285f) stellt Parameter auf, die wichtig für das Überleben und Wirken von Minderheitenmedien sind:

- Die finanzielle und organisatorische Gebarung sollte in der Hand der Minderheiten selbst liegen, unterstützt durch ein System von Förderungen.
- Das Medium sollte auf die Informationswünsche und Vorstellungen der Gemeinschaft eingehen.
- Es sollte eine festgelegte Informationsversorgungspolitik institutionalisiert werden, die aus einer guten Mischung aus Informationen der Mehrheitsgesellschaft und denen, die Minderheiten betreffen, besteht.

Riggins zufolge soll auf diese Art der Medienpolitik die Kulturautonomie, also die autonome Selbstverwaltung der kulturellen Angelegenheiten durch die Minderheit gefördert werden.

⁶ Cormack, Mike: Minority Language Media in Western Europe. Preliminary Considerations. In: European Journal of Communications. VOL. 13(1) 1998

4.3 Strukturmerkmale von Minderheitenmedien

Josef Trappel (1991, S.26ff) hat sich mit der Struktur der Minderheitenmedien auseinandergesetzt und ist zu folgenden Merkmalen gekommen:

Geringe Marktgröße: Das grundlegende Kennzeichen von Ethnomedien ist, dass Presseerzeugnisse für Minderheiten meist nicht kostendeckend, geschweige denn gewinnbringend vertrieben werden können. Grund dafür ist ihre niedrige Auflagenzahl. Somit haben Minderheitenmedien also mit den für kleinere Märkte typischen Problemen zu kämpfen.

Abhängigkeit: Minderheiten sind von Mainstreammedien abhängig und müssen viel stärker Rücksicht nehmen auf Entscheidungen der Mehrheit als umgekehrt. Zu den Rahmenbedingungen für Minderheiten zählen neben der Medien- und Minderheitenpolitik auch die Sprachraumgröße der eine Minderheit angehört. Je größer und bedeutender der Sprachraum, um so größer ist auch die Möglichkeit ein umfangreiches mediales Angebot nutzen zu können. So nimmt mit der Größe eines Kommunikationsraumes die Beachtung durch Massenmedien zu.

Fehlen einer medialen Vollständigkeit: Sprachminderheiten verfügen über keine mediale Vollständigkeit. Das heißt, dass es kein Set von Medienangeboten gibt, welches imstande wäre, von Special- Interest- Zeitschriften und Comics bis hin zu Unterhaltungsfilmern alle Bereiche medialer Bedürfnisse abzudecken. Ethnomedien bewegen sich vor allem zwischen Vereinszeitungen und Magazinsendungen, in denen Folklore und Traditionspflege dominieren. So können mit diesen Sendungen bestimmte Bevölkerungsgruppen innerhalb der Minderheit medial so gut wie gar nicht erreicht werden.

Stark segmentiertes Publikum: Mitglieder von Sprachminderheiten sind nicht nur im Hinblick auf Sprache und Ethnie zu reduzieren, sondern gehören außerdem anderen gesellschaftlichen Gruppen an. Dies bedeutet, dass das Publikum von Minderheitenmedien vielschichtig und inhomogen ist, da deren Interessen, Einstellungen, Lebens- und Erlebensweise genauso wie bei allen Bevölkerungssegmenten auseinanderklaffen.

Ressourcenknappheit: Ressourcenknappheit kennzeichnet sich hinsichtlich Personal und Technik. So ist eines der größten Probleme die Rekrutierung von journalistisch kompetenten

Mitarbeitern. Auf der einen Seite ist die Zahl der potentiellen Journalisten in Volksgruppen gering, auf der anderen verfügen Minderheitenmedien in der Regel über ein geringes Budget.

Darüber hinaus sind nach Riggins (1992, S.14) Minderheitenmedien selten kommerziell angelegt, viel mehr sind sie wie alternative Medien strukturiert. Die Mitarbeit erfolgt auf freiwilliger Basis, die unterbezahlt ist. Außerdem ist die Lebenserwartung von Minderheitenmedien kurz.

4.4 Zum Verhältnis von Ethnomedien und Mainstreammedien

Ethnomedien haben sich im Zuge der technologischen Medienumbrüche in den beiden letzten Jahrzehnten zu immer stärkeren Konkurrenten der deutschsprachigen Mainstreammedien entwickelt (vgl. Geißler/Pöttker 2005, S.392). Eine Entwicklung hin zu einem ethnisch pluralem Mediensystem und eine ethnisch plurale Öffentlichkeit konnte beobachtet werden. Dieser technische Fortschritt und vor allem die Verwendung von Satelliten und die Digitalisierung in der Fernmeldetechnik haben einen transnationalen Strukturwandel der Öffentlichkeit bewirkt (vgl. Reljić 2001, S.37), welche das Existieren einer kleineren, ethnischen Teilöffentlichkeit neben der dominanten deutschsprachigen Öffentlichkeit erlaubt (vgl. Geißler 2005, S.7f).

Zwar ist der Unterschied zwischen ethnischen Medien und den deutschsprachigen Mainstreammedien gering, da ethnische Minderheiten keine anderen Interessen als die Mehrheit haben, dennoch ist dies kein Grund, sich den Massenmedien völlig zu entziehen. Da Ethnomedien das Geschehen in Österreich nur sehr unzureichend widerspiegeln können, ist die Nutzung der österreichischen Medien eine wichtige Voraussetzung für Migranten, um die Hintergründe der Vorgänge verstehen zu können und dadurch angemessen am gesellschaftlichen, ökonomischen, politischen und kulturellen Leben Österreichs teilzunehmen (vgl. Geißler/Pöttker 2005, S. 394). So bieten die Mainstreammedien den Mitgliedern ethnischer Minderheiten wichtige Orientierungshilfen für eine erfolgreiche Integration an.

Eurich (1980, S.252f) beschreibt Unterscheidungsmerkmale zwischen alternativen Medien und Massenmedien. Mit alternativen Medien meint er dabei Obdachlosenzeitungen, Studentenzeitungen aber auch Minderheitenzeitungen.

	Massenmedien	Alternative Medien
Ziel und Zweck der Produkterstellung	Profiterzielung, Vertikale Kommunikation, Orientierung, Information, Meinungsbildung, Aktualität, Unterhaltung	Ergänzung lokaler Öffentlichkeit, Abbau von Informationsdefiziten, Horizontale Kommunikation ermöglichen, Alltagsprobleme entprivatisieren, Alternativen aufzeigen, Aktionen initiieren, Partei ergreifen, Praktische Politik betreiben, Kontakte des Lesers vergrößern
Zielgruppe/Reichweite	Allgemeine Öffentlichkeit	(überwiegend lokale) Randgruppen, Minderheiten, Betroffene
Gebrauchswert	Information, Orientierung, Meinungsbildung, Unterhaltung, Kommunikation anregen	Information, Orientierung, Meinungsbildung, direkte Umsetzbarkeit von Informationen, Kommunikation anregen
Technische Produktionsmittel	Nur von Spezialisten zu bedienen, professionell	Leicht handhabbar, semi-professionell
Produzenten	Professionelle Journalisten, Trennung Kommunikator-Rezipient	Laienpublizisten, basisnahe Redakteure, versuchte Aufhebung der Trennung Kommunikator und Rezipient
Finanzierung/Wirtschaftlichkeit	Verkauf, Gebühren, Werbung, markt- und profitorientiert	Verkauf, Eigenmittel, Spenden, Kostendeckungsprinzip
Produktionsprozess	Festgeschriebene Arbeitsteilung durch individuelle Verantwortlichkeit	Improvisierung, Organisationsprobleme
Zugang	Eingeschränkt, bedingt	offen

	möglich	
Durchschaubarkeit	Nur bedingt angestrebt, nur bedingt gegeben	Gegeben, immanent und angestrebt
Feedback	Nur bedingt, meist Alibifunktion	Direkt, Eigenbeiträge, Teilhabe sind nicht Teile des Programms, Diskussionsforen, Kontrolle durch die mögliche Teilhabe am Produktionsprozess
Inhalte	Abstrahierend, aktuell, universell, Ungewöhnlichkeit (sensationsbezogen), Herrschaftsorientiert, Honorarorientierung, Legitimation	Konkret, alltagsbezogen, problembezogen, lebensraumbezogen, Bedürfnis- und Interessensartikulation, Betroffenorientierung, Kritik, Alternativen „Konkrete Utopie“
Abhängigkeit von dritter Seite- Fremdbestimmung	Abhängigkeit vom Markt und werbetreibender Wirtschaft, von Verwaltung, Institutionen und Parteien	Dysfunktional

Tabelle: Eurich 1980, S.252f

Müller (2005, S. 326, adaptiert und bearbeitet vom Verf.) bezieht sich bei dieser Kategorisierung auf Deutschland, doch diese kann auch für den österreichischen Markt verwendet werden:

	Deutschsprachige/ Österreichische Medien	Ethnomedien	Auslandsmedien
(Haupt-) Zielgruppe	Österreicher in Österreich	Ethnische Minderheiten in Österreich	Bewohner anderer Länder
(Hauptsächl.)	Österreicher in	Ethnische	Bewohner anderer

Produzenten	Österreich	Minderheiten in Österreich	Länder
Besitz/ Kontrolle	Deutsche in Deutschland	Ethnische Minderheiten in Deutschland	Bewohner anderer Länder

Unter Auslandsmedien sollen z.B. transnationale Angebote verstanden werden wie Auslandsrundfunk.

4.5 Funktionen von Massenmedien

Medien erfüllen unterschiedliche Funktionen bzw. Leistungen für das gesamtgesellschaftliche System. An dieser Stelle sollen diese bereits bekannten massenmedialen Funktionen von Burkart angeführt werden:

FUNKTIONEN DER MASSEN MEDIEN		
soziale	politische	ökonomische
○ Informationsfunktion		
<ul style="list-style-type: none"> ○ Sozialisationsfunktion ○ soziale Orientierungsfunktion ○ Rekreationsfunktion (Unterhaltung, Eskapismus) ○ Integrationsfunktion 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Herstellen von Öffentlichkeit ○ Artikulationsfunktion ○ politische Sozialisations- bzw. Bildungsfunktion ○ Kritik- und Kontrollfunktion 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Zirkulationsfunktion + Wissensvermittlung + Sozialtherapie + Legitimationshilfe ○ regenerative Funktion ○ herrschaftliche Funktion
soziales	politisches	ökonomisches
GESELLSCHAFTLICHES SYSTEM		

(Tabelle: Burkart 2002, S.382)

Soziale Funktion: Unter sozialen Funktionen sollen all jene Leistungen der Medien verstanden werden, die die Medien im Hinblick auf das soziale und gesellschaftliche System erbringen (vgl. Burkart 2002, S.383). Als eine der wichtigsten Leistungen der Massenmedien wird die Sozialisationsfunktion verstanden.

Nach Ronneberger ist Sozialisation durch Massenkommunikation in zweierlei Hinsicht zu verstehen: „1. Als Vermittlung von (wenn auch bisweilen unterschiedlichen, sogar einander widersprechenden) Leitbildern, Werten und Normen des Denkens und des Handelns sowie 2. Als Vermittlung von Denkformen und Verhaltensweisen, die das Leben in komplex organisierten Gesellschaftssystemen überhaupt erst ermöglichen und die zugleich auch der Erhaltung und Weiterentwicklung dieser Gesellschaften dienen.“ (ebd., S.385)

Eine weitere wichtige Leistung die Medien erbringen, ist die soziale Orientierung. In der sozialen Orientierung nehmen Medien einen wichtigen Stellenwert ein und versorgen uns täglich mit wichtigen Details und Informationen, die uns helfen, sich in der Umwelt zurechtzufinden (Vgl. ebd., S.386).

Darüber hinaus erfüllen Medien auch eine Rekreations- oder Gratifikationsfunktion. Dadurch bieten sie Unterhaltung, Erholung und Ablenkung. Aufgrund dessen folgt der Gratifikationsfunktion meist die Eskapismusfunktion der Medien (vgl. ebd., S.387).

Die vierte soziale Funktion die Medien erfüllen ist die Integrationsfunktion. Burkart zufolge besteht durch die verschiedenen Gruppen und Verbände die Gefahr des Auseinanderklaffens. Hier sieht Burkart die Bedeutung der Medien, denn sie können Integration herstellen und bewahren. Integration sei demnach nur mehr mit Hilfe der Massenmedien erreichbar (vgl. ebd., S.387) So erfüllen die Medien ihre integrative Funktion, indem z.B. der öffentlich-rechtliche Rundfunk versucht, Minoritäten und Randgruppen zu berücksichtigen und auf deren Nöte und Schwierigkeiten einzugehen. Es sollen möglichst alle gesellschaftlichen Gruppen präsentiert werden.

Politische Funktion: Unter politischen Funktionen sollen all jene Leistungen der Massenmedien verstanden werden, welche sie im Hinblick auf das politische System erbringen. Das Herstellen von Öffentlichkeit ist somit die zentrale Funktion der Medien. Öffentlichkeit entsteht hauptsächlich dadurch, dass Informationen über die Massenmedien veröffentlicht und damit der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden (vgl. ebd., S.390f).

Medien bilden sozusagen ein Podium für die Artikulationsfunktion. Diese Funktion stellt Medien als ein Sprachrohr für alle dar (vgl. ebd., S.393).

Medien sind des weiteren als politischer Sozialisationsfaktor zu betrachten. Auch das politische System ist in Anbetracht durch den Differenzierungsgrad moderner Gesellschaften unübersichtlich geworden. Dieser Umstand macht sich in Desintegrationstendenzen bemerkbar. Insofern bedeutet politische Sozialisation, dass die politischen Rollen transparent gemacht

werden und somit aktive Teilnahme am politischen Geschehen ermöglicht wird. Außerdem beinhaltet diese Funktion auch die politische Bildung (vgl. ebd., S.394f)

Massenmedien eignen sich auch dazu, eine Kritik- und Kontrollfunktion zu erfüllen. Die Medien bieten die Möglichkeit, Kritik an Machträgern auszuüben und ihre Tätigkeit zu kontrollieren. Diese Funktion kann aber nur dann erfüllt werden, wenn die Medien unabhängig von Einflüssen sind (vgl. ebd., S.395f).

Ökonomische Funktion: Hierunter sollen alle Leistungen der Medien verstanden werden, die sie im Hinblick auf die gesellschaftliche Umwelt als ökonomisches System erbringen, das nach kapitalistischen Prinzipien organisiert ist. Alleine durch ihr Bestehen ermöglichen Massenmedien Kapitalverwertung (vgl. ebd., S. 397f).

Information: Die bedeutende Informationsfunktion wird im Hinblick auf die drei genannten Gebiete, nämlich Soziales, Politik und Ökonomie gebracht. Der Informationsgehalt einer Mitteilung hängt nicht von dieser selbst ab, sondern auch vom Informationsstand des Empfängers. Da der Informationsgehalt aber immer etwas neues ist, ist er eine unveränderliche Größe. Informationen können im Rahmen von Primärerfahrungen, also im direkten Kontakt mit Dingen, oder sekundär, über Symbole, erlangt werden. Informationsvermittlung über die Medien erfolgt sekundär. Das bedeutet, an Stelle unserer eigenen Erfahrungen präsentieren uns die Medien neue Wirklichkeiten. Dabei ist die Objektivität von großer Bedeutung, da Erfahrungen möglichst unverzerrt bleiben sollen (vgl. ebd., 402ff).

Für McQuail (1983, S.82f⁷ zit. nach Meyen 2001, S. 16) sind folgende Funktionen bedeutsam:

Funktionen der Massenmedien	
Informationsbedürfnis Orientierung in der Umwelt Ratsuche Neugier Lernen Sicherheit durch Wissen	Integration und soziale Interaktion In Lebensumstände anderer versetzen Zugehörigkeitsgefühl Gesprächsgrundlage Geselligkeitersatz, Partnerersatz Rollenhilfe

⁷ McQuail, Denis: Mass Communications Theory. An Introduction. London, 1983

	Kontakt finden
Bedürfnis nach persönlicher Identität	Unterhaltungsbedürfnis
Bestärkung persönlicher Werte	Wirklichkeitsflucht, Ablekung
Suche nach Verhaltensmodellen	Entspannung
Identifikation mit anderen	Kulturelle und ästhetische Erbauung
Selbstfindung	Zeit füllen
	Emotionale Entlastung
	Sexuelle Stimulation

Bei McQuail spielt noch die Funktion „Bedürfnis nach persönlicher Identität“ eine Rolle, welche auch für diese Arbeit von höchster Relevanz ist.

4.5.1 Die Funktionen der Muttersprachenmedien

Minderheitenmedien erfüllen die gleichen Funktionen wie Mainstreammedien. Über diese traditionelle Funktion der Medien hinaus verfolgen sie das Ziel der kulturellen Bewahrung und auch der Bewahrung von ethnischen Identitäten. So fungierten ethnische Medien am Anfang vor allem als Brücke zur Heimat. Heute übernehmen sie die Funktion als Sprachrohr der Migranten mit multikulturellen Inhalten (vgl. Reljić 2001, 41). Darüber hinaus dienen sie als Plattform für Meinungen (vgl. Güntürk 1999, S.138). So können sie als ein wichtiger Faktor für das Überleben von Minderheitenkulturen sein, sie sind aber nicht allein dafür verantwortlich. Auf der anderen Seite dienen sie der Orientierung in der neuen Heimat.

Oft geht es den ethnischen Medien aber um die Verbesserung des Informations- und Kenntnisstandes hinsichtlich der Entwicklungen in ihrer neuen Heimat. Solche Medien vertreten auf der einen Seite Interessen, auf der anderen Seiten sind sie wichtige Mittel zur Thematisierung der verschiedenen Belange der Migranten (vgl. Kumru 2010, S. 49f).

Fernsehen, Internet

Muttersprachliches Fernsehen hat für viele Migranten einen unvergleichbaren Unterhaltungswert und die diversen Programme auf den Sendern können die Emotionen der Zielgruppe gut ansprechen. Auch das Fernsehen hat die Funktion einer „Brücke zur Heimat“, denn durch die Möglichkeit Fernsehsender aus der Heimat zu empfangen wird einheimisches Fernsehen nicht nur attraktiv sondern auch unverzichtbar. Aufgrund dessen ist Fernsehen für die

zugewanderte Bevölkerung das Leitmedium (vgl. Zambonini 2010, S.33). Aber auch das Internet zu einem unverzichtbaren Kommunikationsmittel, insbesondere für die Jugendlichen Migranten entwickelt. Auch dieses kann als „Brücke zur Heimat“ betrachtet werden. Über die neuen Portale haben die Jugendlichen die Möglichkeit, sich über bestimmte Themen auszutauschen, die in den Mainstreammedien überhaupt keine Beachtung bekommen (vgl. Kumru 2010, S.50)

Die beziehungs- und identitätsstiftenden Komponenten der Kommunikation sind bei den Minderheitenmeiden in den Vordergrund getreten, wohingegen Informations- und Unterhaltungsbedürfnisse zum Großteil nur mehr von Mainstreammedien abgedeckt werden (vgl. Busch 1999, S.252f)

Integrationsfunktion

In der Kommunikationswissenschaft wird ein kontrovers geführter theoretischer Diskurs über die potentiell integrative Funktion der Medien diskutiert. Dabei handelt es sich um folgende zwei bzw. drei Ansichtsvarianten:

Die medienzentrierte Perspektive behauptet, dass Medien durch die Vermittlung über aktuelle Informationen und politische Orientierung, zum Beispiel durch die Herstellung einer geteilten Agenda der gesellschaftlich und politisch wichtigen Themen und Probleme, einen Beitrag zur Sozialisation und Integration leisten. Dadurch ermöglicht sie Meinungsbildung. Außerdem leisten Medien somit einen Beitrag zum Zusammenhalt der Gesellschaft, so etwa durch die Kultivierung gemeinsamer Realitätsvorstellungen. Indem die Medien allen Interessensgruppen als Sprachrohr dienen, tragen sie zu einem vielfältigen Gesellschaftsbild bei und können so Vorurteile abbauen und zugleich Toleranz und Verständnis schaffen.

So wird angenommen, dass Personen mit Migrationshintergrund sich besser integrieren, wenn sie die Programme der nationalen TV-Anbieter im Gastland denjenigen ihrer Herkunftslandes vorziehen (vgl. Caroe⁸ 2004, S.186 zit. nach Bonfadelli/ Priska/ Hanetseder/ Hermann/ Ideli/ Moser 2008, S.22).

Im Gegensatz dazu steht die rezipientenorientierte Perspektive, die davon ausgeht, dass über Kabel und Satellit empfangbare Medienmenu eine immer stärker individualisierte Nutzung zulässt. So können Mitglieder fremder Kulturen auch in Österreich ihrer Herkunftskultur verhaftet bleiben. Im Sinne der Trendverstärkungshypothese kann so das Fernsehen dazu

⁸ Caroe, Christiansen: News Media Consumption among Immigrants in Europe. In: Ethnicities, 4 (2), 2004, S.185-207

beitragen, dass sich die Ausländer in Österreich kaum integrieren, die Medien als tendenziell desintegrierend wirken.

Eine weitere, hier anknüpfende Perspektive, die transnationale Perspektive behauptet, dass die anhaltende Nutzung von Fernsehnachrichten aus dem Heimatland als transnationale soziale Praxis betrachtet werden kann, welche qualitativ wertvolle kulturelle Bezüge zwischen dem Herkunftsland und dem Gastland ermöglicht, die aber nicht unbedingt nur als Rückzug in die Isolation interpretiert werden müssen (vgl. Caroe 2004, S.187ff⁹ zit. nach Bonfadelli/ Priska/ Hanetseder/ Hermann/ Ideli/ Moser 2008, S.22).

In diesem Sinne können auch die modernen Massenmedien Identitätsprozesse im Sinne einer Brückenfunktion unterstützen, indem sie Informationen, Hintergrundwissen und Orientierung liefern. Dies soll aber sowohl im Bezug auf die österreichische als auch über die Herkunftsgesellschaft der Migrationsjugendlichen passieren. Forscher betonen dabei aber nicht nur die dokumentarischen Medienangebote der Printmedien etwa, sondern auch die fiktionalen Angebote der audiovisuellen Medien wie Fernsehserien, Spielfilme, Unterhaltungsshows oder Musik. So würde dieser Content die Möglichkeit bieten, sich konkret mit den verschiedenen kulturellen Kontexten auseinanderzusetzen (vgl. ebd., S.33).

Auch die gleichberechtigte Teilnahme von Minderheiten am öffentlichen Kommunikationsprozess stellt die Voraussetzung für Integration dar. Jedoch ist die Präsenz von Einwanderern in der österreichischen Medienlandschaft beschränkt (vgl. Volf 2001, S. 127).

Die Frage nach der kulturellen Bewahrung der Medien als Integrationsfaktor wird häufig in Frage gestellt. In dieser Hinsicht ist es wichtig, die Nutzungsgründe der Ethnomedien genauer in Betracht zu ziehen. Wo in den 60er Jahren der ethnisch-mediale Content Gastarbeitern Bindung an das Heimatland bot, werden die Muttersprachenmedien heute aus unterschiedlichen anderen Gründen rezipiert. Die heutigen, zweiten bzw. dritten Generationen nehmen beide Kulturen als eine Chance wahr. Durch das daraus entstandene Selbstbewusstsein entwickelte sich eine Bindung an die Herkunftsgesellschaft. Für eine Integration ist aber zusätzlich interkulturelle Kommunikation notwendig. So sind Minderheitenmedien eine Möglichkeit, Integration zu fördern, da aufgrund der bosnischsprachigen Medien diejenigen Informationen aufgenommen werden, die in den deutschsprachigen Medien keinen Platz finden. So ermöglichen Minderheitenmedien politische Artikulation (vgl. Güntürk 1999, S.141f). Denn durch Nicht-

⁹ Caroe, Christiansen: News Media Consumption among Immigrants in Europe. In: Ethnicities, 4 (2), 2004, S.185-207

Repräsentanz in den Massenmedien wird das Bedürfnis nach medialer Versorgung über Ethnomedien befriedigt. So können Medien im Aufnahmeland sowohl die soziale als auch die kulturelle Integration fördern, aber auch behindern. Sie sind nur dann hilfreich, wenn sie diejenigen Informationen zur Verfügung stellen, die Migranten bei der Bewältigung täglicher, kultureller, sozialer und individueller Probleme brauchen.

Sprache

In Bezug auf die Sprache kommt Minderheitenmedien eine besondere Rolle zu. In besonderem Maße gilt dies für Zuwanderer, deren Sprache nicht in der Schule unterrichtet wird. In den meisten Fällen tritt das Kind schon vor dem Kindergartenalter in Kontakt mit der deutschen Sprache- nämlich über das Fernsehen. Später wird sowohl im Kindergarten als auch über alltägliche Kommunikationssituationen Deutsch unter den Regeln der natürlichen Zweisprachigkeit erlernt.

Zur genaueren Funktion der Sprache in Medien wird in Kapitel 5.6 diskutiert.

Soziale Nützlichkeit

Zwar ist die Funktion „soziale Nützlichkeit“ auch eine, die den Massenmedien zugeschrieben wird, doch für Migranten spielt sie eine besonders große Rolle. Mit sozialer Nützlichkeit sind nach Maletzke Auswirkungen gemeint, die der Medienkonsum auf direkte, persönliche Kommunikationssituation hat. Denn die Tatsache, dass Medienaussagen und hier insbesondere diejenigen aus dem Fernsehen, Anregungen und Stoff für Gespräche überall im sozialen Umfeld bieten, ist bekannt. Nicht ohne Grund werden Sendungen verfolgt, um „mitreden zu können“ (vgl. Maletzke 1980, S. 140). So liefert der mediale Content Stoff für die Kommunikation mit realen Personen. Daraus schließt sich letztendlich soziale Kommunikation.

Für Migranten ist dieser Punkt insofern wichtig, als das er eine Möglichkeit bietet, den Mangel an Primärkontakten zu Mitmenschen der Aufnahmegesellschaft zu verringern. Insbesondere liefern die Medien hier Gesprächsstoff über das Geschehen im Aufnahmeland. Umgekehrt könnte man argumentieren, dass aufgrund eines erhöhten muttersprachlichen Medienkonsums es keinen gemeinsamen Gesprächsstoff gibt und sich so die Migranten desintegrieren.

In diesem Sinne spricht Riggins (1992, S.4) von einer „duale Rolle“ der Minderheitenmedien und meint damit, dass sie auf der einen Seite zwar für Pluralität sorgen und die Informationsansprüche Ihrer Rezipienten befriedigen, doch auf der anderen Seite haben sie eine assimilatorische Wirkung. Allgemein betrachtet, meint Riggins, dass Ethnomedien auf die Dauer

gesehen weder totale Assimilierung noch kulturelle Bewahrung nach sich ziehen, sondern viel mehr Bewahrung als Folge haben.

So können Ethnomedien zwar ein wichtiger Faktor für das Überleben von Minderheiten sein, doch sie sind dafür nicht alleine verantwortlich. Riggins (ebd., S.276) meint, dass das Überleben einer Minderheit auch eine kritische demographische Masse, eine Beharrlichkeit der traditionellen Institutionen und ein großer Anteil politischer Überzeugungsarbeit voraussetzt. Des Weiteren hängt ihr Überleben vom Willen, einen kulturellen Pluralismus aus ideologischen oder praktischen Gründen zu fördern, ab.

Mainstreammedien hinterlassen aus strukturellen Gründen eine kommunikative Lücke bei Migranten, welche dann durch Ethnomedien ausgefüllt werden. Doch leider gibt es kaum wissenschaftliche Befunde darüber, wie Ethnomedien die kommunikative Lücke konkret ausfüllen. Hierfür wären Inhaltsanalysen notwendig (vgl. Geißler 2010, WSKO, S.13)

5 Identitätskonstruktion durch Medien

5.1 Medienwirkung

Unter „Medienwirkung“ im weitesten Sinne können nach einer Definition von Maletzke sämtliche Verhaltens- und Erlebnisprobleme verstanden werden, die darauf zurückzuführen sind, dass der Mensch Rezipient der Massenkommunikation ist (Maletzke 1963, S.189f¹⁰ zit. nach Weber-Menges 2005a, S. 129).

In einer engeren Definition werden darunter all jene Prozesse in der postkommunikativen Phase verstanden, die als Resultate der Massenkommunikation ablaufen sowie in der kommunikativen Phase all jene Verhaltensweisen, die aus der Zuwendung der Menschen zu massenmedial vermittelten Inhalten resultieren (vgl. ebd. , S.129).

Die Frage nach der Medienwirkung an sich lässt sich allerdings nicht pauschal und einfach beantworten. Es muss zu einer tatsächlichen Mediennutzung kommen, um überhaupt Medienwirkung beobachten zu können.

Das Ausmaß der Wirkung des Einflusses hängt außerdem von mehreren Bedingungen ab. Um überhaupt wirksam sein zu können, müssen Medien ihr Publikum erreichen. Medien können dann Einfluss haben, wenn über Ereignisse berichtet wird, die der Rezipient nicht mit eigenen Augen überprüfen kann. Darüber hinaus ist die Konsonanz der dargestellten Realität von wesentlicher Bedeutung für die Wirksamkeit von Medien. Daraus ergibt sich, dass Medien Einfluss haben, wenn sie über einen längeren Zeitraum hinweg immer die gleichen Ansichten verbreiten. Maßstäbe sind immer Authentizität und Glaubwürdigkeit (vgl. Schönbach 1994, S.14f).

Nach Maletzke kommt es in den Bereichen Verhalten, Wissen, Meinungen und Attitüden, Emotionen und in den Tiefensphären des Psychischen zu Veränderungen durch Massenkommunikation (vgl. Maletzke 1988, S.192).

5.1.1 Uses-and-Gratifikations-Approach

Zentrales Forschungsgebiet des Uses-and-Gratifikations-Approach ist die Mediennutzung und ihre Funktionen. So wurde die traditionelle Frage „What do the media do to people?“ umgekehrt in „What do people do with the media?“.

¹⁰ Maletzke, Gerhard: Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik. Hamburg, 1963

Dieser Ansatz stellt den Rezipienten als aktiven Teilnehmer im Kommunikationsprozess ins Zentrum der theoretischen Überlegungen, indem er den einzelnen als Ausgangspunkt für die Erklärung von Medienzuwendung nimmt, und danach fragt, warum sich Rezipienten bestimmten Medien, ihren Inhalten und Programmen zuwenden.

Die Hauptannahme des Nutzenansatzes besteht darin, dass Medien vor allem deshalb genutzt werden, weil man sich davon eine Belohnung erwartet.

So sucht der Mensch als Rezipient im Erleben von Medienaussagen oder -inhalten die Befriedigung von seinen Bedürfnissen, Interessen oder Wünschen. Diese Befriedigung bedeutet für ihn einen Nutzen (Gratifikation). Mediennutzung in Form von Auswahl und Zuwendung erfolgt also nach dem Prinzip des Nutzens, den sich der Rezipient davon verspricht (vgl. Maletzke 1988, S.23f).

Beachtet werden muss dabei, dass diese Gratifikationen subjektspezifisch sind, d.h. verschiedene Personen nutzen dasselbe Medium aus unterschiedlichen Gründen und erhalten auch unterschiedliche Gratifikationen aus dieser Nutzung (vgl. Burkart 1998, S.219f).

Der aktive Rezipient nutzt also die Medien überwiegend als Mittel zum Zweck und instrumentalisiert sie für die Erreichung bestimmter Ziele.

Hinsichtlich der Mediennutzung von Migranten bzw. ethnischen Minderheiten stellt man sich die Frage: Inwiefern ziehen Migranten Medien aus ihrer Heimat den österreichischen Medien vor? Warum zeigen sich bestimmte Präferenzen und welche Erklärungen gibt es hierfür? Welchen Nutzen erhoffen sich Migrantenjugendliche durch die Rezeption von Muttersprachenmedien? Sind sich die Jugendlichen unsicher hinsichtlich ihrer Identität und erhoffen sich mediale Identitätsangebote durch die Rezeption als Belohnung?

Solche Phänomene werden oft mit grundlegenden Dimensionen wie Bildung, sozioökonomischer Status, Sprachkenntnisse, Religion oder ethnische Identität geklärt (vgl. Piga 2007, S.211).

Maletzke (1988, S. 26f) fasst die zentralen modelltheoretischen Grundannahmen des Uses-and-Gratifications-Approach zusammen:

- Der Rezipient entscheidet aktiv über die Rezeption bzw. Nutzung von Medien und Medieninhalten.
- Die Handlungen der Rezipienten sind zielgerichtet und intentional.
- Die Zuwendung zu den Medien wird durch eine Nutzenkalkulation gesteuert.
- Medien-Nutzung stellt einen Akt der Bedürfnisbefriedigung dar und steht damit in Konkurrenz zu alternativen Arten der Bedürfnisbefriedigung.
- Die Rezipienten sind sich ihrer Bedürfnisse und Motive zur Mediennutzung bewusst.

5.2 Mediale Integration

Geißler hat sich mit dem medialen Paradigmenwechsel beschäftigt und entwickelte das Konzept der medialen Integration. Es ist der Versuch, die Probleme die mit der Rolle der Massenmedien bei der Integration von Migranten zusammenhängen, auf den Begriff zu bringen. Dabei umfasst die mediale Integration drei miteinander verschränkte Aspekte:

- „den Beitrag der Massenmedien zur Integration der Menschen mit Migrationshintergrund (...) in die deutsche Gesellschaft,
- die Integration der Migranten in das Mediensystem sowie
- die Integration der Migranten in die medial hergestellte Öffentlichkeit.“ (Geißler 2010, S.8f)

Das Konzept der medialen Integration weist einen Doppelcharakter auf: Auf der einen Seite ist es ein analytisches Konzept zur wissenschaftlichen Analyse der Rolle der Massenmedien bei der Eingliederung der Migranten; auf der anderen Seite ist es aber auch ein politisch-normatives Konzept mit dem Ziel, Vorstellungen über die Integration der Migranten und welche Rolle dabei die Massenmedien wahrzunehmen haben, zu entwickeln (vgl. ebd., S.9).

So unterscheidet Geißler drei Modelle medialer Integration bzw. Nicht-Integration: Mediale Segregation, assimilative mediale Integration (oder mediale Assimilation) und interkulturelle mediale Integration (die folgende Beschreibung der Charakterisierung bezieht sich auf Geißler 2005, S. 71-78).

Mediale Segregation: Die mediale Segregation stellt den Gegentyp zur medialen Integration dar. Die mediale Segregation ist die Folge von Parallelgesellschaften oder Ghettoisierungen. Das heißt, sie entstehen dann, wenn ethnische Minderheiten im Wesentlichen Ethnomedien nutzen und sich somit der Aufnahmegesellschaft gegenüber abschotten. Da Ethnomedien stark an der Herkunftskultur orientiert sind, geben im Extremfall weder Informationen über das Aufnahmeland, noch Hilfe zur Bewältigung von Integrationsproblemen. Dabei kann der Konsum von ausschließlich muttersprachlichen Medien als Folge von der negativen Berichterstattung von Ausländern in der Aufnahmegesellschaft gesehen werden.

Assimilative mediale Segregation: Sie ist der Gegenpol zur medialen Segregation und geht davon aus, dass im sozialstrukturellen Bereich die ethnischen Minderheiten „institutionell“ eingegliedert sind, d.h. dass sie in der funktional wichtigen Institution Medien angemessen repräsentiert werden. Seien dies Manager, Kontrolleure oder auch Eigentümer. Dieses Modell

geht also davon aus, dass ethnische Minderheiten sozialstrukturell angeglichen sind. Die Medieninhalte haben dabei keine ethnospezifischen Bezüge, da die Minderheiten als sozialstrukturell besondere Gruppe nicht mehr existieren. Somit sind sie in der Vielfalt der deutschen Medienkultur aufgegangen und haben sich assimiliert, sowohl kognitiv als auch sozial und identifikatorisch. In diesem Sinne gibt es auch keine ethnischen Teilöffentlichkeiten, weil keine Ethnomedien existieren und die Minderheiten deutschsprachigen Medien genauso wie die Einheimischen selbst. Somit widerspricht die assimilative mediale Integration den psychischen Befindlichkeiten und Interessen der Migranten, die nicht völlig mit ihrer Herkunftskultur brechen möchten, wohingegen die mediale Segregation die erwünschte Integration verhindert.

Interkulturelle mediale Integration: Die integrativen Erfordernisse und die spezifischen sozialstrukturellen Bedürfnisse der Migranten lassen sich am besten mit dem Modell der interkulturellen medialen Integration in eine Balance bringen (vgl. ebd., S.73), da hier Mehrheit und Minderheit miteinander verzahnt sind und somit eine interkulturelle Kommunikation existiert. Die Spezifika dieses Modells betreffen sowohl Medienproduktion als auch –inhalte und –nutzung.

- Interkulturelle mediale Integration - Produktion: In der Produktion ist eine ähnliche Situation wie im assimilativen Modell ersichtlich. Die ethnischen Minderheiten haben zwar die Möglichkeit, sich an den deutschen Medien zu beteiligen, doch die Vertreter der ethnischen Minderheiten sind sozio-kulturell nicht assimiliert, sondern vertreten ihre Gruppe mit spezifischen Problemen, Wahrnehmungen und Interessen. So wirken sie an der Herstellung der Öffentlichkeit und bringen dabei spezifische Standpunkte, Informationen und spezifisches Wissen über ihre ethnische Gruppe und deren Probleme ein. Dabei existieren in diesem Modell auch noch Ethnomedien. Sie werden von Migranten die über Kenntnisse über die Aufnahmegesellschaft verfügen, produziert und gestalten ihre Inhalte interkulturell integrativ.
- Interkulturelle mediale Integration – Inhalte: Durch die Darstellung der ethnischen Minderheiten in den Mainstreammedien leisten sie einen Beitrag zur aktiven Akzeptanz. Sie verdeutlichen die Notwendigkeit der Einwanderung als auch den demographischen und ökonomischen Sinn und Nutzen der Migranten, aber auch die internationalen Verpflichtungen, um das Bewusstsein vom Aufeinandergewiesensein von Mehrheit und Minderheit zu verschärfen. Gleichzeitig aber wiesen sie auf die notwendige Integration hin. Die Inhalte der Berichterstattung richten sind somit an das Prinzip von Einheit-in-

Vielfalt. Zudem vermitteln Medien durch ihre Berichterstattung relevantes Wissen über die miteinander lebenden Gruppen.

- Interkulturelle mediale Integration – Nutzung: So sehr die Nutzung von Mitgliedern der Aufnahmegesellschaft von Ethnomedien unrealistisch ist, so sehr ist daher eine angemessene Präsentation der Minderheiten in den Massenmedien wichtig. Für die Minderheiten ist der Konsum von diesen Mainstreammedien für eine interkulturelle Integration Voraussetzung. Denn ohne diese Hintergründe, das Geschehen in Politik, am Arbeitsmarkt und im Bildungssystem scheitert die Integration, da Ethnomedien nicht in der Lage sind, diese Informationen vielseitig darzustellen.

5.3 Mediennutzungstypen

Es gibt zahlreiche Studien, die sich mit der Mediennutzung von Migranten beschäftigt haben. Hier sollen die verschiedenen Nutzungstypen nach verschiedenen Punkten angeführt werden:

5.3.1 Typologie von Mediennutzung und kultureller Orientierung

	Orientierung an Aufnahmekultur der Schweiz		
		Tief	hoch
Orientierung an Herkunftskultur	Tief	Ungebundene	Österreichorientierte
	Hoch	Herkunftsorientierte	Dualisten

Grafik: Bonfadelli/ Priska/ Hanetseder/ Hermann/ Ideli/ Moser 2008, S.34

Bonfadelli & Co. haben diese Studien in der Schweiz durchgeführt. Doch diese Typologie kann allgemein verwendet werden.

Betrachtet man Ausländer mit einem Migrationshintergrund, welche in der Österreich leben, sind idealtypisch folgende vier Ausprägungen von kultureller Identität möglich (Adoni/ Caspi/ Cohen¹¹ 2006, S.19 zit. nach Bonfadelli/ Priska/ Hanetseder/ Hermann/ Ideli/ Moser 2008, S.34):

¹¹ Adoni, Hanna/ Caspi, Dan/ Cohen, Akiba A.: Media, Minorities and hybrid Identities. The Ara band Russian Communities in Israel. Cresskull, NJ: Hampton Press, 2006, S.19 und Berry, John W.: A Psychology of Immigration. In: Journal of Social Issues, 57 (3), S.615- 631

Dualisten: Ausländer können sich bezüglich ihrer kulturellen Identität an die Kultur Österreichs als Aufnahmeland anpassen, aber gleichzeitig auch den kulturellen Hintergrund ihrer Herkunftskultur weiter wahren und auch leben.

Österreichorientierte: Ausländer, die nach Österreich gezogen sind, können die Kultur von Österreich als Aufnahmeland übernehmen und dabei gleichzeitig die Kultur ihres Herkunftslandes mehr oder weniger aufgeben.

Herkunftsorientierte: Ausländer, die nach Österreich gezogen sind, orientieren sich weiterhin via Medien stark an ihrer Herkunftskultur und integrieren sich – z.B. auch sprachlich – nur minimal oder gar nicht an der neuen Kultur ihres Aufnahmelandes.

Ungebundene: Ausländer, die nach Österreich gezogen sind, übernehmen weder die neue Kultur Österreichs noch orientieren sie sich weiterhin an der Kultur ihres Herkunftslandes. Unter Umständen sind für sie die vom Fernsehen vertretenen globalen kulturellen Inhalte und Wertvorstellungen zentraler.

Bezogen auf die Mediennutzung zeigen sich folgende, weitere Ergebnisse (Adoni/Cohen/Caspi 2002¹² zit. nach Piga 2007, S.211):

	Nutzung von Medien des Aufnahmelandes		
		Tief	hoch
Nutzung von Medien aus der Heimat	Tief	Ungebundene Distanzierte	Angepasste Integrierte
	Hoch	Separatisten Herkunftsorientierte	Dualisten „Brückenbauer“

Grafik: Piga 2007, S.211

5.3.2 Mediennutzungstypologie und politisch-kulturelle Integration

Auch Hafez¹³ (zit. nach Piga 2007, S. 212) hat in seiner Studie verschiedene Typen von Nutzern herausgearbeitet:

¹² Adoni, Hanna/ Cohen, Akiba/ Caspi, Dan (2002): The consumer`s choice: Language media consumption and hybrid identities of minorities. In: Communications, 27, S.411-436

¹³ Hafez, Kai: Türkische Mediennutzung in Deutschland: Hemmnis oder Chance der gesellschaftlichen Integration? Eine qualitative Studie im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Hamburg/Berlin 2002

Nutzertyp	Mediale Orientierung	Kulturelle und politische Orientierung
1. Politisches Exil	Vorwiegende Nutzung von Minoritätsmedien aus der Heimat	Kulturelle und politische Verbundenheit mit dem Herkunftsland, Misstrauen gegenüber Politik des neuen Landes
2. Kulturelles Exil		Kulturelle Bindung zur Heimat, Vertrauen ins politische System des Aufnahmelandes
3. Diaspora		Pragmatische Nutzung von Minoritätsmedien, Vertrauen in die Politik des neuen Landes
4. Bikultur	Gemischte Nutzung von Minoritätsmedien aus der Heimat und Majoritätsmedien des Aufnahmelandes	Reflexive und kritische Einstellung gegenüber Kultur und Medien der Heimat und des Aufnahmelandes
5. Assimilation	Vorwiegende Nutzung von Medien des Aufnahmelandes	Positive Einstellung gegenüber Kultur und Politik des neuen Landes

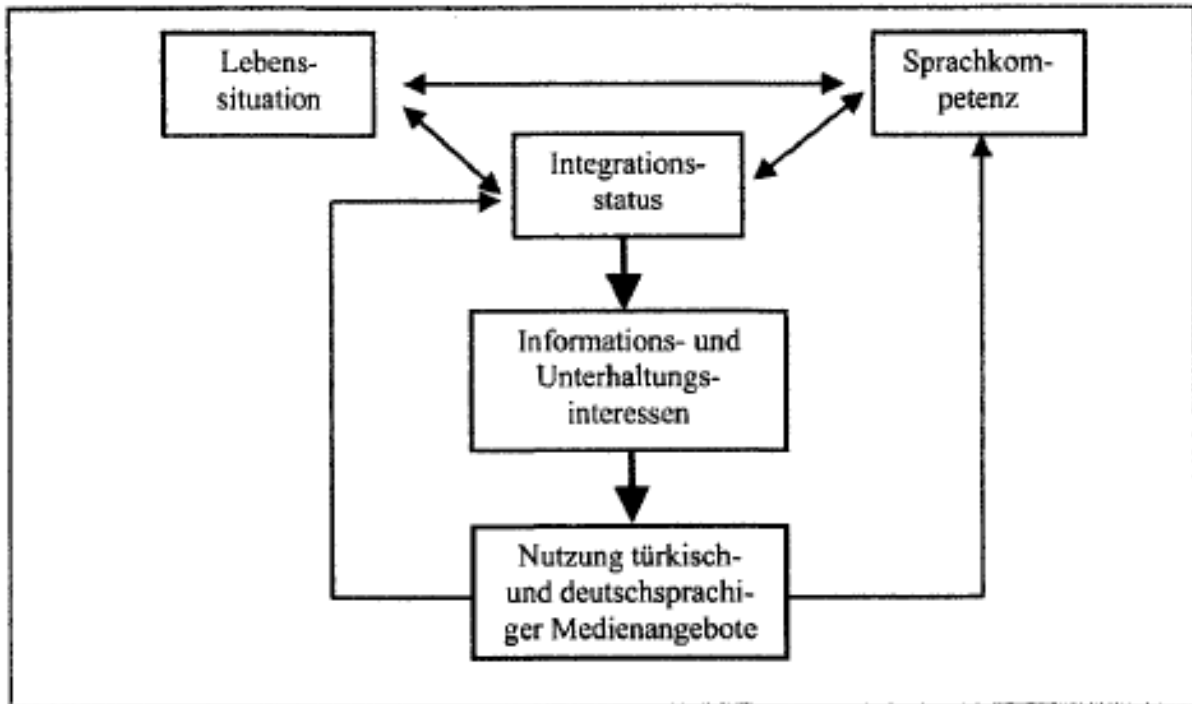
Der Diaspora-Nutzer konsumiert Minoritätsmedien aufgrund mangelnder Sprachkenntnisse. Diese treten in Kombination mit Vertrauen in die Politik des Aufnahmelandes auf, während der politische Exilnutzer eine starke Bindung zur Heimat aufweist und dem politischen System des Aufnahmelandes nicht traut. Im Gegensatz dazu hat der kulturelle Exil-Nutzer schon Vertrauen in die Politik, pflegt aber starke Verbindung zur Heimat.

Der Bikulturelle Typ nutzt sowohl Muttersprachenmedien als auch Mainstreammedien. Dies resultiert aus der Zwischenposition da er eine kritische Haltung gegenüber beiden Kulturen und Medien hat.

Der Assimilationstyp ähnelt dem angepassten Typ nach Adoni/Cohen und kennzeichnet sich durch einen intensiven Konsum der deutschsprachigen Medien sowie durch eine positive

Einstellung gegenüber der Kultur und dem politischen System Österreichs. Dieser Typ betrachtet Österreich somit als seine neue Heimat.

5.3.3 Mediennutzung von Migranten



(Grafik: Weiss/Trebbe 2001, S.5¹⁴ zit. nach Piga 2007, S. 213)

Im Rahmen des Uses-and-Gratifications Ansatzes wurde Mediennutzung als abhängige Variable immer stärker ausdifferenziert. Allerdings ist auch eine theoretische Entwicklung bei der unabhängigen Variable, die das Medienverhalten beeinflussen können, zu beobachten. Ältere Studien haben ethnische Herkunft als wichtigsten Einflussfaktor gesehen und somit Minderheiten mit der Aufnahmegesellschaft verglichen. Doch neuere Studien (eben von Weiss/Trebbe) haben zusätzlich zu den Standardvariablen sozioökonomischen Status, Bildung und Geschlecht auch mögliche mediatisierende soziale Faktoren wie Lebenssituation, Sprachkenntnisse und Integrationsgrad analysiert.

¹⁴ Weiss, Hans-Jürgen/ Trebbe, Joachim: Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage des Presse- und Informationsamtes des Bundesregierung. Potsdam. 2001

5.3.4 Einflussfaktoren Mediennutzung

Nach Meyen (2001, S.34) gibt es verschiedene Einflussfaktoren, die die Mediennutzung beeinflussen können:

Einflussfaktoren Mediennutzung		
Strukturelle Merkmale	Positionelle Merkmale	Individuelle und soziale Merkmale
Industrialisierung, Urbanisierung, Religion	Einkommen	Menschliche Grundbedürfnisse
Arbeits- und Lebensbedingungen	Zeitbudget	Psychologische Struktur
Traditionen (auch überlieferte Nutzungsmuster)	Tagesablauf	Persönliche Lebensgeschichte
Medienangebot	Stellung im Beruf	Medienerfahrungen
Freizeitverhalten	Bildung	Familie, Freunde, Netzwerke
Klima	Alter	Rezeptionssituation
Politisches System: Rechtsnormen	Geschlecht	Einstellungen, Werte, Überzeugungen

Im Zusammenspiel mit verbesserten Einkommen und Bildung sowie der stark gestiegenen persönlichen Mobilität tragen fremdsprachliche Rundfunkangebote, vor allem diejenigen aus der Heimat, zum Entstehen einer neuen und spezifischen sozialen Identität unter den Minderheiten-Angehörigen. Empirische Untersuchungen zeigen auch, dass wirtschaftlich erfolgreiche Migranten ihre Vorlieben aber ihre Vorlieben in beiden Medien suchen. Demzufolge neigen ökonomisch schwächere Migranten, die im soziale Stress leben, zu einer eskapistischen bzw. nationalistischen Interpretation der Lebenssituation, welche sich in der Medienkommunikation widerspiegeln (vgl. Reljic 2001, S.39f).

5.4 Sozialisationsinstanz Medien – die „vierte Macht“

Medien als Mittler menschlicher Kommunikation werden schon immer als Sozialisatoren gesehen (vgl. Schorb/Mohn/Theunert 1991, S.493).

Zwar spielen alle Sozialisationsinstanzen für die Entwicklung der Identität eine große Rolle, doch der Einfluss der Medien nimmt aufgrund der strukturellen Entwicklung der Gesellschaft weiter zu (vgl. Mikos 2004, S.159). Dennoch darf die Bedeutung des sozialen Umfeldes nicht

unterschätzt werden, denn bei Jugendlichen ist der Freundeskreis eine weitere wichtige Sozialisationsinstanz.

Da Medien also einen festen Platz im Leben einnehmen werden sie zu verlässlichen Begleitern im Alltag, denn „Alltag und Medien durchdringen sich.“ (vgl. Bachmair 1996, S.11ff¹⁵ zit. nach Mikos 2004, S.157.) Demzufolge nimmt ihr Einfluss aufgrund der strukturellen Entwicklung der Gesellschaft immer weiter zu (vgl. ebd. , S.159). Doch dieser mediale Einfluss hat sich erst durch die Verselbstständigung von Information und Unterhaltung als Ware entwickelt.

Nun gelten Medien als „vierte Macht“ neben Legislative, Exekutive und Judikative sowie zum fünften Bildungsbereich neben Elternhaus, Schule, Beruf und Erwachsenenbildung (vgl. Schorb/Mohn/Theunert 1991, S.494)

Ihre Bedeutung ist also anerkannt und wird geschätzt. Doch inwiefern „sozialisieren“ Medien? Wie funktionieren sie als Sozialisationsinstanz?

Zunächst soll erklärt werden, was unter Sozialisation zu verstehen ist. Sozialisation wird als ein wechselseitiger Prozess der Beeinflussung von Individuum und Gesellschaft verstanden, denn

„Sozialisation findet als Prozeß innerhalb einer konkreten Lebenswelt, die gesellschaftlich und historisch bestimmt ist. Die Inhalte des Sozialisationsprozesses- gesellschaftliche Bedingungen, Strukturen, Normen, Werte, Wissen usf.- werden an das Individuum über Institutionen vermittelt seien dies soziale Organisationen wie die Massenmedien, spezielle Sozialisationsinstanzen wie die Schule oder soziale Netzwerke wie die Familie. Der Prozeß der Sozialisation ist kein einseitiger, deterministischer, sondern das Individuum beteiligt sich daran aktiv indem es sich Inhalte aneignet, aber sich Inhalten verweigert, oder sich andere Ziele und Inhalte setzt.“ (ebd.)

So findet mediale Sozialisation statt, indem Medien, Gesellschaft und Individuum in einem Wechselverhältnis stehen, in welchem jeder Faktor den anderen beeinflusst. Denn auf der einen Seite bestimmen Medien die Inhalte gesellschaftlicher Diskussion und sind somit gesellschaftliche Einflussfaktoren, auf der anderen Seite sind dies gesellschaftliche Vorgaben, die festlegen, in welchen Grenzen mediale Artikulation möglich ist, und welcher Gestalt die Inhalte sind. Und auch das Individuum ist in die Gesellschaft eingebettet und unterliegt dem Einfluss der Medien. Jedoch bestimmt das Individuum selber über die Verarbeitung medialer Inhalte und Effekte (vgl. ebd., S.495)

So lässt sich die Sozialisationsfunktion der Medien wie folgt zusammenfassen: Der Zusammenhang zwischen Medien und Sozialisation ist von drei Seiten aus sichtbar:

¹⁵ Bachmair, Ben: Fernsehkultur. Subjektivität in einer Zeit bewegter Bilder. Opladen, 1996

- Medien sind wichtige Faktoren, die Einstellungen, Urteile Wissen vermitteln. Durch die Vermittlung dieser beeinflussen Sie das Verhalten der Menschen; insbesondere der Jugendlichen, da mediale Inhalte im Prozess der affektiven und kognitiven Entwicklung eingreifen.
- Bei Medien lassen sich selbst als fremdbestimmte Instrumente der Sozialisation nutzen, als Hilfsmittel der Enkulturation. D.h. sie übertragen in einer Gesellschaft für verbindlich erachtete Wissens- und Normenkanon.
- Sie lassen sich aber auch als selbstbestimmte Instrumente der Sozialisation, sozusagen als Mittel zur kritischen Auseinandersetzung und Artikulation im sozialen Umfeld (vgl. ebd., S.495)

5.5 Mediale Konstruktion von Identität

So sehr man früher davon ausging, dass sich Identitäten in sozialen Interaktionen entwickeln, so sehr muss man heute mediale Interaktionen hinzurechnen (vgl. Mikos 2004, S.157). So geschieht die Artikulation von Identität in der heutigen Zeit zunehmend mittels medial vermittelter Ressourcen (vgl. Hepp/Thomas/Winter 2003, S. 17).

Sie sind deswegen von zentraler Bedeutung für die Identität, da wir uns über medial vermittelte Identitätsangebote identifizieren, wenn wir uns angesprochen fühlen (vgl. Busch 2001, S.7). Denn in der Rezeption von Medienprodukten kommt es zur Wahrnehmung des Selbst am Anderen.

Über Medien werden Trends gesteuert, Symbole und Ideale für Gruppenidentitäten kreiert, Lebensstile vermittelt sowie durch Medien ausgelöste Identitätsarbeit geleistet. Finden sich Migranten in der Welt der Medien nicht wieder, so kann dies Auswirkungen auf den Identifikationsgrad mit der Gesellschaft des Aufnahmelandes haben.

Muttersprachliche Medien bilden, wie bereits erwähnt, einen essentiellen Faktor auf emotionaler Ebene, denn sie vertiefen die Identität in Bezug auf die Herkunftsgemeinschaft und können gleichzeitig einen Beitrag zu Ausbildung einer neuen Identität leisten.

Gerade für die Entwicklung und Ausbildung von Subjektivität und Identität sind insbesondere soziale, kulturelle und kommunikative Kompetenzen unumgänglich. Denn, wenn soziale Wirklichkeit sich im Alltag der Menschen vermischen, dann sind soziale Handlungskompetenzen die auch den Umgang und die Nutzung von Medien mitbestimmen, wichtig, um alltägliche Lebenssituationen zu bewältigen (vgl. Mikos 2004, S.166).

Krotz (2003, S.41) nennt weitere mediale Einflussfaktoren für die Identität:

- Medienkommunikation kann die Struktur und die Zusammensetzung des Rollen-Selbst verändern
- Medien können weiter die Struktur des Verhältnisses von Denken und Handeln beeinflussen
- Medien können Inhalte als Attribute für die Konstruktion von Identität anbieten und bereithalten
- Medien können Beziehungen zu Medienfiguren und Orientierung an Handlungsweisen vermitteln, die sich auf die Konstruktion von Identität auswirken können

Adoni et al.¹⁶ (zit. nach Hepp/Bozdog/Suna 2011, S.62) meinen, dass gerade die doppelte Nutzung der Medien es ermöglicht, die eigene kulturelle Identität aufrecht zu halten und diese gleichzeitig in Bezug zur Identität der Mehrheit der Aufnahmegesellschaft zu setzen.

Das Fernsehen

Wie bereits festgestellt, gilt das Fernsehen als Leitmedium für Migranten. Durch die intensive Nutzung liefert es Möglichkeiten zur Sinn-, Norm- und Identitätsbildung. Darüber hinaus nimmt es den Rezipienten einen breiten Raum an Zeit und Aufmerksamkeit ein. Die Inhalte und Botschaften der Fernsehprogramme beziehen sich auf alle Bereiche des alltäglichen Lebens. Es gibt kaum eine Handlungssituation, zu der das Fernsehen nichts sagt und keine Beispiele für falsches oder richtiges Verhalten aufzeigt (vgl. Reichertz 2000, S.129f). So kommt dem Fernsehen eine wichtige Rolle bei der Aushandlung und Konstruktion von Identität zu, weil es vielfältiges Material zur Verfügung stellt, mit dessen Hilfe die eigenen Identität verortet werden kann. Dazu werden durch die Aneignung gemeinsame Erfahrungen möglich, die als Bindeglied zwischen Menschen unterschiedlicher Lebensbereiche und mit ähnlichen Hintergründen wirken (vgl. Mikos 1994, S. 126)

So betonen auch Klaeger und Müller die mediale Bedeutung für kollektive Identitäten:

„Betrachtet man Faktoren und Merkmale kollektiver Identitätsbildung, wie die Konstruktion von Fremd- und Selbstbildern, Inklusions- und Exklusionsmechanismen, Gedächtnis und Erinnerung, Tradition und Ritus, Mythos und Symbol, so tritt die Bedeutung der Medien für die Entstehung und Kontinuität kollektiver Identitäten deutlich hervor. Speicherung, Wieder- und Weitergabe erfolgt immer in medialer Form (i.w.S.) und ist auf Dechiffrierung, auf

¹⁶ Adoni et al.: The consumers choice: Language, media consumption and hybrid identities of minorities. In: Communications: The European Journal of Communication research 27 (4), S.411-436

Wiedererkennung innerhalb des Kollektivs angelegt. Kurz: Ohne Medien keine kollektive Identität“ (Klaeger/Müller 1992, S. 7)

Auch Hepp behauptet, dass die Globalisierung der Medienkommunikation für Diasporas eine bedeutende Rolle hat, denn sie seien nur in Zeiten der Globalisierung von Medienkommunikation möglich: Ohne das Bestehen von Satellitenfernsehen und Internet über territoriale Grenzen hinweg wäre eine Diaspora-Gemeinschaft kaum denkbar (vgl. Hepp 2003, S.112).

Und gerade weil Diasporas über verschiedene Territorien verstreut bestehen und sie kein gemeinsames geografisches Territorium haben, sind Medien für ihre Artikulation konstitutiv (vgl. Hepp/Bozdag/Suna 2011, S. 31).

Für Andreas Hepp sind Medien und Identität in der heutigen Zeit so sehr miteinander verbunden, dass er von gegenwärtigen Identitäten auch als >>Medienidentitäten<< (vgl. Hepp/Thomas/ Winter, 2003) spricht.

5.6 Die Rolle der Sprache bei der Mediennutzung

Die eigene Sprache ist für die Angehörigen ethnischer Minderheiten nach wie vor das wichtigste Symbol ihrer Identität und Ausdruck von Gruppenzugehörigkeit.

Wie bereits erwähnt, sind Medien für die Identität und das Sprachbewusstsein für Minderheiten von besonderer Bedeutung. Denn mittels Medien können Migranten ihre Sprache sowie Kultur öffentlich erfahren und erleben. Dabei dienen die Medien als Artikulationsorgan.

Doch nicht immer kann man die eigene Muttersprache in medialen Programmen wiedererkennen. Umso bedeutender ist eine bestehende Präsenz der eigenen Sprache in den Medien. Sie kann als Indikator für den Wert genommen werden, den ihr die Gesellschaft zuschreibt. Existieren also Medien in der Muttersprache im Aufnahmeland, so wird dieser durch die Öffentlichkeit auch im privaten Bereich Bedeutung beigemessen (vgl. Busch 1999, S.247f).

Doch das alleinige Vorhandensein von Ethnomedien garantiert nicht ihre aktive Nutzung. Denn, die Muttersprachenkompetenz der Jugendlichen kann als der hauptausschlaggebende Grund zur aktiven Nutzung der Medien in der Muttersprache sein. Nicht selten kommt es vor, dass aus Sprachgründen die anspruchsvolleren Medienangebote aus dem Ursprungsland nur mit Mühe konsumiert werden.

Oft werden Medien zum Erlernen oder Verbessern einer Fremdsprache genutzt. Speziell für Migrantenkindern spielen Muttersprachenmedien eine bedeutende Rolle, da die eigene Muttersprache meist nur vom Elternhaus vermittelt wird. Durch die marginale Rolle der eigenen Muttersprache in österreichischen Medien dringt die Mehrheitssprache weit in die Domäne der primären sprachlichen Sozialisation, die Familie, ein. Verschiedene Themen, die in Medien angesprochen werden, werden in der Minderheitensprache im Familienhaus nicht diskutiert, der Wortschatz wird nicht ausgebaut und es kommt zu Interferenzen bzw. Codeswitching der Jugendlichen. Damit gemeint ist die beidseitige Verwendung bzw. Durchmischung der sogenannten „starken“ sowie „schwachen“ Sprache in der Kommunikation.

So stellen Muttersprachenmedien ein geeignetes Mittel dar, um die Muttersprache zu festigen. Medienrezeption kann daher der Integration dienen, sowohl zur sprachlichen Aneignung als auch zur Wertorientierung.

6 Zwischen zwei Welten – Zweite Migrantengeneration in Österreich

6.1 Die zweite Generation

Die zweite Migrantengeneration ist ein beliebtes Forschungsgebiet für Wissenschaftler verschiedener Fachrichtungen. Sehr oft ist dabei die Rede von einer „Zweitgenerationenproblematik“. Diese äußert sich durch kulturelle Spaltung: Angehörige der zweiten Generation seien gespalten und hin und hergerissen zwischen ihrer Heimatkultur und der Kultur des Aufnahmelandes, würden zwischen zwei Stühlen sitzen und seine Pendler. In diesem Sinne spricht man von einem Dilemma zwischen der Aufrechterhaltung der Identität und kultureller Adaption (vgl. Hämmig 2000, S.36, vgl. Weiss 2007a, S.13).

Und nicht nur damit haben Migrantenjugendliche zu kämpfen. Denn darüber hinaus werden sie oft nicht als gleichberechtigt in der österreichischen Gesellschaft wahrgenommen. Aufgrund dessen kapseln sich viele immer mehr ab und versuchen zwanghaft ihre Wurzeln zu bewahren.

Diese Jugendliche stehen also im Spannungsfeld widersprüchlicher Anforderungen und Erwartungen zweier Kulturen denen sie gerecht werden müssen (vgl. Hämmig 2000, S.37).

Eine weitere Problematik, so Hämmig, ist eine gewisse Wertediskrepanz bzw. Modernisierungsdifferenz. Diese ist von der zweiten Generation im ständigen „Kulturwechsel“ zu überbrücken und bewältigen. So präsentiert sich ihre Situation als Leben zwischen Tradition und Moderne, zwischen Familialismus und Individualismus (vgl. ebd., S.38f). In zwei Kulturen aufwachsend, haben sie zuhause die Kultur der Eltern oder Verwandten und in der Schule oder am Arbeitsplatz die österreichische Kultur. So wird ihr Alltag durch die bikulturelle Situation geprägt: auf der einen Seite bindet die kulturelle Bindung der Eltern an das Herkunftsland ihre private Welt, auf der anderen Seite müssen sich die Jugendlichen außerhalb des Elternhauses mit der österreichischen Kultur auseinandersetzen, ihr Alltag wird durch neue Einflüsse wie Massenmedien geprägt.

Die spezifische Schwierigkeit für die Zweite Generation besteht also darin,

„dass sie über die Sozialisierungsinstanzen bzw. sozialen Institutionen Familie einerseits und Schule, Arbeitswelt und Gleichaltrige andererseits mit unterschiedlichen „Kulturen“ bzw. soziokulturellen Milieus in Kontakt gerät und interagiert und dadurch mit teils widersprüchlichen Wertvorstellungen, Verhaltenserwartungen und Lebensgewohnheiten konfrontiert ist, was zu Desorientierung führen kann, womöglich die kulturelle Identifikation erschwert, damit die Identitätsbildung stört und das Selbstkonzept verunsichert“ (ebd., S.49)

Der Einfluss von zwei divergierenden Kulturen ist für Migrantenjugendliche deswegen so einflussreich, weil er in einer Phase passiert, in der die Persönlichkeitsbildung noch nicht

abgeschlossen ist (vgl. Hill 1990, S. 101). Viele Wissenschaftler gehen von einer Dichotomie aus: Entweder gelingt es der zweiten oder dritten Generation, in der Mehrheitsgesellschaft sowohl sozial als auch kulturell aufzugehen (Assimilation) oder sie bleibt den ethnischen Traditionen verhaftet und kann sich nicht aus dem Herkunftsmilieu lösen (vgl. Weiss 2007a, S.13).

6.1.1 Die Rolle der Familie

Die Familie spielt für die meisten bosnischen Jugendlichen eine bedeutende Rolle. Dabei sind die Eltern der wichtigste Einflussfaktor für die Wahrung der Tradition. Sie wissen, dass ihre Kinder täglich mit der österreichischen Kultur in Kontakt treten. Aufgrund dessen versuchen sie, umso mehr zu Hause die Gewohnheiten aus der Heimat zu verfolgen. Grund dafür ist, dass Eltern oft Angst haben, dass ihre Kinder immer mehr in die österreichische Gesellschaft abschweifen und dadurch ihre eigene Kultur vernachlässigen.

Man darf in dieser Hinsicht nicht außer Acht lassen, dass die Gefahr hinsichtlich Ausgrenzung nur bei der oder durch die Aufnahmegesellschaft besteht. Migrant*innenjugendliche können sich durchaus in der Situation befinden, dass sie sowohl von der österreichischen als auch von der bosnischen Gesellschaft nicht völlig akzeptiert werden. So wird oft, ein nach Österreich migrierter Jugendlicher, wenn er auf Heimaturlaub ist, von seinen Landsleuten nicht als solcher wahrgenommen. Denn, ob jemand in einem wirtschaftlich bevorzugten Ausland lebt kann schon alleine an der Kleidung beurteilt werden. Von beiden Seiten abgelehnt zu werden hinterlässt die Frage, wo man tatsächlich dazugehört.

6.1.2 Das soziale Umfeld

Neben der Familie hat auch das soziale Umfeld einen enormen Einfluss auf die Jugendlichen. So gehört es zu den Standard-Annahmen, „dass die Assimilation und Integration von Immigranten durch die ethnische Struktur des Wohngebietes beeinflusst werden.“ (Alpheis 1990, S.147)

Deswegen gilt die Konzentration von Freundschaften in der eigenen Herkunftsgruppe in den dominierenden Theorien als Indiz eines ethnischen Rückzugs. Diese Tatsache geht einher mit der Gefahr einer starken Entfremdung von der Einwanderungsgesellschaft. Aufgrund dessen wird die Bereitschaft, Kontakte zu ethnisch Anderen als wichtiger Aspekt subjektiver Anpassungsstrategien gesehen und mit der Bereitschaft zur Integration gleichgesetzt. Auch wenn jemand seine kulturellen Gewohnheiten wie Kleidung oder Bräuche nicht aufgeben

möchte, so sind interethnische Beziehungen doch entscheidend für die Integration. Da Freundschaftsbeziehungen aber vor allem auf emotionalem Austausch beruhen, gründen sie in den Ähnlichkeiten von Erfahrungen und Empfindungen (Migrationsgeschichte ist ein gemeinsamer Hintergrund), so dass trotz einer bestehenden Bereitschaft zu interethnischen Kontakten dennoch häufiger eigenethnische Freundschaften eingegangen werden (vgl. Weiss 2007a, S.18f).

Durch Bildung und Berufslaufbahn ergeben sich Gelegenheiten für interethnische Kontakte, Freundschaften und Heirat. Doch eine erfolgreiche Platzierung im Bildungssystem stellt sich als ein schwieriger Prozess dar. Auf der einen Seite müssen bestimmte sprachliche und kulturelle Kompetenzen vorausgesetzt werden, andererseits können diese erst in Lernprozessen erworben werden (vgl. Weiss 2007b, S.34).

Neben der Platzierung in Bildung und Beruf gelten soziale Netzwerke als einer der zentralen Aspekte sozialer Integration. Denn gemischte Kontaktkreise erscheinen als Folge gelungener struktureller Integration aber auch als Bindeglied zur Öffnung ethnischer Subkulturen. Viele Studien beschreiben ein ethnisch übergreifendes Netzwerk auch als Indiz für sozialen Erfolg und Aufstieg (vgl. Weiss/Strodl 2007c, S.97f). Dementsprechend gilt die Konzentration auf die eigenethnischen Kontakte als gefährliches Abgleiten.

Die klassische Integrationstheorie meint, dass Bildungs- und Berufsaufstieg soziale Integration zur Folge hat. Damit gemeint ist, dass in Bildungsinstitutionen und in der Arbeitswelt soziale Beziehungen eingegangen werden, die zu Freundschaften und Partnerschaften führen (vgl. ebd., S.102).

So kann die Konstellation des Freundeskreises unterschiedliche Ursachen haben: Sie können von Jugendlichen selber aktiv gesucht und gewollt werden, aber auch von Eltern bestimmt werden oder von Bildungsgrad abhängen.

6.1.3 Diasporagemeinschaft

Migranten sind Menschen, die sich ihre eigene Identität im Aufnahmeland schaffen. Oft entwickeln sie ihre stärksten Bindungen weder zur Herkunftsgesellschaft noch zum Aufnahmeland, sondern innerhalb Diaspora-Gemeinschaften oder transnationalen Netzwerken (vgl. Bauböck 2001, S.17).

Bei Communities oder Gemeinschaften geht es nicht um Diskriminierung und Ausgrenzung. So sind viele Angehörige von Minderheiten auf ihre Herkunft, Religion oder Sprache stolz, sind in

Vereinen organisiert oder finden in ethnischen Netzwerken jene Unterstützung, die es ihnen ermöglicht, in Österreich Fuß zu fassen und sozial aufzusteigen. Eine pluralistische Gesellschaft fördert in diesem Sinne auch nicht, dass alle kulturellen Merkmale durch Assimilation in eine nationale Mehrheitskultur verschwinden. Jedoch verläuft die Entwicklung der Muttersprache der Migranten anders, denn in der Regel wird diese von der dritten Generation nicht mehr als Primärsprache verwendet (vgl. ebd., S.19).

Für Hepp, Bozdag und Suna ist der Begriff der Mediatisierung für Diaspora-Gemeinschaften ein ausschlaggebender. Sie behaupten, dass mediatisierte Interaktion eine hohe Relevanz für Migranten hat, da sie ein translokales Erstrecken von Kommunikationsnetzwerken über den aktuellen Lebensort hinaus ermöglichen. So kann die Migrationsgemeinschaft zusammengehalten werden (vgl. Hepp/Bozdag/Suna 2011, S.12).

6.2 Kulturkonfliktthese

Obwohl sich die Meinungen vieler Forscher spalten, wird dennoch vom Verlust der ethnischen Identität von Jugendlichen mit Migrationshintergrund gesprochen. Die Annahme besteht in der Entscheidungsfindung zwischen der Minderheitenkultur und der Aufnahmegesellschaft.

Kulturkonflikte

„entstehen aus Prozessen der Beeinflussung aus zwei Kultursystemen, aus bikultureller Sozialisation und Teilassimilation und äussern sich als Bewertungs-, Orientierungs- und Handlungskonflikte. Kulturkonflikte sind zwar in jedem gesellschaftlichen Handeln zu lösen (...), stellen sich in marginalen Positionen aber mit größerer Intensität und Häufigkeit.“ (Heckmann 1992, S.203-204)

Somit entwickelt sich Kulturkonflikt aus unterschiedlichen und widersprüchlichen Normen und Werte zweier Kulturen die aufeinander treffen, welche aber unvereinbar miteinander sind und in Konkurrenz zueinander stehen (Hämmig 2000, S. 74).

Aus dieser Unvereinbarkeit schließen sich Orientierungsschwierigkeiten und Sozialisationswidersprüche, welche Entscheidungskonflikte nach sich ziehen können. Dies betrifft laut Hämmig (vgl.ebd.) nicht nur die erste Einwanderergeneration sondern auch zweite Generation. Diese sind meistens Jugendliche welche sich zwischen der elterlichen Kultur und jener des Aufnahmelandes entscheiden sollen.

Hämmig bezeichnet diese Situation als „Loyalitätskonflikt“. Die betroffenen Jugendlichen sind mit den widersprüchlichen Sozialisationsanforderungen der beiden Kulturen überfordert. So entsprechen die Erwartungen der Eltern nicht den der Peergroup und umgekehrt. Der

Jugendliche erlebt, dass er zwischen diesen beiden Instanzen nicht mehr vermitteln kann. Er versagt und baut infolge dessen eine doppelte Identität auf. Der besagte Loyalitätskonflikt wird verinnerlicht und äußert sich somit in einem doppelten Identitätskonflikt.

Aber nicht nur Sozialisationswidersprüche oder Orientierungsschwierigkeiten gehen mit einem Kulturkonflikt einher. Weitere schwerwiegende Folgen können auch kulturelle Distanz, mangelnde soziale Integration, Segregation bzw. Ghettoisierung sein (vgl. ebd., S.76)

Konkret können Kulturkonflikte bei der zweiten Migrantengeneration im Zusammenhang mit unterschiedlichen Essensvorschriften, Kleidungsgewohnheiten, Freizeitgestaltungen, religiösen Praktiken usw. auftreten. Sie manifestieren sich dann in Streitigkeiten im Elternhaus, in Hänseleien in der Schule durch Schulkameraden o.Ä. (vgl. ebd.)

Aus dem Kulturkonflikt folgt meist ein Identitätskonflikt oder Identitätsverlust (vgl. ebd. S.78)

So kann eine bikulturelle Situation, welche nicht untypisch für die zweite Generation ist, zu einer sogenannten Identitätsdiffusion führen. Eine derart verunsicherte soziale Identität beeinträchtigt das individuelle Selbstbewusstsein und geht einher mit einer erhöhten Anfälligkeit für Depressivität. Daher neigen die Angehörigen der zweiten Ausländergeneration potentiell eher zu Depressivität und weisen tendenziell ein geringeres Selbstwertgefühl auf als die österreichischen Gleichaltrigen. Dies gilt v.a. für jene, die unter besonderen kulturellen, strukturellen und familiären Spannungen stehen, die also verstärkt „Kulturkonflikte“, Ziel-Mittel-Konflikte sowie Eltern-Kind-Konflikte erfahren (vgl. ebd., S.176)

6.2.1 Drei-Generationen-Modell

Das Drei-Generationen-Assimilierungsmodell wurde Mitte der 20er Jahre in den USA entwickelt. Die Theorie besagt, dass eine vollständige Assimilation, eine völlige Aufgabe der Kultur des Herkunftslandes und gleichzeitige Übernahme der Kultur des Einwanderungslandes nicht innerhalb eines Lebensverlaufs, sondern nur in der Generationenfolge geschehen kann (vgl. ebd., S.55).

Demnach sei in der ersten Einwanderergeneration die Akkulturation gering. Die Migranten übernehmen nur die zur Befriedigung der wichtigsten Grundbedürfnisse nötigen Handlungsweisen der Einheimischen.

Die zweite Generation kennzeichnet sich schon durch eine Zwischenposition aus, die den Konflikt der Kulturen zwischen Aus- und Einwanderungsland „in sich“ trägt. Ihre Situation ist charakterisiert durch den Druck vom Elternhaus, seinen Werten zu folgen und

Anpassungserwartungen in der Schule und im Arbeitsprozess. Schließlich verschwindet die Herkunftskultur in der dritten Generation und der Akkulturationsprozess endet mit Assimilierung (vgl. Heckmann 1992, S.172 und Esser 1990, S.74).

Hansen (1938) kritisiert dieses Modell, da ihm zufolge die zweite Generation die Merkmale der Herkunftskultur abzustreifen versucht um sich zu assimilieren. Auch die Entwicklung der dritten Generation verläuft Hansen zufolge anders: Bei der dritten Generation kommt es zu einem „ethnic revival“. Aufgrund der Tatsache, dass sie ökonomisch und sozial besser abgesichert ist, wiederentdecken und wiederbeleben sie die ethnische Kultur und ihr ethnisches Erbe (vgl. Heckmann 1992, S.172).

Welches der beiden Modelle bei der dritten Generation eintritt hängt aber von den gewählten Kriterien ab, an denen man die Hypothese überprüft. Als Beispiel nennt Heckmann (vgl. ebd., S.173) den Gebrauch der Muttersprache in Kanada, welcher einen zunehmenden Rückgang des Gebrauchs erlebt.

Das Paradoxon Globalisierung auf der einen Seite und Ethnic Revival auf der anderen beantwortet Heckmann einfach: „Mit der schnellen Veränderungen von Werten und Glaubensinhalten in modernen Gesellschaften verbreitete sich das Gefühl der Entwurzelung (...); in dieser Situation bietet Ethnizität einen „psychologischen Anker.“ (ebd., S.33) Denn Ethnizität sei „eine der Identitäten, die man in der modernen Gesellschaft annehmen könne, aus einer Wahlsituation heraus.“ (ebd., S.33)

6.2.2 Marginal Man

Robert E.Parks Marginal Man-Konzept gilt in der Zweitgenerationsproblematik als eines der wichtigsten Erklärungsmodelle. Dieses Konzept wurde erstmals 1928 eingeführt und steht im Zusammenhang mit dem sog. Melting Pot, welches von einer gegenseitigen Akkulturation sowie Assimilation der Ethnien ausgeht.

Der Gegenstand der Marginalitätstheorie „sind bestimmte, aus unklarer ethnisch-kultureller Zugehörigkeit und „doppelter Sozialisation“ stammende Motivlagen bei Minderheitenangehörigen, die u.a. zu Akkulturation, Assimilierung und ethnischem Identitätswandel, aber auch zu ethnischer Dissimilierung führen können.“ (vgl. ebd, S.178) Demzufolge bezieht sich die Marginalitätstheorie auf Personen bzw. auf die Beziehungen von Personen, deren ethnische Zugehörigkeit unsicher bzw. ungeklärt ist.

Die marginale Person wird beschrieben als ein Individuum, welches am Rande zweier Kulturen lebt und weder mit der Herkunftskultur und –traditionen brechen kann, noch in der Gesellschaft des Aufnahmelandes akzeptiert wird (vgl. Park¹⁷ 1964, S. 354 zit. nach Heckmann 1992, S.178f). Die Herkunft definiert Park als „Mischling“, dessen Eltern zwei verschiedenen Rassen und Kulturen zugehörten. Somit präsentiert der Marginal Man die zweite Generation (vgl. Hämmig 2000, S.62f). Des Weiteren zeigt die marginale Person Verhaltensunsicherheit, Stimmungslabilität, Entschlusslosigkeit, Orientierungszweifel, starke Handlungsbefangenheit, ein Gefühl der Isolierung und Minderwertigkeitsgefühle (vgl. Heckmann 1992, S.179). Durch die Migration, den Kulturwechsel, wird das Individuum nach Ansicht von Park freigesetzt von Brauch, Sitte und Tradition, aus der sozialen Kontrolle entlassen, ist ungebunden, frei und zugleich fremd (vgl. Hämmig 2000, S.63). So befindet sich diese Person am Rande zweier Kulturen und ist weder in der einen noch in der anderen beheimatet und verwurzelt. Diese Person akkulturiert sich zwar- es übernimmt sozusagen die kulturellen Minimalstandards- aber assimiliert sich nicht. Diese Person ist losgelöst von der Heimatkultur, aber schlägt in der Aufnahmekultur keine Wurzeln. Er will seine kulturellen Wurzeln nicht verlieren, wird aber zugleich nicht voll akzeptiert von der Ausnahmegesellschaft. Aufgrund dieser Eigenschaften und Situation entwickelt er eine bestimmte Persönlichkeitsstruktur und gewisse Persönlichkeitsmerkmale (vgl. ebd.).

Diese Umstände bewirken einen Kulturkonflikt und Identitätsunsicherheit.

Es bestehen Heckmann (1992, S.201f) zufolge drei objektive Konstituierungsfaktoren marginaler Positionen:

- Die Voraussetzung einer marginalen Situation ist die Existenz einer ethnischen Minderheitenkultur.
- Des weiteren ist ein Hierarchieverhältnis zwischen Mehrheits- und Minderheitenkultur notwendig.
- Schließlich gehört zu marginalen Positionen deren bikulturelle Bestimmung durch Mehrheits- wie Minderheitenkultur.

„Aus diesen objektiven Konstituierungsbedingungen marginaler Positionen lassen sich Konfliktlösungsanforderungen für die Subjektive herleiten, deren jeweilige „Verarbeitung“ zu unterschiedlichen Formen ethnischer Orientierung führen.“ (ebd., S.203):

¹⁷ Park, R.E.: Race and Culture. Glencoe, 1964

- Zugehörigkeitsunsicherheit: Da die marginale Person weder der Minderheits- noch Mehrheitsgesellschaft zugehört, stellt sich für das Subjekt ein Gefühl der Zugehörigkeitsunsicherheit ein.
- Durch die Herkunft aus der Minderheitenkultur und Nicht-Zugehörigkeit zur Mehrheitskultur ist für die marginale Person eine Bedrohung des Selbstwertgefühls zu erwarten.
- Kulturkonflikte sind eine weitere Konfliktlösungsanforderung, mit der sich marginale Personen konfrontiert sehen. Diese entstehen aus der Beeinflussung zweier Kultursysteme. (vgl. ebd., 203-204)

Doch anzumerken sei hier noch, dass das Marginalitätskonzept nicht auf die Allgemeinheit der Minderheiten angewandt werden darf.

6.3 Bi-Linguismus, Bi-Kulturalismus und Bi-Identität?

Immer wieder wird in den Wissenschaften betont, dass Sprache lediglich als nur ein Element (von vielen) der Identität zu betrachten ist, denn wäre Sprache der ausschlaggebende Faktor zur Identitätsbildung, sozusagen das einzige Mittel zum Ausdruck von Kultur und der einzige Weg zu einer Zugehörigkeit zu einer Gruppe, würde zweisprachige Gefahr laufen, eine zwiespaltene Persönlichkeit zu entwickeln.

So vollzieht sich im Laufe von (drei) Generationen bei fast allen Minderheiten, die aus der Migration hervorgegangen sind, ein Wechsel der dominanten Sprache (vgl. Bauböck 2001, S.15). Trotz dieser dominanten oder auch starken Sprache wird Migrantenjugendlichen Halbsprachigkeit oder Semilinguismus vorgeworfen. Dabei ist die „Mischsprache“, die sie teilweise entwickelt haben, ein angepasstes Ausdrucksinstrument ihrer Lebenssituation (vgl. Viehböck/Bratic 1994, S.61).

So hat der Sprachunterschied mit all seinen Implikationen Einfluss auf die spätere Identität. Migrantenjugendliche, die die Sprache des Migrationslandes besser beherrschen, lernen mit dieser Sprache auch Erfahrungen und Verhaltensregeln der Gesellschaft besser kennen und können sich dadurch leichter einfügen als Quereinsteiger. Am leichtesten haben es Jugendliche, die im Aufnahmeland geboren worden sind und Kindergarten und Schule regelmäßig besucht haben (vgl. Viehböck/Bratic 1994, S.110).

Ausländische Jugendliche vertreten ihre „Kulturen“. Sie wissen, dass es einerseits Tänze, Großfamiliensystem, Geschlechtertrennung usw. gibt, auf der anderen Seite haben sie es mit Individualismus, freier Marktwirtschaft, Rockmusik zu tun. Der Migrant*in* ist sich bewusst, dass diese Vielfalt auf irgendeine Art und Weise seine Entscheidungen beeinflusst (vgl. ebd., S.117).

Migrant*in*s können sich der Gemeinschaft der Migrant*in*s nicht unterordnen. Sie empfinden deren Werte als einseitig, aber sie können auch nicht diejenigen der Gesellschaft des Aufnahmestaates nicht akzeptieren, da sie von diesem restriktiven, stigmatisierenden System abgelehnt werden. Die Zweite Generation ist praktisch gezwungen, eine Haltung der Selbstwahrnehmung einzunehmen. Diese Haltung kann als die gemeinsame Identität der Migrant*in*s betrachtet werden (vgl. ebd., S.118-119).

Kulturelle Anpassung zeigt sich in viele Formen, so etwa in der Einstellung zu demokratischen Regeln oder wie die verschiedenen Elemente der Herkunftskultur im eigenen Lebensstil Platz finden und welche Lebensmuster entwickelt werden (vgl. Weiss 2007a, S.15).

So zeigen empirische Studien, dass bei der Mehrzahl der Jugendlichen es weder gänzlich zur Assimilation noch gänzlich zur Verhaftung des elterlichen Milieus kommt. Vielmehr entwickeln diese Jugendlichen eigenständige Lebens- und Freizeitstile, die zu einer starken innerethnischen Ausdifferenzierung der Milieus geführt haben. Diese Lebensstile gestalten sich im Rahmen sozialer Kontakte und Netzwerke, daher ist auch die ethnische Struktur von Freundschaftsbeziehungen und Partnerschaften in vielen Untersuchungen der Fokus (vgl. ebd., S.18)

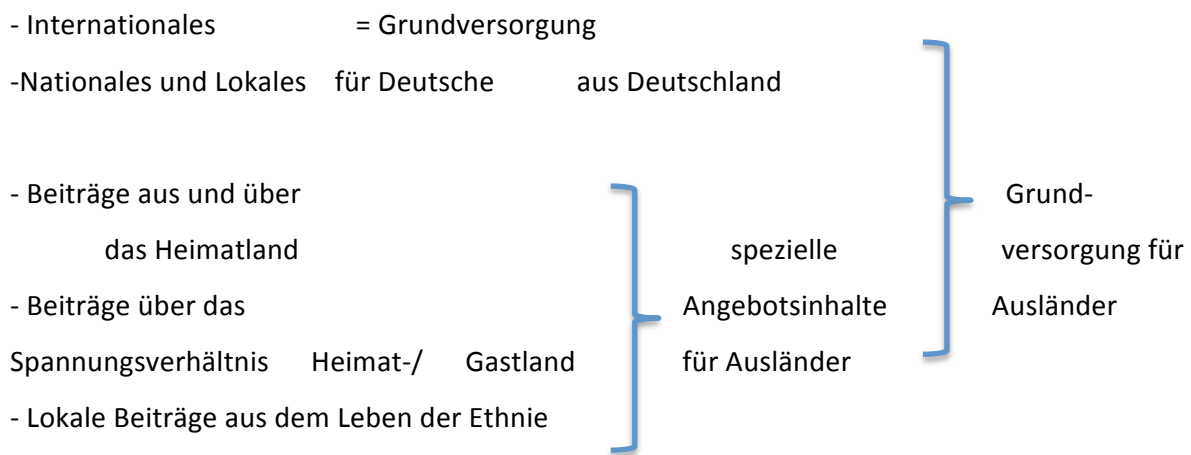
6.4 Mediale Bedürfnisse von Migrant*in*s

Bislang konnte gezeigt werden, dass Medien eine wichtige Rolle für die Identität spielen und gewisse Bedürfnisse befriedigen. In diesem Sinne stellt sich die Frage, ob Minderheiten spezielle, andere mediale Bedürfnisse haben und ob Minderheitenmedien überhaupt in der Lage sind, diese zu befriedigen?

Fakt ist, dass sich Medienbedürfnisse von Minderheiten prinzipiell nicht von denen der Mehrheit unterscheiden. Genauso wie die Mitglieder der Aufnahmegesellschaft haben sie unterschiedliche (thematische, politische, usw.) Erwartungen an die Medien. Diese werden von Faktoren wie Generation, Gender, sozialem Milieu und religiöser Identität beeinflusst (vgl. Böse/Kogoj 2004, S.108).

Wie aus dem Grundversorgungsmodell von Busch Jürgen zu sehen ist, besteht jedoch für Migranten der Bedarf zusätzlicher Medien und zusätzlicher Informationen: Aufgrund der Situation, dass Minderheiten neben der Aufnahmekultur auf in der eigenen verhaftet sind, ergeben sich zusätzliche Bedürfnisse.

Busch's Modell äußert sich darin, dass Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung Ausländern genauso zugesteht wie Österreichern:



Grafik: nach Busch Jürgen 1994, S.29.

Busch Jürgen (1994, S.30f) stellt hier die Ergebnisse zweier Studien vor; nämlich ist es eine deutsche Studie aus dem Jahre 1990 (Eckhardt, Josef: Massenmedien und Ausländer in Nordrhein-Westfalen. In: Media Perspektiven 1990, 661 Europarat) und eine englische von 1981 (Commission for Racial Equality (CRE). Radio for Ethnic and Linguistic Minorities. Prospects in the 1990s. London: CRE 1990)

Internationales: Üblich ist die Nachfrage nach lokalen Nachrichten bei Ausländern deutlich größer als bei Weltnachrichten. Diese werden eher von der zweiten Generation für wichtig gehalten.

Nationales: Lokales, Kultur, Sport, Wissenschaft. Eingeschlossen sind, was das Interesse an lokalen Nachrichten angeht, Wünsche nach dem Wetterbericht, dem Verkehrsfunk, örtlichen Sportbachrichten und Wirtschaftsnachrichten.

Beiträge über das Heimatland: Bei Ausländern, die sich entschieden haben, in D/Ö zu bleiben, ist die Bindung an das Herkunftsland groß. Berichte über Musik, Geschichte, Kultur usw. aus der Heimat sind immer wünschenswert.

Busch Jürgen orientiert sich bei diesen Ergebnissen an Studien aus dem Jahre 1981, die mit höchster Wahrscheinlichkeit auf die heutige Zeit mit gleichen Ergebnissen umgelegt werden kann.

Beiträge über das Spannungsfeld Heimat-/ Gastland: It. Studien, die Busch Jürgen zitiert, bestand ein genereller Mangel an Berichten über ein solches Verhältnis.

Lokale Beiträge aus dem Leben der Ethnie: Zwischen den beiden Studien, also zwischen 1981 und 1990 zeigt sich ein 50% Zuwachs am Interesse über Berichte über kulturelle Aktivitäten der deutschen Landsleute.

6.5 ORF-Studie

Die GfK Austria hat 2007 zusammen mit dem ORF eine Studie hinsichtlich der Mediennutzung von Migranten durchgeführt (vgl. ORF, 2012)

Die Stichprobe besteht aus den drei stärksten Zuwanderungsländern. Im Sinne des Forschungsschwerpunktes dieser Arbeit sind nur die Ergebnisse bezogen auf Migranten aus Ex-Jugoslawien relevant. Dabei waren Zielpersonen entweder von der ersten oder der zweiten Generation. Die Erhebung wurde telefonisch durchgeführt, befragt wurden Personen im Alter ab 15 Jahren.

Demographische Ergebnisse

Laut Angaben der Statistik Austria leben in Österreich rund 17% der Bevölkerung mit Migrationshintergrund (1,4 Mio.). Davon sind 61% aus Ex-Jugoslawien.

Die Befragung ergab, dass für die Mehrheit der in Österreich lebenden Migranten die primäre Sozialisation im Herkunftsland stattfand (89%). Nur ca. ein Zehntel der aus Ex-Jugoslawien stammenden ab 15 Jahren sind in Österreich geboren. Acht von zehn Ex-Jugoslawen leben seit zehn Jahren oder länger in Österreich und 37% haben eine österreichische Staatsbürgerschaft. 39% der Befragten leben in Wien. Was die Ausbildung angeht, so zeigt sich, dass 48% über einen Matura- oder einen Hochschulabschluss verfügen. Das durchschnittliche Alter der aus Ex-Jugoslawien stammenden BürgerInnen sind im Schnitt 38 Jahre alt. 43% bekennen sich zum orthodoxen Glauben, 25% sind römisch-katholisch und 22% leben nach den islamsichen Glauben.

Ergebnisse: Mediennutzungsverhalten

Empfangsebene:

Knapp die Hälfte der zugewanderten Ex-Jugoslawen (46%) empfängt seine Fernsehprogramme über Satellit und dies überwiegend digital. Fernsehen über Kabel empfängt etwas mehr als ein Drittel (37%) der Mitbürger aus Ex-Jugoslawien. 7% empfangen terrestrisch.

TV-Nutzung und Programminteressen:

Rund zwei Drittel der Ex-Jugoslawen (65%) sehen täglich fern. Damit nehmen sie den zweiten Platz innerhalb der drei großen Migrantengruppen ein. Pro Tag sitzt jeder Zweite zwei Stunden oder mehr vor dem TV-Gerät.

Auf das größte Interesse stoßen bei den Migranten aus Ex-Jugoslawien Nachrichten sowie Spiel- und Fernsehfilme - je 85 % geben an, daran sehr oder eher interessiert zu sein. Ebenfalls großes Interesse besteht an Musik-Sendungen (77%), Comedyshow/Sitcoms (75%) und Sendungen aus dem Heimatland bzw. Berichten aus den österreichischen Bundesländern (jeweils 71%). Dahinter folgen Unterhaltungsshow/Ratesendungen (67%) bzw. Natur- und Tiersendungen (66%). Das geringste Interesse besteht an Reality-Shows (28%) und Religionssendungen (30%).

Sonstige Mediennutzung:

Österreichische Radios werden von 44% der Ex-Jugoslawen täglich gehört. Die Nutzung liegt somit über jener der türkischen Mitbürger (29%), aber unter jener der Osteuropäer (53%). Das Internet wird von 44 % täglich genutzt. Die gelegentliche Nutzung weist einen Wert von 62% auf und entspricht somit annähernd der Nutzungsfrequenz (66%) der österreichischen Bevölkerung. Regelmäßig werden von den Ex-Jugoslawen die Kronen Zeitung (48%) als österreichische Tageszeitung und Vesti (17%) als ex-jugoslawische Zeitung gelesen.

6.6 Das österreichische Mediensystem

Medien, die den Bedürfnissen der „neuen Minderheiten“ – Volf (2001, S. 127) meint damit die Einwanderer seit den 1970er Jahren – nachkommen, gibt es in Österreich nach wie vor nur wenige.

Die Präsenz von Migranten in der Österreichischen Medienlandschaft ist reduziert auf spezifische Angebote, die meist eine geringe Auflage bzw. eine beschränkte Verbreitung haben. Doch in Österreich gibt es keine gesetzliche Regelung für die Versorgung der Minderheiten mit eigenen muttersprachlichen Medien. Ihr Zugang zu Medien ist lediglich aus den

Minderheitenschutzbestimmungen und den Gesetzen wie der europäischen Charta der Regional- und Minderheitensprachen sowie des ORF-Gesetzes zu lesen.

Weder das Rundfunkgesetz noch der Programmauftrag des ORF sehen eine eigene minderheitenspezifische Programmgestaltung vor, obwohl laut §4 des ORF-Gesetzes der Programmauftrag Information, ausgewogene Kommunikation, Volks- und Jugendbildung, Vermittlung von Kunst und Wissenschaft, Unterhaltung, Förderung des Sports, Betonung des Föderalismus sowie die Berücksichtigung von Minderheiten, umfasst.

Somit hat der ORF lediglich zum Verständnis in den Fragen des demokratischen Zusammenlebens zu tragen (vgl. Volf 2001, S.135)

6.6.1 Internationale und europäische Rahmenbedingungen

Die Rechte der Minderheiten sind in den meisten europäischen Staaten verfassungsrechtlich verankert. So gelten die allgemeinen Verfassungsbestimmungen, sein dies Gleichheit vor dem Gesetz, Meinungs- oder Religionsfreiheit, Pressefreiheit etc., auch für die Angehörigen ethnischer Minderheiten gleich. Unter diesen Schutz fällt auch die Sicherung bestimmter Entfaltungsmöglichkeiten. Genauer gesagt bedeutet das, dass im Rahmen der Pressefreiheit ethnischen Minderheiten eigene Medien zugestanden werden (vgl. Kogoj 1997, S.171).

Die europäische Charta der Regional- und Minderheitensprachen, am 5. November 1992 ins Leben gerufen, ist zur Sicherung, Weiterentwicklung und Aufrechterhaltung kultureller Traditionen sowie das Kulturerbe Europas zuständig. Sie fördert die Minderheitensprachen insbesondere im öffentlichen Leben. Im Art.11 legt die Charta den Standard für den Zugang von Sprachminderheiten zu den Massenmedien fest. Demzufolge sind die Regierungen verpflichtet, mindestens einen Hörfunksender und einen Fernsehkanal in den Regional- oder Minderheitensprachen sicherzustellen. Des Weiteren müssen nach Art.11 Abs.1 Zeitungen in den Minderheitensprachen gefördert werden. Hörfunk und Fernsehsendungen aus den Nachbarländern dürfen nicht behindert sondern sollen vielmehr erleichtert werden (vgl. Europarat, 2012)

Allerdings beziehen sich diese Angaben nur auf offiziell anerkannte Minderheiten, so wie es Burgenlandkroaten oder Kärntner Slowenen sind, jedoch nicht auf „neue“ Zuwanderer. Denn nach Art.1 werden Regional- oder Minderheitensprachen Sprachen als Sprachen bezeichnet, die herkömmlicherweise in einem bestimmten Gebiet eines Staates von Angehörigen dieses Staates

gebraucht werden, die eine Gruppe bilden, deren Zahl kleiner ist als die der übrigen Bevölkerung des Staates. Er umfasst daher weder Dialekte der Amtssprache(n) des Staates noch die Sprachen von Zuwanderern (vgl. ebd.)

6.7 Das Mediensystem Bosniens

Jugoslawien war ein Paradebeispiel für eine multiethnische und multikulturelle Gesellschaft. Der Staat war mehr als alle anderen europäischen Staaten multiethnisch: Serbokroaten (u.A.heutigen Bosnier) , Serben, Kroaten, Slowenen, Montenegriner, Mazedonier und Bulgaren lebten auf engstem Raum miteinander (vgl. Mintzel 1997, S.390).

Exkurs: Sprache, Konfession, Politik

Trotz des jahrelangen, gemeinsamen territorialen Zusammenlebens gibt es Unterschiede. Die ausschlaggebendsten Unterscheidungskriterien der Migranten vom Balkan sind die Normsprache und Konfession als Bestimmungskriterien ihrer Zugehörigkeit. Zwar sind südslawische Sprachen untereinander nah verwandte Idiome, doch nicht diese sind das wirklich Trennende, da es keine scharfen Sprachgrenzen gibt, sondern die Konfessionen, die politisch-historischen Zugehörigkeiten und Orientierungen sowie die soziale Organisation.

Mintzel Alf (ebd., S.390) beschreibt diese multikulturelle Vielfalt am eindeutigsten:

„Slowenen und Kroaten gehören der römisch-katholischen Konfession an, unterscheiden sich jedoch durch ihre Schriftsprachen, Kroaten und Serben bedienen sich derselben Schriftsprache, gehören jedoch unterschiedlichen Konfessionen an. Die Serben gehören der orthodoxen Ostkirche an. Die bosnischen Muslime unterscheiden sich von ihren Mitbewohnern, von den Serben und Kroaten, allein durch die Konfession, während sie sich von anderen Muslimen im ehemaligen Jugoslawien, wie zum Beispiel von den Albanern durch Sprache und Herkunft unterscheiden. Die Mazedonier teilen mit den Serben dieselbe ostkirchliche Konfession, besitzen jedoch seit Ende des zweiten Weltkrieges eine eigene Schriftsprache. Die Montenegriner teilen sich mit den Serben Sprache und Glauben, unterscheiden sich aber durch historische Traditionen und soziale Organisationsformen.“

Im Gegensatz zur Schweiz und Belgien ist Jugoslawien der Beweis, dass Multikulturalität nicht unbedingt mit Sprachen korrespondiert (vgl. ebd. S.391)

Diese „gespaltene Situation“ wirkt sich auch auf das bosnische Mediensystem aus. Charakteristisch für dieses ist das Problem der getrennten parallelen Öffentlichkeiten. Doch für

diese Teilöffentlichkeiten kann es keine Teillösungen geben. Grund dafür sind die regierenden nationalistischen Oligarchien, die alle Mittel anwenden, um ihr Monopol über den öffentlichen Diskurs zu behalten. Dieses Problem kann nur durch eine effiziente Medienpolitik durch eine total Restrukturierung gelöst werden. Diese Reorganisation muss dabei Strukturen, Medienfreiheit, Medienproduktion und Hetzpropaganda, mediale Unabhängigkeit sowie die Schaffung von Kommunikationswegen, die über ethnische Grenzen hinausgehen, betreffen (vgl. Jusic 2001, S.173f)

Das eigentliche Problem fasst Jusic im folgenden Absatz zusammen:

„Die internationalen Kräfte setzen sich für Integration ein, indem sie Informationsblockaden brechen und die Kommunikation zwischen den Ethnien im ganzen Land fördern, während die regierenden Oligarchien versuchen, die Medienlandschaft und das Publikum noch mehr zu fragmentieren, indem sie vermehrt parteigebundene Publikationen auf lokaler und regionaler Ebene schaffen. Eine langfristig angelegte Medienpolitik muss sich daher mit diesen Problemen auseinandersetzen auf sich auf kleinere Medienprodukte auf kommunaler und regionaler Ebene sowie im ländlichen Bereich konzentrieren.“ (ebd., S.174)

Das Mediensystem wird aber nicht nur von den heimischen Parteien beeinflusst, sondern auch im großen Ausmaß von den Nachbarländern Kroatien und Serbien. Dieser Einfluss ist so stark, dass es zur Präsenz des serbischen bzw. kroatischen Rundfunks und anderen Medienprodukten in Bosnien kommt – ohne irgendein zwischenstaatliches Abkommen (vgl. ebd., S. 179)

Die wichtigsten Medien stehen unter strenger Kontrolle. Und auch die bosnische Hörschaft ist nach ethnischen Kriterien gegliedert, sodass sich die unabhängigen Medien dem anpassen müssen, wenn sie ihr Publikum erhalten wollen (vgl. ebd., S.182)

Die Zeit nach dem Bürgerkrieg brachte Änderungen mit sich. Der Medienbereich sollte grundlegende Änderungen unterzogen werden. Die Hauptrolle spielte in Sachen Medienpolitik die OHR und die OSZE (vgl. ebd., S.185) So wurden die IMC und die OHR ermächtigt, die ständigen Interferenzen des kroatischen Rundfunks und Fernsehens von Kroatien aus und des serbischen Rundfunks von Jugoslawien aus im bosnischen Medienbereich zu unterbinden. Ein weiterer wichtiger Eckpfeiler der Medienstrategie war die Aufhebung der Informationsblockade und die Wiederherstellung der Kommunikation sowie der Zusammenarbeit zwischen den Entitäten und den verschiedenen Ethnien (vgl. ebd., S.185f)

Ziel war nun die Schaffung von Netzwerken, die auch nach internationalen Normen arbeiten sowie unabhängige Verwaltungsorgane, um das Nichteinmischen der regierenden Parteien zu gewährleisten.

Viele dieser Maßnahmen haben langfristige Änderungen bewirkt, dennoch konnten sich einige Medien nicht von nationalen Parteien loslösen. So steht z.B. OBN (Open Broadcast Network)

noch immer im Schatten der nationalen Rundfunksysteme. Viele andere Medien stehen nicht mehr so stark unter dem Einfluss der Parteien.

So wird die Medienlandschaft als ein Spiegel des Kräfteverhältnisses innerhalb der Gesellschaft gesehen (vgl. ebd., S.179)

6.8 Muttersprachliches Medienangebot in Österreich

Da also das Angebot an muttersprachlichen Medien für Migranten in Österreich dürftig ist, organisieren sie sich selber. Durch den selbstständigen Betrieb, Gestaltung und Management nehmen sie zunehmend an Bedeutung. Somit sind sie nicht nur Informationslieferant in der Muttersprache, sie sind auch Sprachrohr der Diaspora und ein Ort, mit dem sie sich identifizieren können (vgl. Volf 2001, S. 139).

Ihre Funktion für Bildung und Selbstdarstellung der ethnischen Gemeinschaft auf nationaler Ebene erfüllen sie jedoch immer mehr im Konkurrenzkampf mit dem zunehmenden Konsum von Satellitenprogrammen aus den Heimatländern (vgl. Volf 2001, S.140) aufgrund der geringen muttersprachlichen Versorgung in der österreichischen Medienlandschaft.

Seit kurzem erschien eine Studie zur Beliebtheit von Migrantenmedien, durchgeführt vom Institut für qualitative Marktforschung (IFQM) und der Diversity-Marketingagentur Brainworker. Die nur zum Teil der Öffentlichkeit zugänglichen Ergebnisse zeigen, dass "Biber" bei exjugoslawischen Lesern von 14 bis 29 Jahren punktet: 55,6 Prozent geben an, das "transkulturelle Magazin für neue Österreicher" zu lesen, 46,5 Prozent sind es bei "Kosmo". Auch die über-50-jährigen Ex-Jugoslawen greifen gerne zu; 40,9 Prozent beim "Biber", 53 Prozent bei "Kosmo". Interessanterweise finden die zwei Medien bei ex-jugoslawischen Lesern von 30 bis 49 Jahren am wenigsten Anklang. "Nur" 28,9 Prozent lesen "Das Biber" und 33,7 Prozent "Kosmo" (vgl. Beig, 2011)

Im folgenden soll das muttersprachliche bzw. Ethnomedien Angebot, welches in Österreich der Diaspora zur Verfügung gestellt wird, aufgelistet werden.

6.8.1 TV

Das öffentlich-rechtliche Angebot an nicht-deutschsprachigen, muttersprachlichen Programmen ist dürftig. Lediglich ein Mal die Woche wird im ORF die Sendung „Heimat, fremde Heimat“ am

Sonntag Nachmittag ausgestrahlt. Zielgruppe sind Österreicher, die am allgemeinen Migrationsproblem interessiert sind: Ethnische Frage/ Problem, eingebürgerte Migranten, langfristige Bewohner fremder Nationalitäten. So ist das Ziel dieser Sendung Zusammenhalt, kulturelle Unterschiede sowie Integration in Österreich zu fördern und zu unterstützen. Der regionale Radiosender Wiens sendet gleichfalls am Sonntag ein Programm mit dem selben Namen „Heimat, fremde Heimat“. Content dieses Programmes sind Themen wie Politik, Folklore, Interviews mit Minderheiten sowie Migranten (vgl. Herczeg 2009, S.83f).

Doch eine Studie von Geißler (von vielen) zeigt, dass das Fernsehen mit Abstand das am meisten genutzte Medien von Migranten ist (vgl. Geißler 2010, WISKO, S.18). So ist nachvollziehbar, dass Migranten umso mehr nach Programmen aus dem Heimatland greifen, wenn ihnen diese in österreichischen Medien nicht zur Verfügung stehen. Einige (von vielen) empfangbaren bosnischen TV-Sendern sind BHT1, Hayat, u.v.m.

6.8.2 Radio

Genauso wie mit den Fernseh- verhält es sich mit den Radiosendungen. Noch gibt es keine verbindliche Anordnung für die Verwendung von Minderheitensprachen bzw. für mehrsprachige Programme. So gibt es verschiedene Radioprogramme, u.A. Radio Orange, welches die verschiedenen ethnischen Gruppen, unter Anderem auch die bosnische Diaspora, vertritt.

Insgesamt gibt es in Österreich 10 freie Radios, wobei die Hälfte als Vollprogramm ausgestrahlt wird und die andere Hälfte über Sendezeiten (d.h. über bestimmte Sendezeiten) verfügt. Fast alle dieser 10 Sender haben ihr Programm in den Sprachen der größten in Österreich lebenden Migrantengruppen. Radio Orange oder Radio Fro verfügen über mehr als 10 Sprachen (vgl. Böse, Kogoj 2002, S. 300)

Das Programm von Radio Orange kennzeichnet sich durch Themen wie News und Infos rund um das Thema Minderheiten in Österreich, Events, Kunst, Kultur, Musik, aktuelle gesellschaftspolitische Themen. Dieses Programm wird jeden zweiten Dienstag Abend eine Stunde lang in deutscher Sprache auf Orange 94,0 ausgestrahlt (vgl. Böse, Kogoj 2002, S. 302)

Daneben gibt es noch das „Radio Stimme“, welches ein freies politisches Radio ist.

„Radio Stimme ist das Radiomagazin der Initiative Minderheiten. In der einstündigen Sendung auf freien und nicht-kommerziellen Radiosendern und im Internet werden zweimal im Monat Live-Studiogespräche, Interviews, Reportagen und experimentelle Beiträge zu den Themen Minderheiten, Mehrheiten und Machtverhältnisse ausgestrahlt.“ (Radio Stimme, 2011)

Das freie und nichtkommerzielle Radio Orange in Wien sendet Programme in den unterschiedlichen Sprachen der Minderheit. Unter anderem in Bosnisch (vgl. Volf 2001, S.135)

Radio Proton ist ebenfalls ein freies, nicht kommerzielles Lokalradio. Hier arbeiten Menschen aus verschiedenen Generationen und Kulturen, sodass Integration richtig gelebt wird. Es werden Beiträge zu unterschiedlichen Themen und in unterschiedlichen Sprachen gesendet (vgl. Radio Proton, 2012)

6.8.3 Printmedien

In Österreich gibt es keine Tageszeitung in der Sprache einer ethnischen Minderheit. Aufgrund dessen sind Programme des öffentlich-rechtlichen Senders sowie die eigenen ethnischen Medien der Minderheit die einzigen Medien, die Migranten als Zielgruppe haben (vgl. Herczeg 2009, S.85). So beschränken sich fremdsprachige Medienangebote auf die internationalen Ausgaben der nationalen Blätter aber auch auf Wochenblätter mit geringer Auflage.

Printmedien in der Muttersprache der Migranten werden nur von einzelnen Vereinen herausgegeben, in Wien u.A. vom Wiener Integrationsfond. Dies betrifft ECHO, ein Verein zur Förderung der Jugendlichen der zweiten Generation und Top One, an der Volkshochschule Ottakring (vgl. Volf 2001, S. 134)

Im folgenden sollen populäre Printmedien mit einer Kurzbeschreibung angeführt werden:

KOSMO

Einige Daten und Fakten (vgl. Kosmo, 2012)

- KOSMO (zu Deutsch: „Wer sind wir?“) ist ein monatlich erscheinendes Gratis-Printmedium und richtet sich sprachlich (Bosnisch/ Kroatisch/Montenegrinisch/Serbisch) und inhaltlich an 744.000 Personen.
- ist politisch und konfessionell unabhängig und spricht alle für die Zielgruppe relevanten Themenbereiche an
- ist Sprachrohr und Ratgeber sowohl für Leser als auch die interessierte österreichische Öffentlichkeit
- daher stehen auch die wichtigsten Artikel jeder Ausgabe in deutschsprachiger Fassung

- ist Österreichs größtes und auflagen- stärkstes Monatsmagazin für die Zielgruppe der ersten, zweiten und dritten Generation der Austro- Bosniaken, -Kroaten, -Montenegriner und -Serben
- die monatliche Auflage beträgt 120.000 Stück und wird regelmäßig von der ÖAK geprüft
- der Vertrieb hat österreichweit über 14.500 Vertriebspartner (u.A. Arztpraxen, Weiterbildungsinstitute, Zielpunktfilialen)
- das Magazin liegt in Einrichtungen der Stadt Wien auf

NOVI GLASNIK

Einige Daten und Fakten (vgl. Novi Glasnik, 2012)

- Ältestes Ethnomedium (seit 1996) Österreichs für die erste bis dritte (bald auch vierte) Generation von NeuösterreicherInnen
- erscheint monatlich mit einer Auflage von 20.000 Stück
- LeserInnenpotenzial von 80.000, da das Magazin in vielen Gasthäusern, Cafes, Vereinen etc. ausgelegt wird
- richtet sich an die 740.000 in Österreich lebenden Personen, die in Kontakt mit der bosnisch/kroatischen/montenegrinischen/serbischen Sprache sind
- richtet sich an alle Gruppen: Vom klassischen Gastarbeiter, Migranten, Studenten bis zu denen, die hier geboren sind und deutsch mittlerweile besser sprechen als Bosnisch/Kroatisch/Montenegrinisch/Serbisch. Also von der ersten bis zur letzten Generation!
- 4.500 AbonnentInnen (ersten und zweiten Generation)
- In erster Linie von StudentInnen aus den ehemaligen jugoslawischen Staaten gelesen
- Durch die neue zweisprachige Komponente soll die RezipientInnengruppe noch mehr wachsen. Denn Personen die BKMS nicht so gut sprechen können, sich aber für diesen Sprachraum interessieren, können nun die Artikel und Beiträge in original Übersetzung kontrastiv lesen!
- Themen und Inhalt: Wirtschaft, Gesundheit, Integration, Arbeit, Bildung, Schule, Geschichte, Kultur, Ratgeber, Erläuterungen von Gesetzestexten zum leichteren Verständnis, etc.
- Beschreiben sich selber als „Eine neue Redaktion! Politisch und konfessionell frei, ehrlich und direkt, jung und ehrgeizig und vor allem anders als die anderen Ethnomedien!“

DAS BIBER

Einige Daten und Fakten (vgl. Das Biber, 2011)

- Das erste transkulturelle Magazin für neue Österreicher (Wiener mit Migrationshintergrund)
- erstmals 2006 als Prototyp, seit 2007 alle 2 Monate mit einer Auflagenzahl von 50.000 Stück, seit November 2009 auf 10 x im Jahr umgestellt mit einer Auflagenzahl von 65.000 Stück.
- Zielgruppe sind primär Wienerinnen und Wiener der zweiten und dritten Generation (Türken und Ex-Jugoslawen)
- Einziges Ethnomedium in ausschließlich Deutsch
- Als Stadtmagazin berichtet das biber direkt aus der multiethnischen Community heraus – und zeigt damit jene spannenden und scharfen Facetten Wiens, die bisher in keiner deutschsprachigen Zeitschrift zu sehen waren.
- Themen: Soziale Brennpunkte werden kommentiert, Missstände angegriffen, Tabu-Themen aufgerissen.

BUM MAGAZIN

Einige Daten und Fakten (vgl. Bum Media, 2012)

- Slogan „BUM MEDIA – KOMMUNIZIEREN SIE MIGRANTISCH?“
- größtes MigrantInnen-Medienprojekt in Österreich mit einer Auflage von 80.000 Exemplaren
- Zielgruppe: TürkInnen und Ex-Jugoslawen
- Ziel ist die Förderung interkultureller Integration: „Das mehrsprachige und vielfältige Angebot spannt den Bogen zwischen verschiedenen Sprachen, Herkunftten und Interessen.“
- Leistungen und Aktivitäten:
 - Bum Magazin und Gazete Bum – Österreichische Magazine auf serbokroatisch und Türkisch
 - BUM TV Balkan und BUM TV Türk – 2 TV-sendungen auf Okto
 - Onlineportale auf Serbokroatisch, Türkisch und Deutsch
 - ÖMPA.AT – Österreichs erste Migrantenmedien-Presseagentur

- „Wiener Integrationswoche“ – Veranstaltungsreihe im Zeichen der Wiener Vielfalt
- Themen/ Rubriken: Balkan (bzw. Türkei), Österreich, Musik, Film, Business, Internet & PC, Automobil, Gesundheit, Essen und Trinken, Reisen, Mode, Liebe & Sex , Witze, Horoskope und Sport

Darüber hinaus sind bosnische Zeitschriften (in Bosnien für bosnische Bevölkerung produziert, in Österreich erhältlich) in Österreich in Trafiken zu finden, an Kiosken oder an den Verkaufsstellen bei den U-Bahnen, wie zum Beispiel Oslobodjenje, Azra, Dnevni Avaz, Svijet, etc.

6.8.4 Internet

Da Jugendliche über das Internet Kontakt zum Aufnahmeland schöpfen können, findet ihre Kommunikation immer mehr im Web statt. So können auf Websites, in Foren oder Chats verschiedene Themen über beide Länder diskutiert werden. Durch die transnationale Vernetzung ergeben sich transnationale Gemeinschaften. Die Liste der Foren ist unüberschaubar, sodass es hier zu keiner vollständigen Auflistung aller Seiten kommt. Fakt ist, dass (fast) jede Internetseite, sei dies von einer Zeitschrift (alle oben genannten) oder einem Radio- bzw. TV-Sender, eine Community-Funktion hat.

OKTO TV

Einige Daten und Fakten (vgl. Okto TV, 2012)

- nichtkommerzieller TV-Sender, welcher über das Internet gestreamt wird
- Unterhaltungsmagazin; taucht ein in das Nachtleben der ex-jugoslawischen Community in Wien, begleitet Kultur- und Konzertveranstaltungen mit der Kamera und lässt auch das Publikum vor dem Fernsehschirm kräftig mitfeiern
- Verschiedene Sendereihen, u.A. das Magazin „Dijaspora uživo“. Die Sendung bringt Beiträge und Reportagen über Menschen, Kultur und aktuelle Ereignisse aus der ex-jugoslawischen Diaspora. Mit Studiogästen, Veranstaltungstipps, Homestories und vielem mehr zeichnet „Dijaspora uživo“ ein authentisches und vor allem vielfältiges Bild der Community.

M-Media

Daten und Fakten (vgl. M-Media, 2012)

- Verein mit interkultureller Medienarbeit als Ziel
- M-Media wird von Migranten organisiert, welche versuchen die Bilder von Migranten und den Themenfeldern, die sie betreffen, durch aktive Teilnahme am Kommunikationsprozess der Mainstream Medien mitzugestalten.
- dient als Brücke zwischen österreichischen Mainstream Medien und Migranten, den Communities und deren Medien in Österreich
- 2005 gegründet, seit 2008 Medienmessen organisiert, bei der ethnische Medien in Österreich die Möglichkeit bekommen, sich zu präsentieren

7 Forschungsüberblick

Die bisherigen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschungen die sich mit dem Thema Migration und Medien auseinandersetzen sind zu unterscheiden, denn, den einen geht es um die Darstellung der Minderheiten in den Medien, andere haben die Mediennutzung durch die Minderheiten im Fokus und wiederum andere beschäftigen sich mit Möglichkeiten von Migranten im Berufsfeld Journalismus (vgl. Hepp/ Suna/Welling 2009, S.173).

So unterschiedlich der Forschungsschwerpunkt ist, so unterschiedlich ist der Forschungsstand von Land zu Land. An der Universität Wien sind nur wenige Diplomarbeiten und Dissertationen zu dem Thema Mediennutzung verfasst worden. Doch das in der letzten Zeit steigende Interesse zu diesem Thema ist in der wachsenden Anzahl an Studien sichtbar. Allerdings ist die generelle Forschungslage auf diesem Gebiet noch lückenhaft.

Und auch die tatsächliche Erforschung der Inhalte der Ethnomedien steckt noch in den Kinderschuhen und aussagekräftige Inhaltsanalysen sind rar. Genauso bleibt der Bereich „Wirkung von Ethnomedien“ weitgehend unerforscht (vgl. Müller 2005, S.328). Ein blinder Fleck sind außerdem noch die von Migranten oder in deren Herkunftsland für die jeweilige ethnische Minderheit produzierten Ethnomedien, was nicht zuletzt mit einer mangelnden Sprachkompetenz vieler Forscher zu tun haben dürfte. Auch die Vielfalt der Ethnomedien stellt für die Forschung ein Problem dar (vgl. Geißler/ Pöttker 2005, S.246).

Die frühesten Erforschungen begannen sich also mit Radio- und später auch mit der Fernsehnutzung der Gastarbeiter in Deutschland ab Mitte der 1960er Jahren zu beschäftigen. Österreich und die Schweiz blieben bis dahin ziemlich rar bezüglich der Forschung der Mediennutzungsgewohnheiten. Seit der Jahrtausendwende wurden Änderungen in Sachen Forschungslage vorgenommen. Die öffentliche Integrationsproblematik muslimischer Migranten nimmt auch in Österreich sowie in der Schweiz einen thematischen Schwerpunkt an. Neueren Studien hatten nun das Ziel, die gefundenen Unterschiede im Medienumgang auch zu erklären, sei das nun über das empfangbare Angebot oder die Sprachkompetenz der Zuschauer. In der heutigen Forschung werden die Folgerungen aus der Mediennutzung bezüglich Integration der Migranten fokussiert (vgl. Bonfadelli/ Bucher/ Hanetseder/ Hermann/ Ideli/ Moser 2008, S.35ff).

Im Zentrum der jüngeren Rezeptionsforschung stehen Fragen nach der Bedeutung von Medien für die Konstruktion von Identität und der zunehmende transnationale Charakter von Medienlandschaften (vgl. Böse/Kogoj 2002, S.293).

In Österreich gibt es zu diesem Themenbereich fast nur qualitative Untersuchungen. In Deutschland es eine Vielzahl unterschiedlicher quantitativer und qualitativer Studien zur Mediennutzung unterschiedlicher Migrantengruppen (vgl. univie.ac.at 2010) wie zum Beispiel durchgeführte Untersuchungen von Zentrum für Türkeistudien 1999, Lab One GmbH 2002, Data4U 2006-2008 (vgl. Hepp 2011, S.51).

Studien die sich ausschließlich mit Migranten aus Bosnien beschäftigen, sind mir bis dahin unbekannt. Die meisten Untersuchungen beziehen verschiedene Migrantengruppen ein. So hat die ARD/ZDF Studie „Migranten und Medien 2007“ Personen mit unterschiedlichem Migrationshintergrund (unter anderem auch Bosnien) befragt. Es ist die erste bundesweite repräsentative Studie zum Stellenwert deutscher und heimat Sprachiger Medien bei in Deutschland lebenden Menschen mit Migrationshintergrund. Diese Studie bestätigt das Nicht-Existieren von Parallelgesellschaften und somit auch von Mediengettos, jedoch aber eine heterogene Gruppe im Medienverhalten. Dabei spielen heimatliche Medien eine unterschiedliche Bedeutung für die Migranten. Fernsehen ist dabei das Hauptmedium (vgl. Universität Wien 2010).

Auch bei Moser, der die Schweizer Jugendlichen untersuchte, zeigten sich kaum Belege für eine Medien-Ghettoisierung bzw. Entwicklung von parallelgesellschaftlichen Strukturen. Es handelt sich aber um transnationale Gemeinschaften, die sich weit über den ganzen Erdball erstrecken und nicht ausschließlich auf die Bewahrung der ursprünglichen Wurzeln fixiert sind. (vgl. Moser 2007, S.201)

Daneben gibt es noch Studien wie Sinus Soviovision „Migranten-Milieus. Lebenswelten und Werte von Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland“ oder Initiative D21 „Eine Sonderauswertung zum (N)Onliner Atlas 2008. Internetnutzung und Migrationshintergrund in Deutschland“ (vgl. Hepp/Bozdag/Suna 2011, S.52), um nur einige zu nennen. Die Ergebnisse dieser Studien sollen hier aber nicht weiter ausgeführt werden.

Viele bereits durchgeführte Studien zeigen jedoch ungleiche Befunde: Zwar sagt Hepp (vgl. ebd. S.46), dass die verschiedenen Arbeiten ähnliche Interpretationsrahmen hinsichtlich der Ergebnisse aufweisen, da die meisten zeigen, dass es bei der Nutzung von Heimatmedien eher um Orientierung über die Geschehnisse in der „Herkunftskultur“ und bei der Nutzung deutscher Medien eher um die Orientierung in der „Gastkultur“ geht, die Nutzung von Minderheitenmedien aber einen vermittelnden Charakter hat.

Um ein Beispiel zu nennen: Die von Hepp, Bozdag und Suna (2011) durchgeführte Studie zeigte, dass die Medienumgebungen von Personen mit Migrationshintergrund keine gänzlich anderen

sind als die von deutschen ohne Migrationshintergrund. Lediglich die Medienrepertoires sind nur in Einzelaspekten spezifisch für Migrationsgruppen (vgl. Hepp/Bozdag/Suna 2011, S.59f).

Im Gegensatz dazu hat sich Caroe Christiansen 2004 mit (u.A.) Familien aus Jugoslawien beschäftigt. Ihre Fragestellung bezog sich auf die Nutzung von TV-Informationen und zeigt eine deutlich bevorzugte Nutzung von TV-Programmen in der eigenen Sprache (vgl. Bonfadelli/Bucher/Hanetseder/Hermann/Moser/Ideli 2008, S.36).

Und noch ein Widerspruch: Auf der einen Seite musste Joachim Schulte die Frage des „Medienghetto- nutzen Migranten hauptsächlich deutsche Medien?“ mit einem „ja“ beantworten, wohingegen Hans-Jürgen Weiß aufgrund empirischer Daten diese verneinte. Für die Interpretation der z.Z. widersprüchlichen Befunde ist anzumerken, dass unterschiedliche Indikatoren der Mediennutzung verwendet werden, die von Relevanz für die Interpretation der Befunde sind. Mit der Zeit hat sich das Interesse auf den Medienkonsum von Kindern und Jugendlichen verlagert (vgl. Bonfadelli/ Bucher/ Hanetseder/ Hermann/ Ideli/ Moser 2008, S.35ff)

Doch aufgrund solcher unterschiedlicher und nicht aussagekräftiger aktueller Studien ist nach wie vor unklar, ob und inwieweit sich die verschiedenen Migrantengruppen tatsächlich durch den mehrheitlichen Konsum von Heimatprogrammen gesellschaftlich in ihren neuen Aufnahmeländern isolieren und ob sie wirklich weitgehend auf die Nutzung der Mehrheitsprogramme verzichten, sei dies nur schon darum, weil ihnen die dazu notwendigen Sprachkenntnisse fehlen (vgl. Bonfadelli 2007, S.8)

8 Empirische Untersuchung

8.1 Methodendesign

Die Erhebung erfolgte mittels eines quantitativen Fragebogens, der an 209 14-20 Jährige in Österreich geborene Jugendliche mit bosnischem Migrationshintergrund im Schneeballprinzip verteilt wurde. Der Fragebogen wurde den Teilnehmern im Zeitraum vom 7.Juni - 31.Juli auf einer Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Vor dem finalen Fragebogen wurde ein Pretest durchgeführt. Der eigens entwickelte Fragebogen umfasst insgesamt 39 Fragen die sich auf soziodemographische Daten, eigenes Mediennutzungsverhalten, Zugehörigkeitsmerkmale/ Identitätszuschreibung und Integration(-sbedürfnis) beziehen.

Da diese Arbeit als erste die bosnische Diaspora als Untersuchungsziel hat, soll sie erste Ergebnisse bzw. Denkanstöße liefern und einen Einblick in das Mediennutzungsverhalten der zweiten Migrantengeneration geben.

8.2 Forschungsfragen

Die Hauptforschungsfrage „Welche Rolle nehmen Muttersprachenmedien bei der Identitätsbildung von Migranten der zweiten Generation ein und welchen Beitrag leisten diese zur Integration?“ soll in folgende zwei Forschungsfragen heruntergebrochen werden:

Forschungsfrage 1:

Welche Rolle spielt die Medienwahl der Jugendlichen?

Hypothese 1 (Interesse):

Je mehr Jugendliche Medien in einer bestimmten Sprache (bosnisch) konsumieren, desto eher sind sie auch am Geschehen des Landes (Bosnien) dieser Sprache interessiert.

Hypothese 2 (Integration/Segregation):

Der Konsum von muttersprachlichen Medien hat nicht automatisch sprachliche und soziale Segregation zur Folge.

Hypothese 3 (Assimilation):

Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem bevorzugten Konsum deutschsprachiger Medien und einer erhöhten Anpassungs- bzw. Assimilationsbereitschaft.

Hypothese 4 (Identifikation):

Je mehr Jugendliche Medien in einer bestimmten Sprache (bosnisch) konsumieren, desto eher identifizieren sie sich mit dem Land (Bosnien) dieser Sprache.

Hypothese 5 (Identitätsfindung):

Muttersprachenmedien können durch die Bereitstellung spezifischer Inhalte die Identitäten unsicherer Persönlichkeiten stabilisieren.

Hypothese 6 (Hybride Identität):

Es besteht ein Zusammenhang zwischen einer gleich intensiven Nutzung von deutschsprachigen und bosnischsprachigen Medien und der Identifikation mit beiden Ländern.

Forschungsfrage 2:

Aus welchem Grund rezipieren Jugendliche Muttersprachenmedien?

Hypothese 1 (Familie):

Jugendliche nutzen Muttersprachenmedien, weil ihr kultureller Hintergrund in der Familie stark gepflegt wird.

Hypothese 2 (Mediennutzung Familie):

Die muttersprachliche Mediennutzung hängt vom medialen Konsum der Eltern ab.

Hypothese 3 (Peegroup):

Es besteht ein Zusammenhang zwischen der bevorzugten Medienwahl und der ethnischen Zusammensetzung des Freundeskreises.

Hypothese 4 (Muttersprachenkenntnisse):

Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Rezeption von Muttersprachenmedien und guten Muttersprachenkenntnissen.

Hypothese 5 (Alter):

Je früher die Jugendlichen in Kontakt mit Muttersprachenmedien treten, desto eher konsumieren sie diese.

Hypothese 6 (Alter):

Je früher die Jugendlichen in Kontakt mit Muttersprachenmedien treten, desto eher identifizieren sie sich mit Bosnien.

Hypothese 7 (Themen):

Jugendliche rezipieren aktiv Muttersprachenmedien, weil diese ihre Bedürfnisse durch die Bereitstellung bestimmter Themen besser befriedigen als deutschsprachige Medien.

8.3 Operationalisierung

Die **Forschungsfrage 1** „Welche Rolle spielt die Medienwahl der Jugendlichen?“ samt Hypothesen wird anhand der Kategorien Interesse, Integration/Segregation, Assimilation, Identifikation, Identitätsfindung und hybride Identität gemessen.

- Medienwahl bezieht sich auf die (bevorzugte) Nutzung von bosnisch- und deutschsprachigen Medien

Hypothese 1:

Je mehr Jugendliche Medien in einer bestimmten Sprache (bosnisch) konsumieren, desto eher sind sie auch am Geschehen des Landes (Bosnien) dieser Sprache interessiert.

- Der Konsum von Medien: gemeint sind die Dauer und die Intensität des Konsums/ der Nutzung, sozusagen die tägliche Zeit, die den Medien gewidmet werden.
- Unter Interesse sind Gründe, Motive und Bedürfnisse des Medienkonsums gemeint.

Hypothese 2:

Der Konsum von muttersprachlichen Medien hat nicht automatisch sprachliche und soziale Segregation zur Folge.

- Unter Segregation wird die Handlungsweise verstanden, sich von der österreichischen Gesellschaft zu segregieren, d.h. zu trennen (bezogen auf die gesellschaftlichen Werte, Traditionen, etc.)

Hypothese 3 :

Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem bevorzugten Konsum deutschsprachiger Medien und einer erhöhten Anpassungs- bzw. Assimilationsbereitschaft.

- Assimilation wird mit Hilfe von Essers drei Dimensionen, nämlich Sprache, Freundschaften, und Identifikation gemessen (vgl. Esser 1990, S.80). Damit gemeint ist die Bereitschaft, seine eigenen Werte und Traditionen den Werten des Aufnahmelandes anzupassen bzw. sich diesen anzugleichen.

Hypothese 4:

Je mehr Jugendliche Medien in einer bestimmten Sprache (bosnisch) konsumieren, desto eher identifizieren sie sich mit dem Land (Bosnien) dieser Sprache.

- Identität wird durch folgende Indikatoren gemessen (vgl. Schneider / Arnold 2006, S. 102):
 - Sprache – Sprache der Mediennutzung
 - Interessen – Interesse an Nachrichten aus Österreich/Bosnien
 - Soziale Kontakte – Sprachverwendung bei sozialen Kontakten im Alltag/ ethnischer bzw. kultureller Hintergrund sozialer Kontakte
 - Politische Integration - Zufriedenheit mit der österreichischen Politik und Regierung
 - Lokale Integration – Zufriedenheit mit der Wohnsituation
 - Akkulturation – Einschätzung des Zusammenlebens von Bosniern und Österreichern in Österreich

Außerdem durch folgende Indikatoren nach Max Weber:

- Subjektive Zugehörigkeit zu Volksgruppen
- Diskriminierungswahrnehmung
- Kontakte zu Deutschen und Ausländern
- Kontakte zum Herkunftsland
- Selbstidentifikation als Deutscher und als Ausländer (hybride Identität)
- Wunsch nach Zusammenhalt der Ethnie
- Gefühle der Heimatlosigkeit

- Erziehungsziele
- Kulturelle Gewohnheiten (Musik, Video, Zeitungen, Ernährung)
- Beachtung von Nationalfeiertagen

Hypothese 5:

Muttersprachenmedien können durch die Bereitstellung spezifischer Inhalte die Identitäten unsicherer Persönlichkeiten stabilisieren.

- Spezifische Inhalte: Inhalte wie z.B. spezielle Beiträge in der Muttersprache, die nur von Muttersprachenmedien bereitgestellt werden.
- Unsichere Persönlichkeiten: Jugendliche, die aufgrund ihrer bikulturellen und bilingualen Situation nicht wissen, zu welcher Kultur sie sich zugehörig fühlen.

Hypothese 6:

Es besteht ein Zusammenhang zwischen einer gleich intensiven Nutzung von deutschsprachigen und bosnischsprachigen Medien und der Identifikation mit beiden Ländern.

- Unter gleich intensiver Mediennutzung soll ein ausgewogener und intensiver Medienkonsum in beiden Sprachen verstanden werden.

Die **zweite Forschungsfrage**, welche lautet „Aus welchem Grund rezipieren Jugendliche Muttersprachenmedien?“ wird mittels folgenden Kategorien messbar gemacht: Familiärer Einfluss, Einfluss der Peergroup, Muttersprachenkenntnisse, Alter, Bereitstellung medialer Themen.

Hypothese 1:

Jugendliche nutzen Muttersprachenmedien, weil ihr kultureller Hintergrund in der Familie stark gepflegt wird.

- Pflege des kulturellen Hintergrundes durch praktizieren der Religion, beachten der Feiertage, einhalten der Fastenmonate, fließende Beherrschung der Muttersprache, etc.

Hypothese 2:

Die muttersprachliche Mediennutzung hängt vom medialen Konsum der Eltern ab.

- Medialer Konsum der Eltern: Aktive Nutzung von muttersprachlichen Medien der Eltern.

Hypothese 3:

Es besteht ein Zusammenhang zwischen der bevorzugten Medienwahl und der ethnischen Zusammensetzung des Freundeskreises.

- Bevorzugte Medienwahl äußert sich in einer intensiveren Nutzung dieser Medien resultierend aus unterschiedlichen Gründen.
- Ethnische Zusammensetzung des Freundeskreises: Der Freundeskreis besteht aus größtenteils Österreichern oder Bosniern.

Hypothese 4:

Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Rezeption von Muttersprachenmedien und guten Muttersprachenkenntnissen.

- Gute Muttersprachenkenntnisse: Kommunikation (in Wort und Schrift) in der eigenen Muttersprache möglich – Selbsteinschätzung

Hypothese 5:

Je früher die Jugendlichen in Kontakt mit Muttersprachenmedien treten, desto eher konsumieren sie diese.

- Mit „je früher“ ist das Alter des Jugendlichen gemeint, in dem er Muttersprachenmedien zu konsumieren beginnt.

Hypothese:

Je früher die Jugendlichen in Kontakt mit Muttersprachenmedien treten, desto eher identifizieren sie sich mit Bosnien.

Hypothese 7:

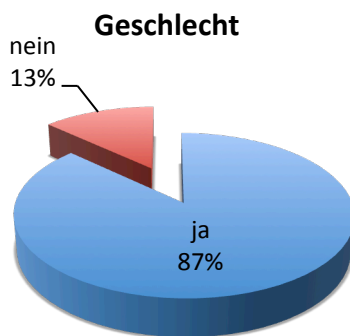
Jugendliche rezipieren aktiv Muttersprachenmedien, weil diese ihre Bedürfnisse durch die Bereitstellung bestimmter Themen besser befriedigen als deutschsprachige Medien.

- Befriedigung der Bedürfnisse, die deutschsprachige Medien nicht erfüllen können, z.B. Sendungen zu speziellen Themen, Musik, Kultur etc.

9 Untersuchungsergebnisse

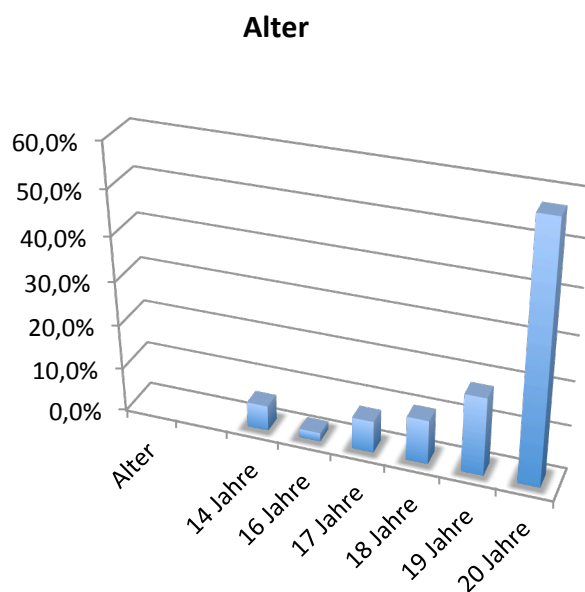
9.1 Stichprobenbeschreibung

Im Zeitraum vom 7.Juni bis 3.August 2012 konnte der Fragenbogen online beantwortet werden. In diesem Intervall wurden insgesamt 209 gültige Fragebögen ausgefüllt, 17 davon konnten aufgrund fehlender Daten in der Analyse nicht berücksichtigt werden. Da keinerlei Daten bzw. Statistiken über die Zielgruppe, also der in Österreich geborenen Jugendlichen mit Migrationshintergrund im Zusammenhang mit dem Geburtsland der Eltern, gefunden werden konnte, musste eine allgemeine, möglich repräsentative und im Zeitraum der Forschungsarbeit zu erreichende Zahl an Probanden genommen werden.

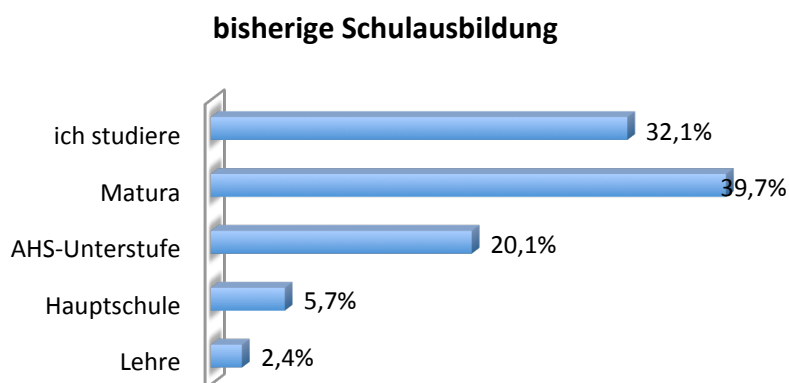


Die Ausarbeitung der soziodemographischen Daten zeigt einen deutlich höheren Anteil an weiblichen Befragten (160 Frauen, 77%). Nur 49 aller Teilnehmer waren Männer (23%). Der Mittelwert mit 1,77 bestätigt die Tendenz zur Antwort 2 (weiblich).

Die Mehrheit der befragten zweiten Migrantengeneration mit 57% ist 20 Jahre alt (120 Angaben), 37 Personen sind 19 Jahre alt. Den dritten Platz belegen Jugendliche im Alter von 18 Jahren (10%). Die zweite untere Hälfte mit 7% sind 17 Jahre alt, 12 davon sind 14 Jahre. Schlusslicht mit 4 Angaben sind 16-Jährige.



Aufgrund des unterschiedlichen Alters musste nach der aktuellen Schulausbildung gefragt werden. Die Mehrheit der Jugendlichen zeigt sich ambitioniert in Sachen Weiterbildung. So haben knappe 40% einen Maturaabschluss und 67 von 209 Personen studieren bereits (32%). Darüber hinaus besuchten 42 Personen (20%) die AHS-Unterstufe, 12 Jugendliche die Hauptschule und lediglich 2% (5 Befragte) gaben an, eine Lehre zu machen.



Alle 209 befragten Jugendlichen erfüllten die Voraussetzungen an der Teilnahme der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit: So wurden sie in Österreich geboren und ihre Eltern stammen aus Bosnien.

(Alle Tabellen im Anhang unter „Tabellen Stichprobenbeschreibung/Untersuchungsergebnisse“)

9.2 Ergebnisse

Im Folgenden sollen die Hypothesen auf ihre Falsifikation bzw. Verifikation hin geprüft werden.

Forschungsfrage 1, Hypothese 1

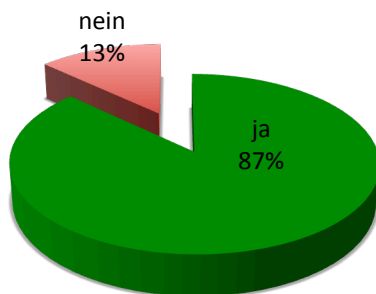
Je mehr Jugendliche Medien in einer bestimmten Sprache (bosnisch) konsumieren, desto eher sind sie auch am Geschehen des Landes (Bosnien) dieser Sprache interessiert.

Die Hypothese wird mit den Fragen „Nutzt Du bosnischsprachige Medien?“ und „Mich interessiert das politische, wirtschaftliche und soziale Geschehen mehr in Bosnien“ gemessen. Da beide Fragen zwei Antworten besitzen aber nur eine Antwortmöglichkeit gegeben ist, handelt es sich um ein nominalskaliertes Messniveau. Aufgrund dessen werden die Fragen in einer Kreuztabelle/ Chi-Quadrat analysiert. Die dafür nötige Fallzahl von mind. 5 gegebenen Fällen pro Antwort ist dabei gegeben.

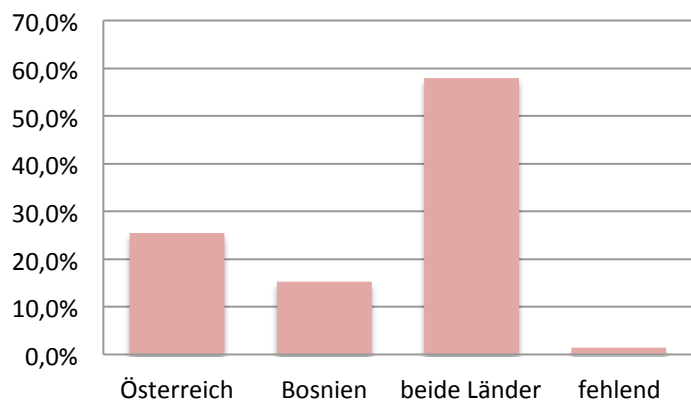
Der Signifikanzwert von ,000 sagt aus, dass es einen Zusammenhang zwischen der bosnischsprachigen Mediennutzung und dem höheren Interesse am Geschehen in Bosnien gibt. Ganze 60% der bevorzugten bosnischsprachigen Mediennutzer interessiert eher das Geschehen in Bosnien. Somit kann die Hypothese vorläufig verifiziert werden.

Betrachtet man die Einzelstatistik der Aussagen zeigt sich, dass die eindeutige Mehrheit von rund 87% Medien in der Muttersprache generell nutzen doch 57% gaben an, dass ihr Interesse am Geschehen in beiden Ländern am meisten ausgeprägt ist.

Muttersprachliche Mediennutzung

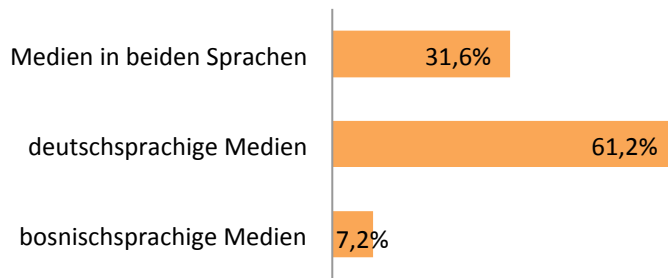


Interesse an Ländern



Stellt man die Jugendlichen aber vor die Frage, welche Medien sie bevorzugen so stehen dabei die deutschsprachigen Mainstreammedien im Vordergrund.

bevorzugte Medien (nach Sprache)



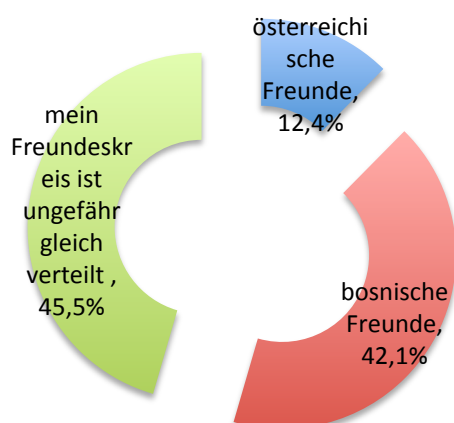
(Alle Tabellen im Anhang unter „Tabellen Forschungsfrage 1, Hypothese 1“)

Forschungsfrage 1, Hypothese 2

Der Konsum von muttersprachlichen Medien hat nicht automatisch sprachliche und soziale Segregation zur Folge.

Diese Frage muss aufgesplittet werden und mit den Fragen „Nutzt Du bosnischsprachige Medien?“ und „Welche der beiden Sprachen sprichst und schreibst du besser?“ und „Ich habe im Verhältnis mehr österreichische/bosnische/ Freunde/ mein Freundeskreis ist ungefähr gleich verteilt.“

Der Qui-Quadrat Test zeigt einen fehlenden Zusammenhang (Signifikanzwert ,078) hinsichtlich der Komponente Sprache obwohl fast 91% angeben, besser Deutsch zu sprechen. Zu Hause wird allerdings bei 196 von 206 Befragten Bosnisch gesprochen. Insofern kann dieses Ergebnis die Signifikanz verringern.



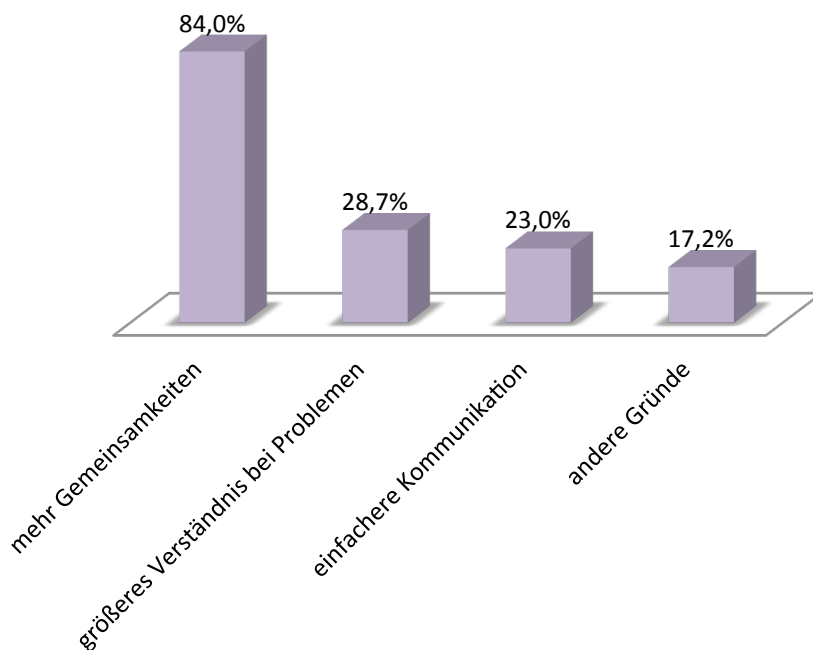
Hinsichtlich der sozialen Integration zeigt sich ein knappes Ergebnis: 45,5% haben einen ethnisch ungefähr gleich verteilten Freundeskreis. An zweiter Stelle liegt die Antwortmöglichkeit „Ich habe im Verhältnis mehr bosnische Freunde“ mit 42,1%. Lediglich 26 Jugendliche (12,4%) haben eher Österreicher als Freunde.

Auch die Kreuztabelle zeigt, dass der Konsum von Medien aus dem Heimatland keine soziale Segregation zur Folge hat. So bestätigt der Chi-Quadrat Test einen höchstsignifikanten Zusammenhang. 92 Jugendliche, die bosnischsprachige Medien aktiv nutzen haben auch einen ungefähr gleich verteilten Freundeskreis.

Dieses Ergebnis bestätigt nicht unbedingt die Zahlen über das ethnisch verteilte soziale Umfeld, denn nur 82 Jugendliche (39,2%) gaben an, dass in deren sozialem Umfeld mehr Bosnier bzw. generell Migranten leben.

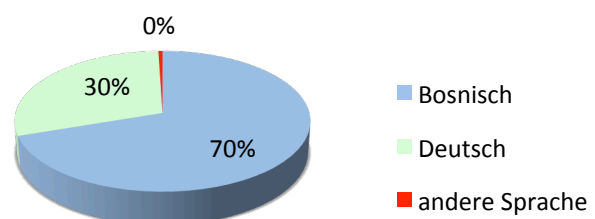
Bei denjenigen, die mehr bosnische Freunde haben, wurde außerdem noch nach den Gründen gefragt und das sind die Ergebnisse:

Aus welchem Grund hast du mehr bosnische Freunde?

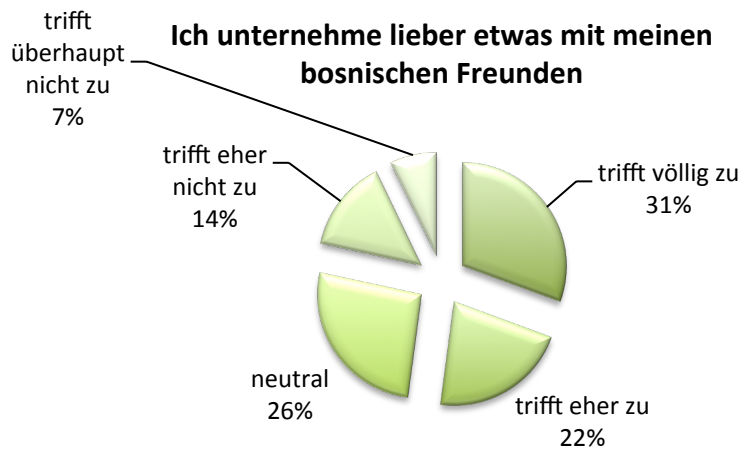


Sprachnutzung im bosnischen Freundeskreis

Was die Sprachwahl im Freundeskreis angeht, so verläuft die Kommunikation größtenteils eindeutig in der Muttersprache der Jugendlichen.



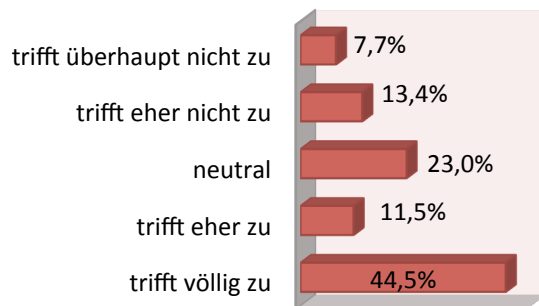
Die Frage, welche Sprache sie lieber sprechen bringt allerdings keine eindeutigen Ergebnisse, denn 50,2% bevorzugen Bosnisch, 48,8% hingegen Deutsch.



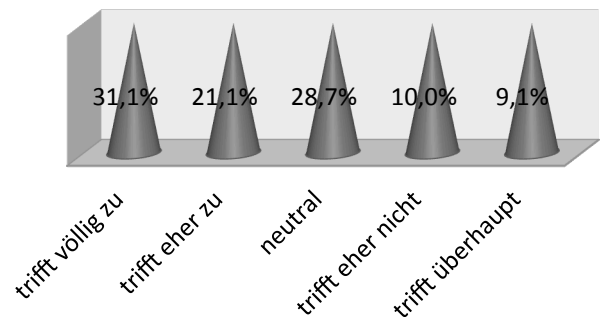
So wird auch lieber etwas mit dem bosnischen Freundeskreis unternommen.

Dementsprechend hören 44,5% am liebsten Musik in der Muttersprachesprache und besuchen auch diejenigen Lokale am meisten, in denen diese Musik gespielt wird.

Am liebsten höre ich bosnische Musik.



Ich besuche lieber Lokale, in denen bosnische Musik gespielt wird



Forschungsfrage 1, Hypothese 3

Es besteht ein Zusammenhang zwischen dem bevorzugten Konsum deutschsprachiger Medien und einer erhöhten Anpassungs- bzw. Assimilationsbereitschaft.

Die Hypothese wird mit den Aussagen

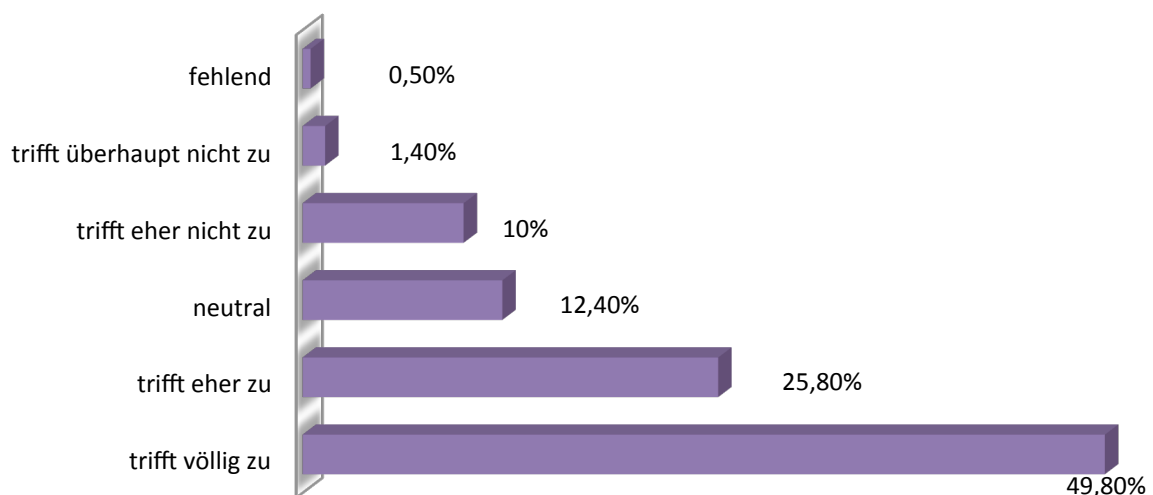
- Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie unter Umständen auch einen österreichischen Partner wählen.
- Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie die deutsche Sprache beherrschen und selbst Kontakte zu Österreichern aufnehmen.
- Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie die eigenen Kinder überwiegend in deutscher Sprache erziehen.

und „Ich nutze bevorzugt deutschsprachige Medien“ herangezogen durch einen T-Test gemessen.

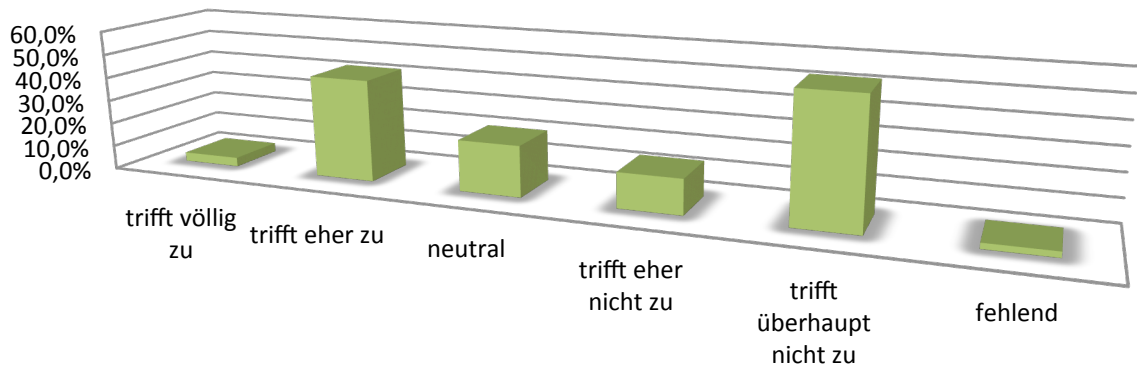
Die Ergebnisse des T-Tests bestätigen einen nicht signifikanten Zusammenhang bei allen drei Aussagen (0,772, 0,97, 0,909).

Zwar ist die nötige Fallzahl von 25 bei jeder Zelle gegeben aber trotzdem sind die Ergebnisse nicht interpretierbarer. Dennoch erscheint es interessant, einen Blick auf die einzelnen Mittelwerte der Aussagen zu wagen: Am ehesten und mit einem Mittelwert von 1,87 (auf einer Skala von 1-5) trifft die Aussage „Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie die deutsche Sprache beherrschen und selbst Kontakte zu Österreichern aufnehmen“ Zu. D.h. soziale Kontakte und Sprache stellen eine wichtige Komponente für die Jugendlichen dar.

- Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie die deutsche Sprache beherrschen und selbst Kontakte zu Österreichern aufnehmen.



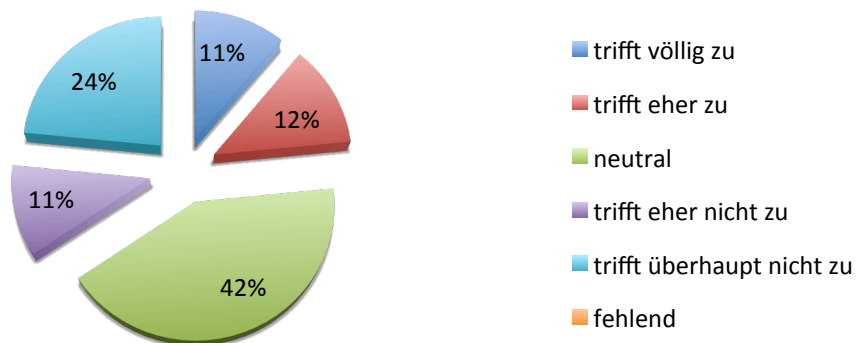
Viel weniger (MW 4,14) akzeptieren Sie die Aussage „Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie unter Umständen auch einen österreichischen Partner wählen“. Dabei gibt es kaum einen Unterschied zwischen denjenigen, die muttersprachliche Medien Nutzen denen, die sie nicht nutzen (MW 4,09).



	trifft völlig zu	trifft eher zu	neutral	trifft eher nicht zu	trifft überhaupt nicht zu	fehlend
■ Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie unter Umständen auch einen österreichischen Partner wählen.	3,8%	43,0%	21,5%	14,8%	53,1%	2,4%

Bei der sprachlichen Erziehung tendiert die Antwort zur Mitte mit einem Wert von 3,23.

Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie die eigenen Kinder überwiegend in deutscher Sprache erziehen.



Bei der Messung der von „Ich nutze bevorzugt deutschsprachige Medien“ und der direkten Frage nach der Anpassung der Kultur durch die Frage „Welcher Kultur passt Du Dich mehr an?“, zeigen sich im Vergleich zur obigen Analyse widersprüchliche Ergebnisse: Hier gibt es einen höchstsignifikanten Zusammenhang mit einem Signifikanzwert von ,000. 71,4% der bevorzugt deutschsprachigen Mediennutzer passen sich mehr der österreichischen Kultur an.

D.h. die vorliegende Hypothese kann nur durch die direkte Frage nach der kulturellen Anpassung vorläufig verifiziert werden. Fragt man nach den genaueren Details hinsichtlich Assimilierung bzw. Anpassung so wie es in den drei Aussagen ausgeführt wird, kann kein Zusammenhang der Variablen festgestellt werden.

(Alle Tabellen im Anhang unter „Tabellen Forschungsfrage 1, Hypothese 3“)

Forschungsfrage 1, Hypothese 4

Je mehr Jugendliche Medien in einer bestimmten Sprache (bosnisch) konsumieren, desto eher identifizieren sie sich mit dem Land (Bosnien) dieser Sprache.

Der Zusammenhang zwischen „Welche Medien nutzt du bevorzugt?“ und „Ich identifiziere mich eher mit ...“ zeigt einen nicht signifikanten Wert von ,337. D.h. es besteht kein Zusammenhang zwischen diese beiden Variablen. Somit muss die These vorläufig falsifiziert werden.

(Alle Tabellen im Anhang unter „, Tabellen Forschungsfrage 1, Hypothese 4“)

Forschungsfrage 1, Hypothese 5

Muttersprachenmedien können durch die Bereitstellung spezifischer Inhalte die Identitäten der Jugendlichen festigen bzw. stabilisieren.

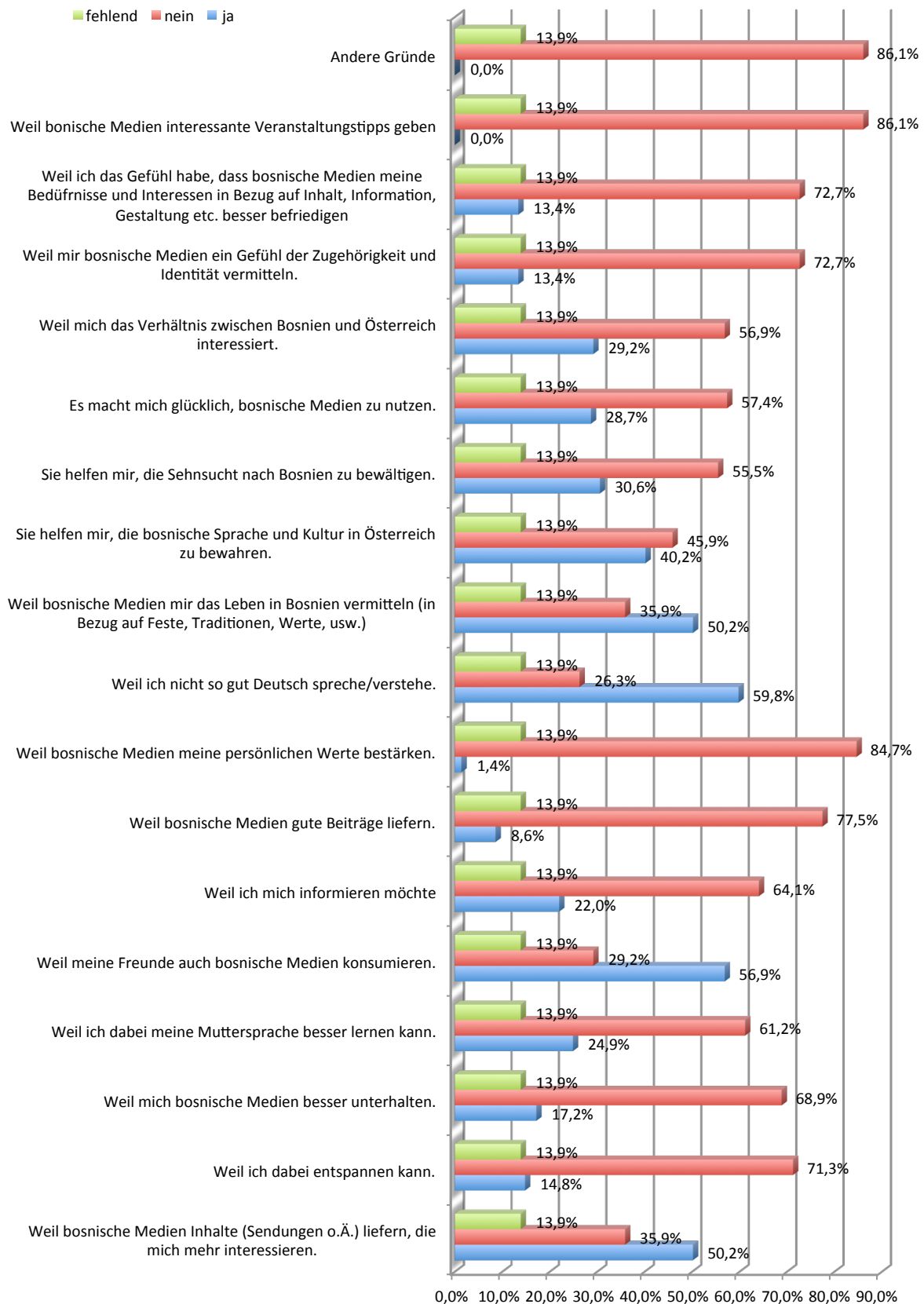
Diese Hypothese soll mithilfe der Aussagen „Weil mir bosnische Medien ein Gefühl der Zugehörigkeit und Identität vermitteln“ und „Weil ich das Gefühl habe, dass bosnische Medien meine Bedürfnisse und Interessen im Bezug auf Inhalt, Information, Gestaltung etc. besser befriedigen.“, welche mögliche Gratifikationen der Mediennutzung sein können, gemessen werden.

Es kommt zu einer vorläufigen Falsifikation der Hypothese aufgrund eines nicht signifikanten Wertes von ,083 in beiden Fällen. D.h. der Grund der Nutzung bosnischsprachiger Medien liegt nicht in der Identitätsvermittlung und in der Befriedigung der Bedürfnisse durch die Aufbereitung spezifischer Inhalte.

Die allgemeinen Gründe warum Migrationsjugendliche Medien in der Muttersprache nutzen können anhand der folgenden Tabelle entnommen werden. Dabei ist zu sehen, dass auf Platz eins die fehlende Sprachkompetenz in Deutsch liegt (59,8%), dicht gefolgt von „Weil meine Freunde auch bosnische Medien konsumieren“(56,9%). Platz drei der meist genannten Antworten mit 50,2% belegen die Gründe Vermittlung der Medien über das Leben im Land und das Interesse an den Inhalten der Sendungen.

Dieses Ergebnis überrascht, denn laut der Häufigkeitsstatistik gab die eindeutige Mehrheit von 90,9% an, besser Deutsch zu sprechen.

(Alle Tabellen im Anhang unter „Tabellen Hypothese 5“)

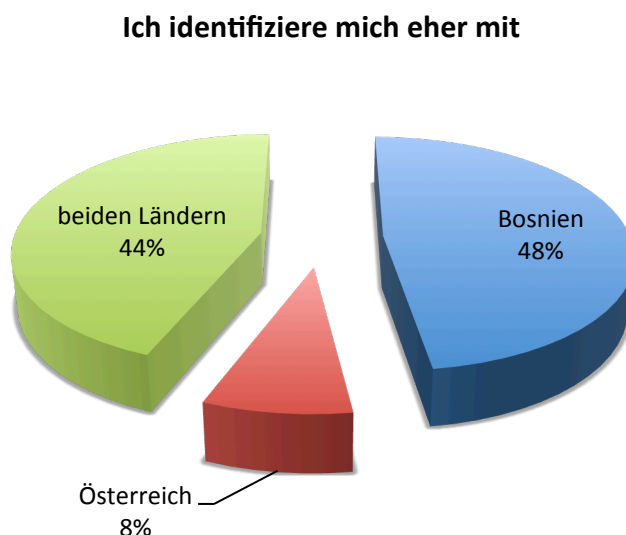


Forschungsfrage 1, Hypothese 6

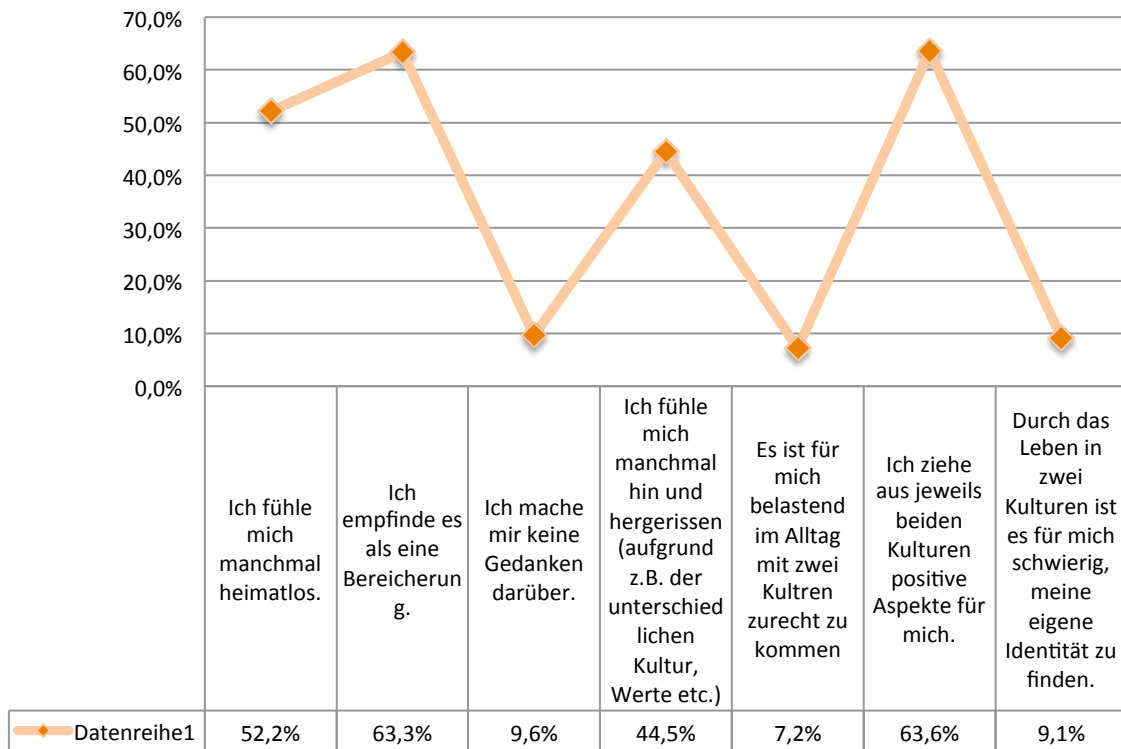
Es besteht ein Zusammenhang zwischen einer gleich intensiven Nutzung von deutschsprachigen und bosnischsprachigen Medien und der Identifikation mit beiden Ländern.

Da der Chi-Quadrat-Test zeigt einen Signifikanzwert von ,337. Somit besteht kein Zusammenhang zwischen einer gleich intensiven Nutzung der Medien und der Identifikation mit beiden Ländern. Daraus wäre zu schließen, dass es sich die Persönlichkeiten durch keine hybriden Identitäten kennzeichnen.

Zwar bestätigt auch die Häufigkeitsstatistik, dass sich 100 von 209 Personen nur mit Bosnien identifizieren, doch bei der Stellungnahme zur bikulturellen Person zeigte sich der Großteil kaum abgeneigt vom zweisprachigen und zweikulturellen Leben: So sehen es die meisten als eine Bereicherung und ziehen jeweils positive Aspekte aus beiden Kulturen, obwohl sich für 109 von 209 befragten Personen diese Situation auch als belastend darstellt im Sinne vom Gefühl der Heimatlosigkeit. Weitere 93 Personen fühlen sich manchmal hin und hergerissen. Zu beachten ist: Bei diese Frage war eine Mehrfachantwortmöglichkeit gegeben, sodass es zu keiner Summe von 100% kommen kann.



Wie empfindest Du Deine bikulturelle Situation?

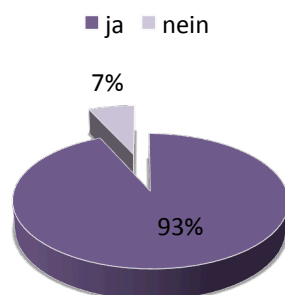


(Alle Tabellen im Anhang unter „Tabellen Hypothese 6“)

Forschungsfrage 2, Hypothese 1

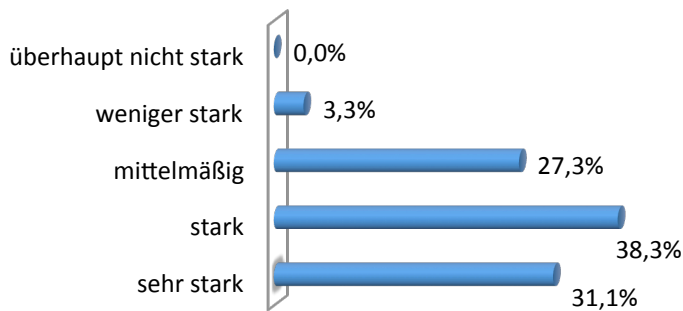
Jugendliche nutzen Muttersprachenmedien, weil ihr kultureller Hintergrund in der Familie stark gepflegt wird.

Kultureller Hintergrund in der Familie gepflegt



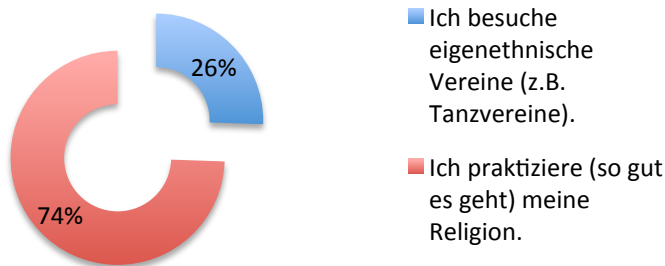
Zwar wird bei der Mehrheit (93,3%) die Kultur des Heimatlandes in der Familie gepflegt, doch die Hypothese muss aufgrund eines fehlenden Zusammenhanges (Signifikanz ,875) vorläufig falsifiziert werden.

Beziehung zu Bosnien



Die Pflege des kulturellen Hintergrundes äußert sich in einer intensiven Bindung zum Heimatland: 38,1% weisen eine starke Bindung zu Bosnien auf.

Außerdem besuchen 47 Jugendliche (26%) eigenethnische Vereine, der Großteil (137 Angaben) ist sogar religiös und praktiziert (nach Gelegenheit) seinen Glauben.



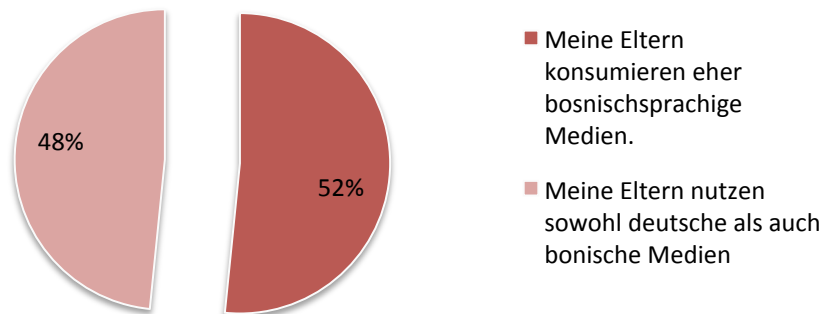
(Alle Tabellen im Anhang unter „Tabellen Forschungsfrage 2, Hypothese 1“)

Forschungsfrage 2, Hypothese 2

Die muttersprachliche Mediennutzung hängt vom medialen Konsum der Eltern ab.

Mit einem hochsignifikanten Wert von ,001 kann der Zusammenhang zwischen dem elterlichen medialen Konsum und der Nutzung der Jugendlichen bestätigt werden. Die Statistik zeigt, dass aber nur 52% der Eltern derjenigen Jugendlichen, die bosnische Medien nutzen, auch eher Medien in der Muttersprache rezipieren.

Ja, ich nutze bosnische Medien



(Alle Tabellen im Anhang unter „Tabellen Forschungsfrage 2, Hypothese 2“)

Forschungsfrage 2, Hypothese 3

Es besteht ein Zusammenhang zwischen der bevorzugten Medienwahl und der ethnischen Zusammensetzung des Freundeskreises.

Mit einem hochsignifikanten Zusammenhang ($p < ,000$) kann diese Hypothese vorläufig verifiziert werden. Der Interpretation der Kreuztabelle nach, haben diejenigen die bevorzugt bosnischsprachige Medien nutzen auch im Verhältnis mehr bosnische Freunde. Genauer gesagt ergeben sich in dieser Zelle 15 abgegebene Antworten. Bei Migranten der zweiten Generation, die beide Medien gleich intensiv nutzen haben im Verhältnis gleich viele bosnische Freunde und gemischten Freundeskreis.

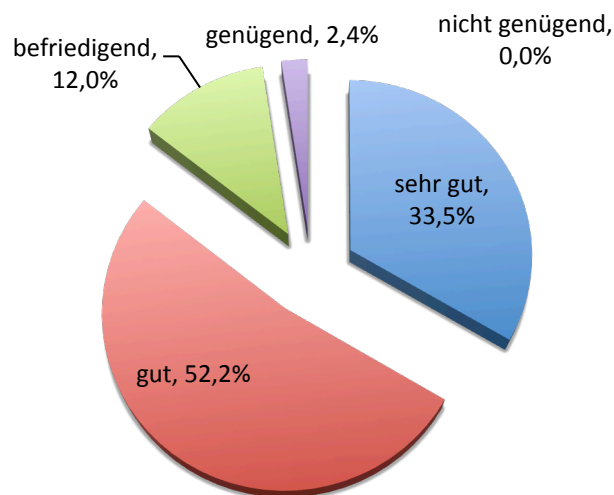
(Alle Tabellen im Anhang unter „Tabellen Forschungsfrage 2, Hypothese 3“)

Forschungsfrage 2, Hypothese 4

Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Rezeption von Muttersprachenmedien und guten Muttersprachenkenntnissen.

Bei der Messung der Variablen „Nutzt Du bosnischsprachige Medien?“ und „Wie gut beherrscht Du die bosnische Sprache auf einer Skala von 1-5?“ mittels T-Test ergibt sich eine fehlende Signifikanz von ,116. Somit kann kein Zusammenhang festgestellt werden und die Hypothese muss vorläufig falsifiziert werden.

109 Jugendliche, und damit die Mehrheit von 52,2% gaben an, auf einer Notenskala von 1-5 an, ihre Muttersprache „gut“ zu sprechen. Dies bestätigt auch der Mittelwert von 1,83. Zudem zeigt der T-Test, dass die Selbsteinschätzung der Sprachkompetenz bei denjenigen, die bosnische Medien konsumieren, höher liegt (MW 1,80) als bei Jugendlichen, die diese Medien nicht nutzen (MW 2,04).



(Alle Tabellen im Anhang unter „Tabellen Forschungsfrage 2, Hypothese 4“)

Forschungsfrage 2, Hypothese 5

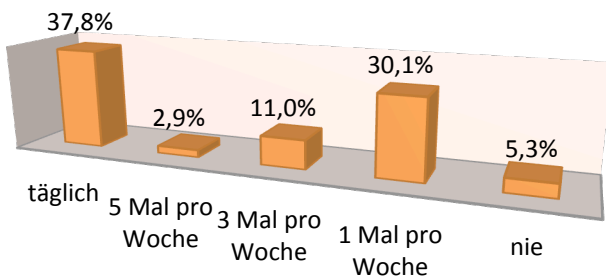
Je früher Jugendliche in Kontakt mit Muttersprachenmedien treten, desto eher nutzen sie diese.

Es kommt zu einer vorläufigen Verifizierung der Hypothese, da der Signifikanzwert bei ,000 liegt. Jedoch können die Werte aufgrund von 6 Fälle (mind. 5 nötig) pro Zelle gerade noch interpretiert werden:

Diejenigen, die bevorzugt bosnischsprachige Medien nutzen, haben mit 6 Jahren angefangen, diese zu sehen. 2 Personen interessierten sich in der Pubertät mit 15 Jahren für bosnischsprachige Medien, und weitere 2 mit 16 Jahren.

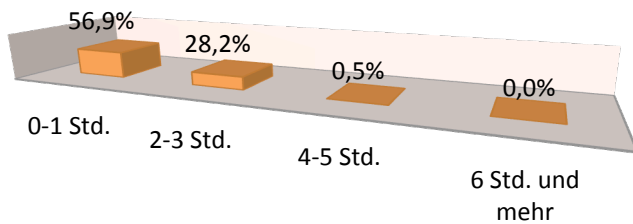
Allgemeines Nutzungsverhalten:

Internetnutzung/Woche



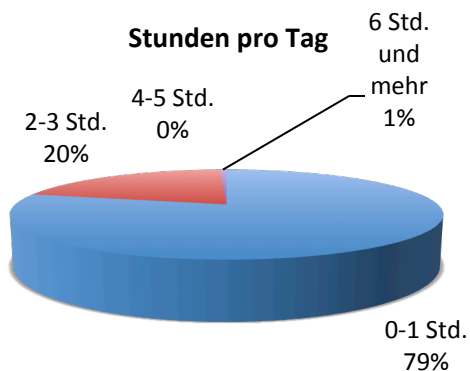
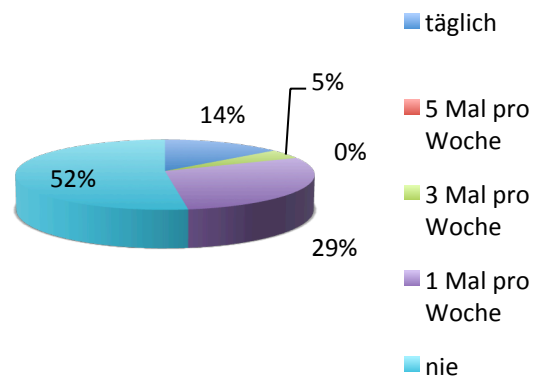
Ger Großteil surft täglich 0-1 Stunde im bosnischen Internet. Dabei lesen 61% Zeitung, knappe 41% hören Radio, 76% halten Kontakt zu Familie und Freunden, 46% schauen Filme.

Stunden pro Tag

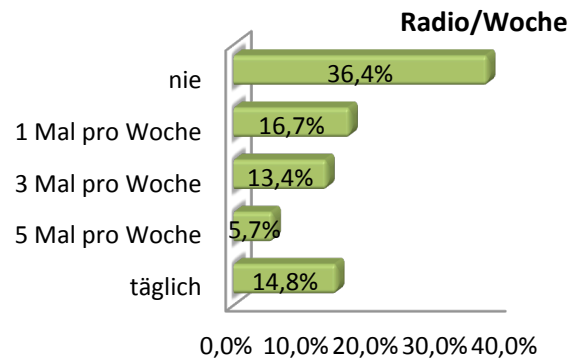
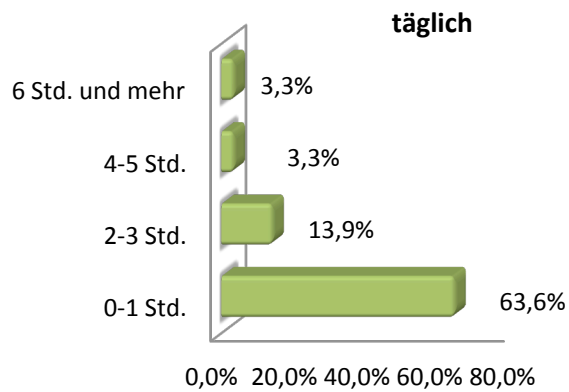


95 Personen (52%) lesen keine Zeitung in der Muttersprache. Diejenigen, die ab und zu eine Zeitung aufschlagen lesen sie dabei 0-1 Std.

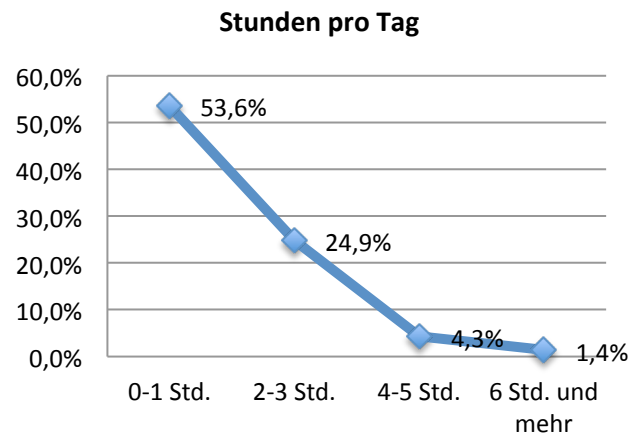
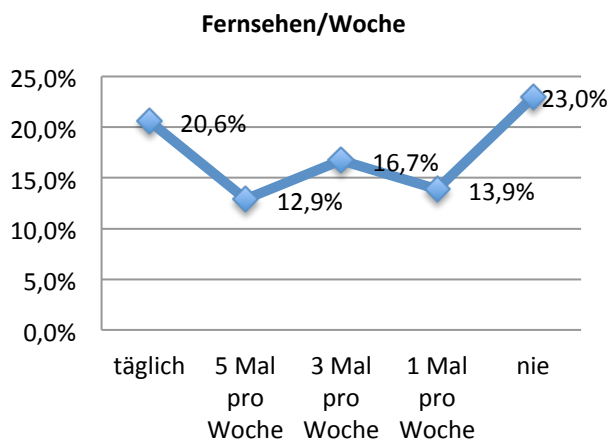
Zeitung/Woche



Wenn (16,7% hören mindestens ein Mal in der Woche) Radio gehört wird, dann für 0-1 Stunde.



Die Mehrheit von 23% schaut kein Fernsehen, 20,6% täglich, dabei 0-1 Stunde.



(Alle Tabellen im Anhang unter „Tabellen Forschungsfrage 2, Hypothese 5“)

Forschungsfrage 2, Hypothese 6

Je früher die Jugendlichen in Kontakt mit Muttersprachenmedien treten desto eher identifizieren sie sich mit Bosnien.

Der Chi-Quadrat Test zeigt eine Signifikanz mit dem Wert ,000. Somit kann die Hypothese vorläufig verifiziert werden. Es besteht also ein Zusammenhang zwischen dem jüngeren Alter als Beginn der Medienrezeption in der Muttersprache und der Identifikation mit Bosnien.

(Alle Tabellen im Anhang unter „Tabellen Forschungsfrage 2, Hypothese 6“)

Forschungsfrage 2, Hypothese 7

Hypothese 7 soll die Gratifikation „spezieller Content“ der Jugendlichen durch die Medien messen und lautet:

Jugendliche rezipieren aktiv Muttersprachenmedien, weil diese ihre Bedürfnisse durch die Bereitstellung bestimmter Themen besser befriedigen als deutschsprachige Themen.

Diese Hypothese konnte bereits in der Analyse der Hypothese 5 der ersten Forschungsfrage falsifiziert werden. Bosnische Medien stillten somit nur für 13% aller Jugendlichen das Bedürfnis auf speziellen Inhalt, Information, Gestaltung etc.

9.3 Zusammenfassung

Hinsichtlich der soziodemographischen Daten lässt sich zusammenfassend sagen, dass der Großteil der Teilnehmer weibliche Befragte, 20 Jahre alt sind und einen Maturaabschluss aufweisen.

Von insgesamt 13 Hypothesen (6 Hypothesen zur Forschungsfrage eins, 7 Hypothesen zur zweiten Forschungsfrage) konnten nur 5 vorläufig verifiziert werden, zwei Hypothese können nur zum Teil verifiziert bzw. falsifiziert werden und die restlichen 6 Hypothese mussten vorläufig falsifiziert werden.

Zusammenfassung der Falsifikation bzw. Verifikation der Hypothesen

Folgende Hypothesen könne vorläufig verifiziert werden

Hypothese 1 (Forschungsfrage 1) bestätigt, dass es einen Zusammenhang zwischen der bosnischsprachigen Mediennutzung und einem höheren Interesse am sozialen, politischen und wirtschaftlichen Geschehen in Bosnien gibt.

Hypothese 2 (Forschungsfrage 2) beweist aufgrund eines hochsignifikanten Wertes, dass die muttersprachliche Mediennutzung vom medialen Konsum der Eltern abhängt.

Hypothese 2 (Forschungsfrage 2) sagt aus, dass bevorzugte bosnischsprachige Mediennutzer auch im Verhältnis mehr bosnische Freunde haben. Somit gibt es einen Zusammenhang zwischen der bevorzugten Medienwahl und der ethnischen Zusammensetzung des Freundeskreises.

Hypothese 5 (Forschungsfrage 2) zeigt einen Zusammenhang zwischen einem frühen Alter, in dem die Rezeption der Muttersprachenmedien einsetzt und der bevorzugten Nutzung dieser.

Hypothese 6 (Forschungsfrage 2) bestätigt, dass je früher (altersmäßig) der Konsum von bosnischen Medien einsetzt, desto eher sich die Jugendlichen mit Bosnien identifizieren.

Folgende Hypothesen könne vorläufig falsifiziert werden

Hypothese 4 (Forschungsfrage 1) kann keinen Zusammenhang zwischen der bosnischsprachigen Mediennutzung und der Identifikation mit Bosnien bestätigen.

Hypothese 5 (Forschungsfrage 1) muss verworfen werden, da sie einen nicht aussagekräftigen Zusammenhang zwischen der Nutzung bosnischer Medien und der Stabilisierung der Persönlichkeiten aufgrund der Nutzung, vorweist.

Hypothese 6 (Forschungsfrage 1) zeigt, dass eine gleich intensive Nutzung beidsprachiger Medien keine hybriden Identitäten hervorruft.

Hypothese 1 (Forschungsfrage 2) bestätigt, dass die Pflege des kulturellen Hintergrundes keinen Einfluss auf die Nutzung bosnischer Medien hat.

Hypothese 4 (Forschungsfrage 2) besagt, dass es keinen Zusammenhang zwischen der Rezeption von Muttersprachenmedien und guten Muttersprachenkenntnissen gibt.

Hypothese 7 (Forschungsfrage 2) konnte bereits bei der Analyse der Hypothese 5 (Forschungsfrage 1) verworfen werden.

Nur zum Teil verifiziert/falsifiziert

Hypothese 2 (Forschungsfrage 1) bestätigt nur zum Teil den Zusammenhang: Der Konsum von Medien in der Muttersprachen hat zwar keine soziale Segregation zur Folge, zeigt aber zugleich, dass es keinen Zusammenhang hinsichtlich sprachlicher Segregation gibt.

Hypothese 3 (Forschungsfrage 1) kann auch nur zum Teil verifiziert werden, denn die Mehrheit der bevorzugten deutschsprachigen Mediennutzer gab an, sich mehr der österreichischen Kultur anzupassen. Bei der Zustimmung einzelner Aussagen (genauere Definition von Anapssung) konnte aber kein Zusammenhang nachgewiesen werden. Hierbei handelt es sich um die Zustimmung der Aussagen „Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können,

- dass sie unter Umständen auch einen Österreichischen Partner wählen“ (am wenigsten zugestimmt)
- dass sie die deutsche Sprache beherrschen und selbst Kontakte zu Österreichern aufnehmen
- dass sie die eigenen Kinder überwiegend in deutscher Sprache erziehen.

Zusammenfassung Häufigkeitsstatistik

Mediennutzungsverhalten

Insgesamt gaben 87% aller Teilnehmer an, bosnische Medien zu konsumieren, obwohl 61% deutschsprachige Mainstreammedien bevorzugen. Diejenigen, die bevorzugt bosnische Medien

nutzen, haben mit 6 Jahren angefangen. Die Gründe, warum muttersprachliche Medien genutzt werden, sind (chronologisch): Schlechtes Deutsch; Freunde nutzen auch bosnisch Medien; höheres Interesse an Sendungen, die bosnische Medien liefern; Vermittlung über das Leben in Bosnien; Medien helfen, bosnische Kultur zu bewahren; Bewältigung der Sehnsucht nach Bosnien; Interesse am Verhältnis Bosnien- Österreich; Erzeugen Gefühl des Glücks; Erlernen der Muttersprache während Nutzung; Informationsbedürfnis; Unterhaltungswert; Entspannungsgefühl; Vermittlung des Zugehörigkeitsgefühls; Bedürfnisbefriedigung durch speziellen Content; Bestärkung der persönlichen Werte.

Die Eltern der Jugendlichen nutzen beide Medien.

Das Medium Internet liegt an erster Stelle (37%) und wird von 75,6% zur Kontaktpflege der Familie/Freunde aus Bosnien, genutzt. Dabei an zweiter Stelle liegt das Fernsehen (20%) mit einer gleich intensiven täglichen Nutzung. Kaum jemand liest dabei die Zeitung (52%). Radio wird nur von knapp 15% gehört. Die Mehrheit hört aber nie bosnischen Rundfunk (36,4%).

Soziales Verhalten

Der Großteil der Jugendlichen hat einen ungefähr gleich verteilten ethnischen Freundeskreis. Die wenigsten gaben an, hauptsächlich Österreicher als Freunde zu haben, obwohl bei nur 82 Jugendlichen (39%) überwiegend Bosnier oder generell Migranten im sozialen Umfeld leben.

Als Gründe, warum sich bei 42% der Freundeskreis hauptsächlich aus „Landsleuten“ zusammensetzt, wurden genannt: Mehr Gemeinsamkeiten (84%), größeres Verständnis bei Problemen (28,7%) und einfachere Kommunikation (23%). So unternehmen die meisten auch lieber etwas mit dem bosnischen Freundeskreis. Weitere 44,5% hören am liebsten Musik, die in Bosnien produziert wird und besuchen auch eher diejenigen Lokale, in denen diese Musik gespielt wird.

Sprachliches Verhalten

Aufgrund der in der Sprachwissenschaft bestätigten These, dass die Umgebungssprache der Jugendlichen, welche nicht unbedingt die Muttersprache sein muss, die stärkere Sprache ist, ist auch nicht verwunderlich, dass 91% angeben, besser Deutsch zu sprechen. Die Frage, welche Sprache sie lieber sprechen, zeigt keine eindeutigen Ergebnisse, denn 50,2% bevorzugen Deutsch, 48,8% Bosnisch.

Unerwartet sind auch die Ergebnisse des Sprachnutzungsverhaltens im Freundeskreis, denn die eindeutige Mehrheit von 70% gab an, dass die Kommunikation mit Freunden in der Muttersprache verläuft. Zu Hause wird aber bei fast 94% Bosnisch gesprochen.

Integration/Anpassung

Hinsichtlich des Anpassungsgrades, welcher in drei Aussagen abgefragt wird, zeigt sich eine eindeutige Abneigung bei der Frage, ob Zuwanderer die schon länger in Österreich leben, auch einen österreichischen Partner wählen sollen. Viel toleranter zeigen sich die Jugendlichen bei der Frage der sprachlichen Erziehung. 42% haben die Aussage, dass die Kinder überwiegend in deutscher Sprache erzogen werden sollen, neutral bewertet, auf 11% trifft diese Aussage völlig zu und 24% sind gegen eine deutsche Erziehung. Auf der anderen Seite finden es knappe 50% gerecht, dass die deutsche Sprache von Migranten beherrscht werden soll und Kontakte zu Österreichern gepflegt werden.

Die Mitglieder der bosnischen Diaspora sind weitgehend integriert (Tabelle im Anhang unter Tabellen Häufigkeitsstatistik), die Mehrheit hat einen Maturaabschluss, weitere 32% sind an einer Universität inskribiert. Nur 7,2% belastet die bikulturelle Situation und 9,1% kämpfen mit der eigenen Identitätsfindung.

Identifikation/Interesse

Die meisten identifizieren sich mit Bosnien (48%) und 44% mit beiden Ländern. Mit der bikulturellen Situation gehen die meisten tolerant um. Sie ziehen aus jeweils beiden Kulturen positive Aspekte und empfinden es als eine Bereicherung. So sind auch 57% am sozialen, wirtschaftlichen und politischen Geschehen in beiden Ländern am meisten interessiert.

Der kulturelle Hintergrund wird bei fast allen gepflegt, sodass 38% eine starke Beziehung zum Heimatland haben. Außerdem besuchen 47 Jugendliche eigenethnische Vereine, der Großteil ist sogar religiös und praktiziert seinen Glauben so gut es geht.

10 Fazit

Das Forschungsziel der vorliegenden Magisterarbeit war es, die Rolle der Muttersprachenmedien in einer schwierigen, durch kulturelle Spaltung gekennzeichneten Lebensphase der zweiten Migrantengeneration, näher zu beleuchten. Welche Bedeutung hat also die Medienwahl der Jugendlichen und aus welchem Grund werden Muttersprachenmedien rezipiert? Aus den theoretischen Überlegungen und den gewonnen empirischen Ergebnissen lässt sich folgendes feststellen:

Das Thema der Integration und Identifikation ist bei Jugendlichen mit Migrationshintergrund auch noch mit bzw. nach 20 Jahren in Österreich aktuell. So stehen Aussagen gegen Aussage, Integration gegen Diskriminierung, Segregation gegen Anpassung und viele Ergebnisse sind nicht eindeutig interpretierbar.

Die Jugendlichen sind weitgehend integriert, sprechen besser Deutsch als Bosnisch, haben einen soliden Abschluss (Matura) und 32% sind an einer Universität inskribiert, haben einen ungefähr ethnisch gleich verteilten Freundeskreis und nutzen bevorzugt deutschsprachige Medien. Und obwohl die Auswahl an muttersprachlichen Medien in Österreich rar ist, werden sie durchaus genutzt. Auf der anderen Seite können Sie es sich nicht vorstellen, einen österreichischen Partner zu haben, besuchen eigenethnische Vereine, sind religiös und haben eine starke Beziehung zum Heimatland.

Doch aufgrund der unentschlossenen Zugehörigkeit zu einem Land bzw. einer Kultur, kann und muss von einer Zweitgenerationsproblematik im Sinne des marginal man gesprochen werden. Diese Situation ist vor allem durch Entschlusslosigkeit im Form von Identifikation gekennzeichnet, aber auch durch eine minimale Akkulturation, nicht durch Assimilation. Und auch das drei-Generationen Modell kann hier aus jetzigem Stand bestätigt werden, obwohl noch keine Aussagen über die dritte Generation und deren assimilative Entwicklung gemacht werden können. So kann im Allgemeinen von einer bikulturellen, hybriden Identitätsform zweiten Migrantengeneration gesprochen werden. Hall spricht in diesem Sinne von „Übersetzern“, nicht-fixierten kulturelle Identitäten die sich durch folgende Charakteristika auszeichnen:

„Solche Menschen erhalten starke Bindungen zu den Orten ihrer Herkunft und zu ihren Traditionen, jedoch ohne die Illusion, zur Vergangenheit zurückkehren zu können. Sie sind gezwungen, mit den Kulturen, in denen sie leben, zurechtzukommen, ohne sich einfach zu assimilieren und ihre eigene Identität vollständig zu verlieren. Sie tragen die Spuren besonderer Kulturen, Traditionen, Sprachen und Geschichten, durch die sie

geprägt werden, mit sich. Der Unterschied ist, daß sie nicht einheitlich sind und sich auch nie im alten Sinne vereinheitlichen lassen wollen, weil sie unwiderruflich das Produkt mehrerer ineinandergreifender Geschichten und Kulturen sind und zu ein und derselben Zeit mehrere ‚Heimaten‘ und nicht nur einer besonderen Heimat angehören. Menschen, die zu solchen *Kulturen der Hybridität* gehören, mußten den Traum oder die Ambition aufgeben, irgendeine ‚verlorene‘ kulturelle Reinheit, einen ethnischen Absolutismus, wiederentdecken zu können. Sie sind unwiderruflich Übersetzer.“ (Hall 1994, S.218)

Hinsichtlich des Mediennutzungsverhaltens kann gesagt werden, dass die berühmte These der Bildung von Parallelgesellschaften durch den Konsum von Muttersprachenmedien auf die vorliegende Zielgruppe nicht zutrifft. So kann auch die Aussage von Bucher/Bonfadelli (2007, S.223f), dass Kabel- und Satellitenfernsehen einerseits eine Chance bietet, mit der Kultur und Sprache der Heimat verbunden zu bleiben, andererseits aber die Gefahr einer medialen Isolation im Zuwanderungsland birgt, nicht völlig bekräftigt werden. Denn die zweite Migrantengeneration ist durch das Aufwachsen in beiden Kulturen an beide Sprachen und an beide Medien gewohnt. Deshalb kann von einer medialen Isolation oder der Entstehung von Teilöffentlichkeiten derjenigen Jugendlichen, die bereits in Österreich geboren wurden, nicht gesprochen werden. Was bestätigt werden kann, ist, dass Medien in der Muttersprache einen essentiellen Faktor auf emotionaler Ebene bilden. Zwar vertiefen Sie nicht die Identität, helfen den Jugendlichen aber die bosnische Kultur zu bewahren und die Sehnsucht nach Bosnien zu bewältigen. Medien in der Muttersprache werden auch deswegen genutzt, weil ein höheres Interesse am Geschehen im Heimatland besteht, die Eltern auch bosnische Medien nutzen und die Sozialisation in einem ethnisch überwiegend bosnischem Freundeskreis geschieht.

Angelehnt an die Typologie der Mediennutzung und kulturellen Orientierung von Bonfadelli/Priska/Hanetseder/Hermann/Ideli/Moser und/oder Hafez kann hier nur von „Dualisten“ bzw. von „bikulturellen Typen“ die Rede sein, denn die junge Migranengeneration nutzen beide beidem und können sich z.T. an die österreichische Kultur anpassen, versucht aber gleichzeitig die Herkunftskultur zu wahren.

11 Literaturverzeichnis

Alpheis, Hannes: Erschwert die ethnische Konzentration die Eingliederung? In: Esser, Hartmut/ Friedrichs, Jürgen (Hrsg.): Generation und Identität. Theoretische und empirische Beiträge zur Migrationssoziologie. Opladen, 1990, S.147-185

Bauböck, Rainer: Ethnizität, Minderheiten und Staat. In: Bauböck, Rainer/ Baumgartner, Gerhard/ Perchinig, Bernhard/ Pinter, Karin (Hrsg.): ... und raus bist du! Ethnische Minderheiten in der Politik. Wien. 1988, S.3-22

Bauböck, Rainer: Gleichheit, Vielfalt und Zusammenhalt – Grundsätze für die Integration von Einwanderern. In: Volf, Patrick/Bauböck, Rainer: Wege zur Integration. Was man gegen Diskriminierung und Fremdenfeindlichkeit tun kann. Klagenfurt/Celovec, 2001, S.11-41

Beck, Ulrich: Was ist Globalisierung?: Irrtümer des Globalismus – Antworten auf Globalisierung. 1997

Bonfadelli, Heinz/ Bucher, Priska/ Hanetseder, Christa/ Hermann, Thomas/ Ideli, Mustafa/ Moser, Heinz: Jugend, Medien und Migration. Empirische Ergebnisse und Perspektiven. Wiesbaden, 2008

Bourdieu, Pierre: Sozialer Raum und „Klassen“. Leçon sour la leçon. Zwei Vorlesungen. Frankfurt/Main, 1995

Böse, Martina/ Kogoj, Cornelia: Minderheiten und elektronische Medien in Österreich. Von eingeschränkter Vielfalt an Öffentlichkeiten. In: SWS-Rundschau (42. Jg.) Heft 3/2002, S.293-307

Böse, Martina/ Kogoj, Cornelia: Transnationale Medien und Kommunikation. In: Güres, Hakan/ Kogoj, Cornelia/ Mattl, Sylvia: Gastarbeiter – 40 Jahre Arbeitsmigration. Wien, 2004, S.105-110

Brantner, Cornelia: „Neue“ ethnische Minderheiten und Medien in Österreich unter besonderer Berücksichtigung ihrer Repräsentanz in Freien Radios. Diplomarbeit, Wien, 2002

Brockhaus – die Enzyklopädie. Band 14. MAE-MOB. 1998

Bucher, Priska/ Bonfadelli, Heinz: Jugendliche mit und ohne Migrationshintergrund. Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Umgang mit Medien. In: Lothar, Mikos (Hrsg.): Mediennutzung, Identität, Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen. Weinheim, 2007, S.223-247

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder: Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien/Köln/Weimar, 1988

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Wien/Köln/Weimar 2002

Busch, Brigitte: Der virtuelle Dorfplatz. Minderheitenmedien, Globalisierung und kulturelle Identität. Klagenfurt, 1999

Busch, Brigitte: Bewegte Identitäten: Medien in transkulturellen Kontexten. Klagenfurt, 2001

Busch, Jürgen: Radio Multikulti. Möglichkeiten für lokalen Ethnofunk. Berlin – Deutschland – Großbritannien. Eine Untersuchung im Auftrag der Medienanstalt Berlin-Brandenburg. Berlin, 1994

Calic, Marie-Janine: Zur Sozialgeschichte ethnischer Gruppen: Fragestellung und Methoden. In: Hösch, Edgar: Aspekte ethnischer Identität. Ergebnisse des Forschungsprojekts „Deutsche und Magyaren als nationale Minderheiten im Donauraum“ 1991, S.11-33

De Cillia, Rudolf: Burenwurscht bleibt Burenwurscht. Sprachenpolitik und gesellschaftliche Mehrsprachigkeit in Österreich. Klagenfurt, 1998

Eickelpasch, Rolf/ Rademacher, Claudia: Identität. Bielefeld 2004

Erikson, Erik: Wachstum und Krisen der gesunden Persönlichkeit. In: Erikson, Erik (Hg.): Identität und Lebenszyklus. Frankfurt/Main. 1973, S.55-122.

Erikson, Erik: Ich-Entwicklung und geschichtlicher Wandel. In: Erikson, Erik (Hg.): Identität und Lebenszyklus. Frankfurt/Main, 1973a, S. 11-54

Esser, Hartmut: Nur eine Frage der Zeit? Zur Frage der Eingliederung von Migranten im Generationen-Zyklus und zu einer Möglichkeit, Unterschiede hierin theoretisch zu erklären. In: Esser, Hartmut/ Friedrichs, Jürgen: Generation und Identität. Theoretische und empirische Beiträge zur Migrationssoziologie. Opladen, 1990, S. 73-101

Eurich, Claus: Kommunikative Partizipation und partizipative Kommunikationsforschung. Frankfurt/Main, 1980

Fthenakis, Wassilos E.: Bilingual-bikulturelle Entwicklung des Kindes. Ein Handbuch für Psychologen, Pädagogen und Linguisten. München, 1985

Geißler, Rainer: Mediale Integration von ethnischen Minderheiten. In: Geißler, Rainer/ Pöttker, Horst (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss –Forschungsstand – Bibliographie. Bielefeld, 2005, S.71-81

Geißler, Rainer/ Pöttker, Horst: Bilanz. In: Geißler, Rainer/ Pöttker, Horst (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss –Forschungsstand – Bibliographie. Bielefeld, 2005, S.391-397

Geißler, Rainer/ Pöttker, Horst: Mediale Integration von Migranten. Ein Problemaufriss. In: Geißler, Rainer/ Pöttker, Horst (Hrsg.): Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Bielefeld, 2006, S.13-45

Geißler, Rainer: Mediale Integration von ethnischen Minderheiten. Der Beitrag der Massenmedien zur interkulturellen Integration. In: WISKO Diskurs Expertisen und Dokumentationen zur Wirtschafts- und Sozialpolitik: Zur Rolle der Medien in der Einwanderungsgesellschaft. August, 2010, S.8-20

Güntürk, Reyhan: Mediennutzung der Migranten – mediale Isolation? In: Butterwege, Christoph/ Hentges, Gudrun/ Sarigöz, Fatma (Hrsg.): Medien und multikulturelle Gesellschaft. Opladen, 1999, S.136-144

Giddens, Anthony: Die Konsequenz der Moderne, Frankfurt am Main, 1995

Goffmann, Erving: Stigma. Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität. Frankfurt/Main. 1975

Gugenberger, Eva: Identitäts- und Sprachkonflikt in einer pluriethnischen Gemeinschaft. Eine soziolinguistische Studie über Quechua- Sprecher und –Sprecherinnen in Peru. Wien, 1995

Gugutzer, Robert: Leib, Körper und Identität. Wiesbaden, 2002

Hall, Stuart: Rassismus und kulturelle Identität. Hamburg. 1994

Hall, Stuart: Kulturelle Identität und Globalisierung. In: K.H. Hörning, R. Winter (Hrsg.): Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung. Frankfurt/Main. 1999, S.393-441.

Hansen, Klaus: Kultur und Kulturwissenschaft. Tübingen/Basel 1995

Hämmig, Oliver: Zwischen zwei Kulturen. Spannung, Konflikte und ihre Bewältigung bei der zweiten Ausländergeneration. Opladen, 2000

Heckmann, Friedrich: Ethnische Minderheiten, Volk und Nation: Soziologie inter-ethnischer Beziehungen. Stuttgart, 1992

Hepp, Andreas/ Thomas, Tanja/ Winter, Carsten: Medienidentitäten: Eine Hinführung zu den Diskussionen. In: Hepp, Andreas/ Thomas, Tanja/ Winter, Carsten (Hrsg.): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln, 2003, S.7-26

Hepp, Andreas/ Thomas, Tanja/ Winter, Carsten (Hrsg.): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln, 2003

Hepp, Andreas: Deterritorialisierung und die Aneignung von Medienidentität: Identität im Zeiten der Globalisierung von Medienkommunikation. In: Hepp, Andreas/ Thomas, Tanja/ Winter, Carsten (Hrsg.): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln, 2003, S.94-119

Hepp, Andreas/ Suna, Laura/ Wellig, Stefan: Kommunikative Vernetzung, Medienrepertoires und kulturelle Zugehörigkeit: Die Aneignung digitaler Medien in der polnischen und russischen Diaspora. In: Hunger, Uwe/ Kissau, Kathrin (Hrsg.): Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde. Wiesbaden, 2009, S.173-197

Herczeg, Petra: Migrants and Ethnic Minorities in Austria: Assimilation, Integration and Media. In: Geißler, Rainer/ Pöttker, Horst (Eds.): Media – Migration – Integration. European and North American Perspectives. Bielefeld 2009, S. 71-97

Hermann, Thomas/ Hanetseder, Christa: Jugendliche mit Migrationshintergrund: heimatliche, lokale und globale Verortungen. In: Bonfadelli, Heinz/ Moser, Heinz (Hrsg.): Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum. Wiesbaden, 2007, S.237-273

Hill, Paul B.: Kulturelle Inkonsistenz und Streß bei der zweiten Generation. In: Esser, Hartmut/ Friedrichs, Jürgen (Hrsg.): Generation und Identität. Theoretische und empirische Beiträge zur Migrationssoziologie. Opladen, 1990, S. 101-127

Hösch, Edgar/ Seewann, Gerhard: Aspekte ethnischer Identität. Ergebnisse des Forschungsprojekts „Deutsche und Magyaren als nationale Minderheit im Donauraum“. München, 1991

Hurrelmann, Klaus: Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung. Weinheim/München, 2007

Jahnke, Elke: Migration und Identität in einer bikulturellen Gemeinde. Frankfurt/Main, 2002

Jarren, Ottfried/ Meier, Werner A.: Mediensysteme und Medienorganisationen als Rahmenbedingungen für den Journalismus. In: Jarren, Ottfried/ Weßler, Hartmut (Hg.): Journalismus – Medien – Öffentlichkeit. Eine Einführung. Wiesbaden, 2002, S.99-163

Joas, Hans (Hg.): Lehrbuch der Soziologie. Frankfurt/Main. 2002

Jusić, Tarik: Bosnien-Herzegowina: Die Segregation der Kommunikationsräume überwinden. In: Busch, Brigitta/ Hipfl, Brigitte/ Robins, Kevin (Hg.): Bewegte Identitäten. Medien in transkulturellen Kontexten. Klagenfurt, 2001, S.173-202

Klaeger, Sabine/ Müller, Markus H. (Hrsg.): Medien und kollektive Identitätsbildung. Ergebnisse des 3.Franco-Romanisten-Kongresses, Aachen 26.-29. September 2002. Wien, 2004

Kogoj, Kornelia: Minderheitenmedien – Medien für Minderheiten? Dissertation, Wien, 1997

Kumru, Sinan: Mediennutzung türkischer Einwanderer und Einwanderinnen. In: WISKO Diskurs: Expertisen und Dokumentationen zur Wirtschafts- und Sozialpolitik: Zur Rolle der Medien in der Einwanderungsgesellschaft. August 2010, S.49-51

Kremnitz, Georg: Gesellschaftliche Mehrsprachigkeit. Institutionelle, gesellschaftliche und individuelle Aspekte. Ein einführender Überblick. Wien, 1990

Krotz, Friedrich: Medien als Ressource der Konstitution von Identität. Eine konzeptionelle Klärung auf der Basis des Symbolischen Interaktionismus. In: Hepp, Andreas/ Thomas, Tanja/ Winter, Carsten (Hrsg.): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln, 2003, S.27-48

Lexikon der Soziologie. Herausgeg. Von Werner Fuchs-Heinritz/ Lautmann, Rüdiger/ Rammstedt, Otthein/ Wienold, Hanns. Opladen, 1994

Lothar, Mikos/ Hoffmann, Dagmar/ Winter, Rainer (Hrsg.): Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen. München, 2007

Maletzke, Gerhard: Kommunikationsforschung als empirische Sozialwissenschaft. Berlin, 1980

Maletzke, Gerhard: Massenkommunikationstheorien. Tübingen, 1988

Mead, George Herbert: Geist, Identität und Gesellschaft. Aus der Sicht des Sozialbehaviorismus (Mit einer Einleitung herausgegeben von Charles W.Morris). Frankfurt/Main, 1988

Meyen, Michael: Mediennutzung. Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster. Konstanz, 2001

Mikos, Lothar: Fernsehen im Erleben der Zuschauer: vom lustvollen Umgang mit einem populären Medium. Berlin, 1994

Mikos, Lothar: Medien als Sozialisationsinstanz und die Rolle der Medienkompetenz. In: Hoffmann, Dagmar/ Merkens, Hans (Hrsg.): Jugendsoziologische Sozialisationstheorie. Impulse für die Jugendforschung. München, 2004, S.157-173

Mintzel, Alf: Multikulturelle Gesellschaften in Europa und Nordamerika: Konzepte, Streitfragen, Analysen, Befunde. Passau, 1997

Moser, Heinz: Lebensperspektiven im Kontext des `Globalen, Lokalen und Originären`. In: Riegel, Christine/ Geisen, Thomas (Hrsg.): Jugend, Zugehörigkeit und Migration. Subjektpositionierung im Kontext von Jugendkultur, Ethnizitäts- und Geschlechterkonstruktionen. Wiesbaden, 2007 S.183-203

Müller, Daniel: Die Inhalte der Ethnomedien unter dem Gesichtspunkt der Integration. In: Geißler, Rainer/ Pöttker, Horst (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie. Bielefeld, 2005, S. 323-357

Neumann, Ursula: Kulturelle Selbst- und Fremdbilder in den elektronischen Medien. In: HAM Ausländerbeauftragte der Freien Hansestadt Hamburg und der Hamburgischen Anstalt für neue Medien: Medien Migration Integration. Elektronische Massenmedien und die Grenzen kultureller Identität. Berlin 2001, S.27-35

Perchinig, Bernhard: Ethnizität, Minderheit, Assimilation: Einige kritische Anmerkungen. In: Bauböck, Rainer/ Baumgartner, Bernhard/ Perchinig, Bernhard/ Pinter, Karin (Hg.): ... und raus bist du! Ethnische Minderheiten in der Politik. Wien, 1988, S. 129-142

Piga, Andrea: Mediennutzung von Migranten. Ein Forschungsüberblick. In: Bonfadelli, Heinz/ Moser, Heinz (Hrsg.): Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? Wiesbaden, 2007, S. 209-234

Reichert, Jo: Das Fernsehen (und die Werbung) als neue Mittel zur Fest-Stellung von Identität. In: Hettlage, Robert (Hrsg.): Identitäten in der modernen Welt. Wiesbaden, 2000, S.129-154

Reljić, Dušan: Fremdsprachliche Rundfunkangebote: Ein Mittel der Re-Nationalisierung? In: HAM Ausländerbeauftragte der Freien Hansestadt Hamburg und der Hamburgischen Anstalt für neue Medien: Medien Migration Integration. Elektronische Massenmedien und die Grenzen kultureller Identität. Berlin 2001, S.37-42

Riegel, Christine/ Geisen, Thomas: Zugehörigkeit(en) im Kontext von Jugend und Migration – eine Einführung. In: Riegel, Christine/ Geisen, Thomas (Hrsg.): Jugend, Zugehörigkeit und Migration. Subjektpositionierung im Kontext von Jugendkultur, Ethnizitäts- und Geschlechterkonstruktionen. Wiesbaden, 2007, S.7-23

Riggins, Stephen Harold: Ethnic minority media: an international perspective. Newbury Park/London/ New Delhi. 1992

Schorb, Bernd/ Mohn, Erich/ Theunert, Helga: Sozialisation durch (Massen-)Medien. In: Hurrelmann, Klaus/ Ulrich, Dieter: Neues Handbuch der Sozialisationsforschung. Weinheim/Basel, 1991

Schönbach, Klaus: Weder Allmacht noch Ohnmacht: Ergebnisse der Medienwirkungsforschung. In: Winkler, Beate (Hrsg.): Was heißt denn hier fremd? München, 1994

Schneider, Beate/ Arnold, Anne-Katrin: Die Kontroverse um die Mediennutzung von Migranten: Massenmediale Ghettoisierung oder Einheit durch Mainstream. In: Geißler, Rainer/ Pöttker, Horst (Hrsg.): Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Bielefeld, 2006, S. 93-121)

Schuster, Silke: Minderheiten, Mehrheiten und soziale Identitätsprozesse. Perspektive für eine antirassistische Pädagogik. Main, 2004

Stimma, B./Fastenrath, U.(Hg.): Menschenechte. Ihr internationaler Schutz. München, 1985

Sunjic, Melita: Das Weltflüchtlingsproblem: gestern- heute- morgen. In: Husa, Karl/ Parnreiter, Christof/ Stacher, Irene (Hrsg.): Internationale Migration. Die globale Herausforderung des 21. Jahrhunderts? Frankfurt am Main, 2000, S.145-155

Trappel, Josef (Hrsg.): Medien, Macht, Markt. Medienpolitik westeuropäischer Kleinstaaten. Wien, 1991

Treibel, Annette: Migration in modernen Gesellschaften. Soziale Folgen von Einwanderung, Gastarbeit und Flucht. Weinheim, 2003

Volf, Patrik (2001a): Medien – Zwischen Klischee und Mainstream. In: Volf, Patrik/ Bauböck, Rainer: Wege zur Integration. Was man gegen Diskriminierung und Fremdenfeindlichkeit tun kann. Klagenfurt/Celovec, 2001, S. 123-146

Viehböck, Eveline/ Bratic, Ljubomir: Die zweite Generation. Migrantenjugendliche im deutschsprachigen Raum. Innsbruck, 1994

Wagner, Bernd: „Multikultur“ als Aufgabe kulturpolitischen Handelns in Zeiten der Globalisierung. In: Wagner, Bernd (Hrsg.): Kulturelle Globalisierung. Zwischen Weltkultur und kultureller Fragmentierung. Essen, 2001

Weber-Menges, Sonja: Die Wirkungen der Präsentationen ethnischer Minderheiten in deutschen Medien. In: Geißler, Rainer/ Pöttker, Horst (Hrsg.): Massenmedien und die Integration

ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie. 2005a, S. 127-185

Weber-Menges, Sonja: Die Entwicklung ethnischer Medienkulturen. Ein Vorschlag zur Periodisierung. In: Geißler, Rainer/ Pöttker, Horst (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie. Bielefeld, 2005b, S.241-322

Weichler, Kurt: Die anderen Medien. Theorie und Praxis alternativer Kommunikation. Berlin, 1987

Weiss Hilde (2007a): Wege zur Integration? Theoretischer Rahmen und Konzepte der empirischen Untersuchung. In: Weiss, Hilde (Hrsg.): Leben in zwei Welten. Zur sozialen Integration ausländischer Jugendlicher der zweiten Generation. Wiesbaden, 2007, S.13-32

Weiss, Hilde (2007b): Sozialstrukturelle Integration der zweiten Generation. In: Weiss, Hilde (Hrsg.): Leben in zwei Welten. Zur sozialen Integration ausländischer Jugendlicher der zweiten Generation. Wiesbaden, 2007, S.33-69

Weiss, Hilde/ Strodl, Robert (2007c): Soziale Kontakte und Milieus – ethnische Abschottung oder Öffnung? Zur Sozialintegration der zweiten Generation. In: Weiss, Hilde (Hrsg.): Leben in zwei Welten. Zur sozialen Integration ausländischer Jugendlicher der zweiten Generation. Wiesbaden, 2007, S.97-129

Zambonini, Gualtiero: Integration und Medien: Der WDR-Weg. In: WISKO Diskurs: Expertisen und Dokumentationen zur Wirtschafts- und Sozialpolitik: Zur Rolle der Medien in der Einwanderungsgesellschaft. August 2010, S.33-38

Internetquellen:

Beig, Stefan: Ethno-Medien schon etabliert. In: Wiener Zeitschrift. 16.6.2011. http://www.wienerzeitung.at/nachrichten/kultur/medien/44792_Ethno-Medien-schon-etabliert.html (26.06.2012)

Bum Media. <http://www.bummedia.com/> (26.6.2012)

Bundeskanzleramt online: Migration und Integration in Österreich, <http://www.bka.gv.at/site/7216/default.aspx#a3>, (1.6.2012)

Das Biber. <http://www.dasbiber.at/> (26.6.2012)

Europarat. Europäische Charta der Regional- oder Minderheitensprachen <http://conventions.coe.int/Treaty/Commun/QueVoulezVous.asp?CL=GER&NT=148> (27.4.2012)

KOSMO. www.kosmo.at (26.6.2012)

M-Media. <http://www.m-media.or.at/> (6.6.2012)

Novi Glasnik.
http://www.noviglasnik.at/index.php?option=com_k2&view=itemlist&task=category&id=12:novi-glasnik&Itemid=362&lang=de (26.6.2012)

Okto TV. <http://okto.tv/> (27.6.2012)

ORF Studie „Migranten und Fernsehen in Österreich“ in:
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien_migranten.htm (28.6.2012)

Radio Stimme. In: Minderheiten.at
http://minderheiten.at//index.php?option=com_content&task=view&id=4&Itemid=12 (7.12.11)

Radio Proton. <http://www.radioproton.at/> (26.06.2012)

Statistik Austria.
http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/bevoelkerungsstruktur/bevoelkerung_nach_staatsangehoerigkeit_geburtsland/index.html (4.6.12)

12 Anhang

12.1 SPSS Tabellen

Stichprobenbeschreibung:

Statistiken

Ich bin

N	Gültig	209
	Fehlend	0
Mittelwert		1,77
Standardabweichung		,425
Minimum		1
Maximum		2

Ich bin

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig männlich	49	23,4	23,4	23,4
Gültig weiblich	160	76,6	76,6	100,0
Gültig Gesamt	209	100,0	100,0	

Statistiken

Alter

N	Gültig	209
	Fehlend	0
Mittelwert		18,99
Standardabweichung		1,607
Minimum		14
Maximum		20

Alter

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig 14	12	5,7	5,7	5,7
Gültig 16	4	1,9	1,9	7,7
Gültig 17	15	7,2	7,2	14,8
Gültig 18	21	10,0	10,0	24,9

19	37	17,7	17,7	42,6
20	120	57,4	57,4	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Statistiken

Welche Schule hast Du bis jetzt abgeschlossen?

N	Gültig	209
	Fehlend	0
Mittelwert		3,93
Standardabweichung		,983
Minimum		1
Maximum		5

Welche Schule hast Du bis jetzt abgeschlossen?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Lehre	5	2,4	2,4
	Hauptschule	12	5,7	8,1
	AHS-Unterstufe	42	20,1	28,2
	Matura	83	39,7	67,9
	Ich studiere	67	32,1	100,0
	Gesamt	209	100,0	100,0

Ich würde in Österreich geboren

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	209	100,0	100,0	100,0

Statistiken

Ich würde in Österreich geboren

N	Gültig	209
	Fehlend	0
Mittelwert		1,00
Standardabweichung		,000
Minimum		1
Maximum		1

Meine Eltern stammen aus Bosnien

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	209	100,0	100,0	100,0

Statistiken

Meine Eltern stammen aus Bosnien

N	Gültig	209
	Fehlend	0
Mittelwert		1,00
Standardabweichung		,000
Minimum		1
Maximum		1

Forschungsfrage 1, Hypothese 1:

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Welche Medien nutzt Du bevorzugt? * Mich interessiert das politische, wirtschaftliche und soziale Geschehen mehr in Bosnien	206	98,6%	3	1,4%	209	100,0%

Welche Medien nutzt Du bevorzugt? * Mich interessiert das politische, wirtschaftliche und soziale Geschehen mehr in Bosnien Kreuztabelle

	Mich interessiert das politische, wirtschaftliche und soziale Geschehen mehr in Bosnien		Gesamt
	ja	nein	
Welche Medien nutzt Du bevorzugt?	9	6	15
Bosnischsprachige Medien	60,0%	40,0%	100,0%
Anzahl % innerhalb von Medien nutzt Du bevorzugt?			

	% innerhalb von Mich interessiert das politische, wirtschaftliche und soziale Geschehen mehr in Bosnien	28,1%	3,4%	7,3%
	% der Gesamtzahl	4,4%	2,9%	7,3%
	Residuen	6,7	-6,7	
	Standardisierte Residuen	4,4	-1,9	
	Korrigierte Residuen	4,9	-4,9	
	Anzahl	10	115	125
	% innerhalb von Welche Medien nutzt Du bevorzugt?	8,0%	92,0%	100,0%
deutschsprachige Medien	% innerhalb von Mich interessiert das politische, wirtschaftliche und soziale Geschehen mehr in Bosnien	31,2%	66,1%	60,7%
	% der Gesamtzahl	4,9%	55,8%	60,7%
	Residuen	-9,4	9,4	
	Standardisierte Residuen	-2,1	,9	
	Korrigierte Residuen	-3,7	3,7	
	Anzahl	13	53	66
	% innerhalb von Welche Medien nutzt Du bevorzugt?	19,7%	80,3%	100,0%
Ich nutze Medien in beiden Sprachen gleich intensiv	% innerhalb von Mich interessiert das politische, wirtschaftliche und soziale Geschehen mehr in Bosnien	40,6%	30,5%	32,0%
	% der Gesamtzahl	6,3%	25,7%	32,0%
	Residuen	2,7	-2,7	
	Standardisierte Residuen	,9	-,4	
	Korrigierte Residuen	1,1	-1,1	
	Anzahl	32	174	206
	% innerhalb von Welche Medien nutzt Du bevorzugt?	15,5%	84,5%	100,0%
Gesamt	% innerhalb von Mich interessiert das politische, wirtschaftliche und soziale Geschehen mehr in Bosnien	100,0%	100,0%	100,0%
	% der Gesamtzahl	15,5%	84,5%	100,0%

Statistiken

Nutzt Du bosnischsprachige Medien?

N	Gültig	209
	Fehlend	0
Mittelwert		1,13
Standardabweichung		,336
Minimum		1
Maximum		2

Nutzt Du bosnischsprachige Medien?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	182	87,1	87,1	87,1
Gültig nein	27	12,9	12,9	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Mich interessiert das politische, wirtschaftliche und soziale Geschehen mehr in Österreich

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	54	25,8	26,2	26,2
Gültig nein	152	72,7	73,8	100,0
Gesamt	206	98,6	100,0	
Fehlend 999	3	1,4		
Gesamt	209	100,0		

Mich interessiert das politische, wirtschaftliche und soziale Geschehen mehr in Bosnien

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	32	15,3	15,5	15,5
Gültig nein	174	83,3	84,5	100,0
Gesamt	206	98,6	100,0	
Fehlend 999	3	1,4		
Gesamt	209	100,0		

Mich interessiert das politische, wirtschaftliche und soziale Geschehen in beiden Ländern gleich stark.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	120	57,4	58,3	58,3
	nein	86	41,1	41,7	100,0
	Gesamt	206	98,6	100,0	
Fehlend	999	3	1,4		
Gesamt		209	100,0		

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Ich nutze bevorzugt deutschsprachige Medien. * Mich interessiert das politische, wirtschaftliche und soziale Geschehen mehr in Österreich	206	98,6%	3	1,4%	209	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	15,741 ^a	1	,000		
Kontinuitätskorrektur ^b	14,481	1	,000		
Likelihood-Quotient	17,150	1	,000		
Exakter Test nach Fisher				,000	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	15,665	1	,000		
Anzahl der gültigen Fälle	206				

a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 21,23.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Statistiken

Welche Medien nutzt Du bevorzugt?

N	Gültig	209
	Fehlend	0
Mittelwert		2,24
Standardabweichung		,574
Minimum		1
Maximum		3

Welche Medien nutzt Du bevorzugt?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
bosnischsprachige Medien	15	7,2	7,2	7,2
deutschsprachige Medien	128	61,2	61,2	68,4
Gültig Ich nutze Medien in beiden Sprachen gleich intensiv	66	31,6	31,6	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Forschungsfrage 1, Hypothese 2:

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Nutzt Du bosnischsprachige Medien? * Welche der beiden Sprachen sprichst und schreibst Du besser?	209	100,0%	0	0,0%	209	100,0%

Nutzt Du bosnischsprachige Medien? * Welche der beiden Sprachen sprichst und schreibst Du besser? Kreuztabelle

			Welche der beiden Sprachen sprichst und schreibst Du besser?		Gesamt
			Bosnisch	Deutsch	
Nutzt	Du Ja	Anzahl	19	163	182

bosnischsprachige Medien?	% innerhalb von Nutzt Du bosnischsprachige Medien?	10,4%	89,6%	100,0%
	% innerhalb von Welche der beiden Sprachen sprichst und schreibst Du besser?	100,0%	85,8%	87,1%
	% der Gesamtzahl	9,1%	78,0%	87,1%
	Residuen	2,5	-2,5	
	Standardisierte Residuen	,6	-,2	
	Korrigierte Residuen	1,8	-1,8	
	Anzahl	0	27	27
	% innerhalb von Nutzt Du bosnischsprachige Medien?	0,0%	100,0%	100,0%
	% innerhalb von Welche der beiden Sprachen sprichst und schreibst Du besser?	0,0%	14,2%	12,9%
	% der Gesamtzahl	0,0%	12,9%	12,9%
	Residuen	-2,5	2,5	
	Standardisierte Residuen	-1,6	,5	
	Korrigierte Residuen	-1,8	1,8	
Gesamt	Anzahl	19	190	209
	% innerhalb von Nutzt Du bosnischsprachige Medien?	9,1%	90,9%	100,0%
	% innerhalb von Welche der beiden Sprachen sprichst und schreibst Du besser?	100,0%	100,0%	100,0%
	% der Gesamtzahl	9,1%	90,9%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,101 ^a	1	,078		
Kontinuitätskorrektur ^b	1,966	1	,161		
Likelihood-Quotient	5,531	1	,019		
Exakter Test nach Fisher				,142	,063
Zusammenhang linear-mit-linear	3,086	1	,079		
Anzahl der gültigen Fälle	209				

a. 1 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 2,45.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Statistiken

Welche der beiden Sprachen sprichst und schreibst Du besser?

N	Gültig	209
	Fehlend	0

Welche der beiden Sprachen sprichst und schreibst Du besser?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Bosnisch	19	9,1	9,1	9,1
Gültig Deutsch	190	90,9	90,9	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Statistiken

Welche Sprache wird bei Dir zu Hause am meisten gesprochen?

N	Gültig	209
	Fehlend	0

Welche Sprache wird bei Dir zu Hause am meisten gesprochen?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Bosnisch	196	93,8	93,8	93,8
Gültig Deutsch	11	5,3	5,3	99,0
Andere Sprache	2	1,0	1,0	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Statistiken

Ich habe im Verhältnis mehr

N	Gültig	209
	Fehlend	0

Ich habe im Verhältnis mehr

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig österreichische Freunde	26	12,4	12,4	12,4
bosnische Freunde	88	42,1	42,1	54,5

mein Freundeskreis ist ungefähr gleich verteilt	95	45,5	45,5	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Nutzt Du bosnischsprachige Medien? * Ich habe im Verhältnis mehr	209	100,0%	0	0,0%	209	100,0%

Nutzt Du bosnischsprachige Medien? * Ich habe im Verhältnis mehr Kreuztabelle

		Ich habe im Verhältnis mehr			Gesamt
		österreichische Freunde	bosnische Freunde	mein Freundeskreis ist ungefähr gleich verteilt	
Nutzt Du bosnischsprachige Medien?	Anzahl	17	73	92	182
	% innerhalb von				
	Nutzt Du bosnischsprachige Medien?	9,3%	40,1%	50,5%	100,0%
	% innerhalb von				
	Ja Ich habe im Verhältnis mehr	65,4%	83,0%	96,8%	87,1%
	% der Gesamtzahl	8,1%	34,9%	44,0%	87,1%
	Residuen	-5,6	-3,6	9,3	
	Standardisierte Residuen	-1,2	-,4	1,0	
	Anzahl	9	15	3	27
	% innerhalb von				
Nutzt Du bosnischsprachige Medien?	33,3%	55,6%	11,1%	100,0%	
% innerhalb von					
nein Ich habe im Verhältnis mehr	34,6%	17,0%	3,2%	12,9%	
% der Gesamtzahl	4,3%	7,2%	1,4%	12,9%	

Gesamt	Residuen	5,6	3,6	-9,3	
	Standardisierte Residuen	3,1	1,1	-2,6	
	Anzahl	26	88	95	209
	% innerhalb von Nutzt Du bosnischsprachige Medien?	12,4%	42,1%	45,5%	100,0%
	% innerhalb von Ich habe im Verhältnis mehr	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% der Gesamtzahl	12,4%	42,1%	45,5%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	20,257 ^a	2	,000
Likelihood-Quotient	20,322	2	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	20,033	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle	209		

a. 1 Zellen (16,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 3,36.

Statistiken

In meinem sozialen Umfeld leben mehr Bosnier (bzw. generell Ausländer) als Österreicher.

N	Gültig	209
	Fehlend	0

In meinem sozialen Umfeld leben mehr Bosnier (bzw. generell Ausländer) als Österreicher.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
ja	82	39,2	39,2	39,2
Gültig nein	127	60,8	60,8	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Ich habe mehr bosnische Freunde weil wir mehr gemeinsam haben.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	84	40,2	70,6
	nein	35	16,7	29,4
	Gesamt	119	56,9	100,0
Fehlend	999	90	43,1	
Gesamt	209	100,0		

Ich habe mehr bosnische Freunde weil mich meine bosnischen Freude bei Problemen und Sorgen besser verstehen.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	60	28,7	50,4
	nein	58	27,8	48,7
	3	1	,5	,8
	Gesamt	119	56,9	100,0
Fehlend	999	90	43,1	
Gesamt	209	100,0		

Ich habe mehr bosnische Freunde weil die Kommunikation mit ihnen viel einfacher ist als mit österreichischen Freunden.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	48	23,0	40,3
	nein	71	34,0	59,7
	Gesamt	119	56,9	100,0
Fehlend	999	90	43,1	
Gesamt	209	100,0		

Andere Gründe

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	36	17,2	30,3
	nein	82	39,2	68,9
	3	1	,5	,8
	Gesamt	119	56,9	100,0
Fehlend	999	90	43,1	

Gesamt	209	100,0		
--------	-----	-------	--	--

Statistiken

In welcher Sprache kommunizierst Du am häufigsten mit deinem bosnischen Freundeskreis?

N	Gültig	209
	Fehlend	0

In welcher Sprache kommunizierst Du am häufigsten mit deinem bosnischen Freundeskreis?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Bosnisch	146	69,9	69,9
	Deutsch	62	29,7	99,5
	Andere Sprache	1	,5	100,0
	Gesamt	209	100,0	100,0

Ich spreche lieber

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Bosnisch	105	50,2	50,2
	Deutsch	104	49,8	100,0
	Gesamt	209	100,0	100,0

Statistiken

	Im Allgemeinen höre ich lieber bosnische Musik als internationale/österreichische.	Ich besuche lieber Lokale, in denen bosnische Musik gespielt wird.	Ich unternehme lieber etwas mit meinen bosnischen Freunden.	
N	Gültig	209	209	209
	Fehlend	0	0	0

Im Allgemeinen höre ich lieber bosnische Musik als internationale/ österreichische.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
trifft völlig zu	93	44,5	44,5	44,5
trifft eher zu	24	11,5	11,5	56,0
neutral	48	23,0	23,0	78,9
Gültig trifft eher nicht zu	28	13,4	13,4	92,3
trifft überhaupt nicht zu	16	7,7	7,7	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Ich besuche lieber Lokale, in denen bosnische Musik gespielt wird.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
trifft völlig zu	65	31,1	31,1	31,1
trifft eher zu	44	21,1	21,1	52,2
neutral	60	28,7	28,7	80,9
Gültig trifft eher nicht zu	21	10,0	10,0	90,9
trifft überhaupt nicht zu	19	9,1	9,1	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Ich unternehme lieber etwas mit meinen bosnischen Freunden.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
trifft völlig zu	64	30,6	30,6	30,6
trifft eher zu	45	21,5	21,5	52,2
neutral	55	26,3	26,3	78,5
Gültig trifft eher nicht zu	30	14,4	14,4	92,8
trifft überhaupt nicht zu	15	7,2	7,2	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Statistiken

Ich bin mit dem österreichischen politischen System (Regierung, Wahlen, Rechte, usw.) zufrieden.

N	Gültig	209
	Fehlend	0
Mittelwert		2,50
Standardabweichung		1,189
Minimum		1
Maximum		5

Ich bin mit dem österreichischen politischen System (Regierung, Wahlen, Rechte, usw.) zufrieden.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
trifft völlig zu	49	23,4	23,4	23,4
trifft eher zu	65	31,1	31,1	54,5
neutral	51	24,4	24,4	78,9
trifft eher nicht zu	30	14,4	14,4	93,3
trifft überhaupt nicht zu	14	6,7	6,7	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Forschungsfrage 1, Hypothese 3:

Gruppenstatistiken

	Ich nutze bevorzugt deutschsprachige Medien.	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Man sollte von ja Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie unter nein Umständen auch einen österreichischen Partner wählen	ja	125	4,14	1,131	,101
	nein	79	4,09	1,146	,129
Man sollte von ja	ja	127	1,77	,986	,087

Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie die deutsche Sprache beherrschen und selbst Kontakte zu Österreichern aufnehmen	nein	81	2,02		1,183	,131
Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie die eigenen Kinder überwiegend in deutscher Sprache erziehen	ja	128	3,23		1,256	,111
	nein	81	3,25		1,250	,139

Test bei unabhängigen Stichproben

	Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
	F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
								Untere	Obere
Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie unter Umständen auch einen österreichischen Partner wählen	1,070	,302	,290	202	,772	,047	,163	-,275	,370
Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie die deutsche Sprache beherrschen und selbst Kontakte zu Österreichern aufnehmen	14,296	,000	- 1,668	206	,097	-,253	,152	-,552	,046
			- 1,603	148,080	,111	-,253	,158	-,565	,059

Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie die eigenen Kinder überwiegend in deutscher Sprache erziehen	Varianzen sind gleich	,924	,337	-,114	207	,909	-,020	,178	-,371	,331
	Varianzen sind nicht gleich			-,114	170,924	,909	-,020	,178	-,371	,331

Statistiken

	Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie die deutsche Sprache beherrschen und selbst Kontakte zu Österreichern aufnehmen	Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie die eigenen Kinder überwiegend in deutscher Sprache erziehen	Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie unter Umständen auch einen österreichischen Partner wählen
N Gültig	208	209	204
N Fehlend	1	0	5
Mittelwert	1,87	3,23	4,12
Standardabweichung	1,071	1,251	1,134
Minimum	1	1	1
Maximum	5	5	5

Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie die deutsche Sprache beherrschen und selbst Kontakte zu Österreichern aufnehmen

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
trifft völlig zu	104	49,8	50,0	50,0
trifft eher zu	54	25,8	26,0	76,0
neutral	26	12,4	12,5	88,5
trifft eher nicht zu	21	10,0	10,1	98,6
trifft überhaupt nicht zu	3	1,4	1,4	100,0
Gesamt	208	99,5	100,0	
Fehlend 999	1	,5		
Gesamt	209	100,0		

Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie die eigenen Kinder überwiegend in deutscher Sprache erziehen

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
trifft völlig zu	23	11,0	11,0	11,0
trifft eher zu	26	12,4	12,4	23,4
neutral	88	42,1	42,1	65,6
Gültig trifft eher nicht zu	23	11,0	11,0	76,6
trifft überhaupt nicht zu	49	23,4	23,4	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie unter Umständen auch einen österreichischen Partner wählen

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
trifft völlig zu	8	3,8	3,9	3,9
trifft eher zu	9	4,3	4,4	8,3
neutral	45	21,5	22,1	30,4
Gültig trifft eher nicht zu	31	14,8	15,2	45,6
trifft überhaupt nicht zu	111	53,1	54,4	100,0
Gesamt	204	97,6	100,0	
Fehlend 999	5	2,4		
Gesamt	209	100,0		

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Ich nutze bevorzugt deutschsprachige Medien. * Welcher Kultur passt Du Dich mehr an?	209	100,0%	0	0,0%	209	100,0%

Ich nutze bevorzugt deutschsprachige Medien. * Welcher Kultur passt Du Dich mehr an?

Kreuztabelle

		Welcher Kultur passt Du Dich mehr an?			Gesamt
		der bosnischen	der österreichischen	in gleichen Maßen an beiden Kulturen	
Ich nutze bevorzugt deutschsprachige Medien.	Anzahl	23	10	95	128
	% innerhalb von Ich nutze bevorzugt deutschsprachige Medien.	18,0%	7,8%	74,2%	100,0%
	Ja				
	Welcher Kultur passt Du Dich mehr an?	37,7%	71,4%	70,9%	61,2%
	% der Gesamtzahl	11,0%	4,8%	45,5%	61,2%
	Residuen	-14,4	1,4	12,9	
	Standardisierte Residuen	-2,3	,5	1,4	
	Anzahl	38	4	39	81
	% innerhalb von Ich nutze bevorzugt deutschsprachige Medien.	46,9%	4,9%	48,1%	100,0%
	nein				
	Welcher Kultur passt Du Dich mehr an?	62,3%	28,6%	29,1%	38,8%
	% der Gesamtzahl	18,2%	1,9%	18,7%	38,8%
	Residuen	14,4	-1,4	-12,9	
Standardisierte Residuen	3,0	-6	-1,8		
Anzahl	61	14	134	209	
Gesamt	% innerhalb von Ich nutze bevorzugt deutschsprachige Medien.	29,2%	6,7%	64,1%	100,0%

% innerhalb von Welcher Kultur passt Du Dich mehr an?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
% der Gesamtzahl	29,2%	6,7%	64,1%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	20,111 ^a	2	,000
Likelihood-Quotient	19,860	2	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	18,425	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle	209		

a. 0 Zellen (0,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 5,43.

Forschungsfrage 1, Hypothese 4:

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Welche Medien nutzt Du bevorzugt? * Ich identifiziere mich eher mit	209	100,0%	0	0,0%	209	100,0%

Welche Medien nutzt Du bevorzugt? * Ich identifiziere mich eher mit Kreuztabelle

		Ich identifiziere mich eher mit			Gesamt
		Bosnien	Österreich	beiden Ländern gleich	
	Anzahl	9	0	6	15
	% innerhalb von Welche Medien nutzt Du bevorzugt?	60,0%	0,0%	40,0%	100,0%
Welche Medien Bosnischsprachige nutzt Du bevorzugt? Medien	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	9,0%	0,0%	6,5%	7,2%
	% der Gesamtzahl	4,3%	0,0%	2,9%	7,2%
	Residuen	1,8	-1,2	-,6	

	Standardisierte Residuen	,7	-1,1	-,2	
	Anzahl	55	13	60	128
	% innerhalb von Welche Medien nutzt Du bevorzugt?	43,0%	10,2%	46,9%	100,0%
deutschsprachige Medien	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	55,0%	76,5%	65,2%	61,2%
	% der Gesamtzahl	26,3%	6,2%	28,7%	61,2%
	Residuen	-6,2	2,6	3,7	
	Standardisierte Residuen	-,8	,8	,5	
	Anzahl	36	4	26	66
	% innerhalb von Welche Medien nutzt Du bevorzugt?	54,5%	6,1%	39,4%	100,0%
Ich nutze Medien in beiden Sprachen gleich intensiv	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	36,0%	23,5%	28,3%	31,6%
	% der Gesamtzahl	17,2%	1,9%	12,4%	31,6%
	Residuen	4,4	-1,4	-3,1	
	Standardisierte Residuen	,8	-,6	-,6	
	Anzahl	100	17	92	209
	% innerhalb von Welche Medien nutzt Du bevorzugt?	47,8%	8,1%	44,0%	100,0%
Gesamt	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% der Gesamtzahl	47,8%	8,1%	44,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,544 ^a	4	,337
Likelihood-Quotient	5,720	4	,221
Zusammenhang linear-mit-linear	,403	1	,525
Anzahl der gültigen Fälle	209		

a. 1 Zellen (11,1%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,22.

Forschungsfrage 1, Hypothese 5:

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Ich nutze bevorzugt bosnischsprachige Medien * Weil mir bosnische Medien ein Gefühl der Zugehörigkeit und Identität vermitteln.	180	86,1%	29	13,9%	209	100,0%

Ich nutze bevorzugt bosnischsprachige Medien * Weil mir bosnische Medien ein Gefühl der Zugehörigkeit und Identität vermitteln. Kreuztabelle

		Weil mir bosnische Medien ein Gefühl der Zugehörigkeit und Identität vermitteln.		Gesamt
		ja	nein	
Ich nutze bevorzugt bosnischsprachige Medien	Anzahl	0	15	15
	% innerhalb von Ich nutze bevorzugt bosnischsprachige Medien	0,0%	100,0%	100,0%
	ja	0,0%	9,9%	8,3%
	% innerhalb von Weil mir bosnische Medien ein Gefühl der Zugehörigkeit und Identität vermitteln.	0,0%	8,3%	8,3%
	% der Gesamtzahl	0,0%	8,3%	8,3%
	Residuen	-2,3	2,3	
	Standardisierte Residuen	-1,5	,7	
nein	Anzahl	28	137	165
	% innerhalb von Ich nutze bevorzugt bosnischsprachige Medien	17,0%	83,0%	100,0%

Gesamt	% innerhalb von Weil mir bosnische Medien ein Gefühl der Zugehörigkeit und Identität vermitteln.	100,0%	90,1%	91,7%
	% der Gesamtzahl	15,6%	76,1%	91,7%
	Residuen	2,3	-2,3	
	Standardisierte Residuen	,5	-,2	
	Anzahl	28	152	180
	% innerhalb von Ich nutze bevorzugt bosnischsprachige Medien	15,6%	84,4%	100,0%
Gesamt	% innerhalb von Weil mir bosnische Medien ein Gefühl der Zugehörigkeit und Identität vermitteln.	100,0%	100,0%	100,0%
	% der Gesamtzahl	15,6%	84,4%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,014 ^a	1	,083		
Kontinuitätskorrektur ^b	1,861	1	,173		
Likelihood-Quotient	5,318	1	,021		
Exakter Test nach Fisher				,132	,071
Zusammenhang linear-mit-linear	2,998	1	,083		
Anzahl der gültigen Fälle	180				

a. 1 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 2,33.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Ich nutze bevorzugt bosnischsprachige Medien * Weil ich das Gefühl habe, dass bosnische Medien meine Bedürfnisse und Interessen in Bezug auf Inhalt, Information, Gestaltung etc. besser befriedigen	180	86,1%	29	13,9%	209	100,0%

Ich nutze bevorzugt bosnischsprachige Medien * Weil ich das Gefühl habe, dass bosnische Medien meine Bedürfnisse und Interessen in Bezug auf Inhalt, Information, Gestaltung etc. besser befriedigen Kreuztabelle

		Weil ich das Gefühl habe, dass bosnische Medien meine Bedürfnisse und Interessen in Bezug auf Inhalt, Information, Gestaltung etc. besser befriedigen		Gesamt
		ja	nein	
Ich nutze bevorzugt bosnischsprachige Medien	Anzahl	0	15	15
	% innerhalb von Ich nutze bevorzugt bosnischsprachige Medien	0,0%	100,0%	100,0%
	% innerhalb von Weil ich das Gefühl habe, dass bosnische Medien meine Bedürfnisse und Interessen in Bezug auf Inhalt, Information, Gestaltung etc. besser befriedigen	0,0%	9,9%	8,3%
	% der Gesamtzahl	0,0%	8,3%	8,3%
	Residuen	-2,3	2,3	
	Standardisierte Residuen	-1,5	,7	
	nein Anzahl	28	137	165

Gesamt	% innerhalb von Ich nutze bevorzugt bosnischsprachige Medien	17,0%	83,0%	100,0%
	% innerhalb von Weil ich das Gefühl habe, dass bosnische Medien meine Bedürfnisse und Interessen in Bezug auf Inhalt, Information, Gestaltung etc. besser befriedigen	100,0%	90,1%	91,7%
	% der Gesamtzahl	15,6%	76,1%	91,7%
	Residuen	2,3	-2,3	
	Standardisierte Residuen	,5	-,2	
	Anzahl	28	152	180
	% innerhalb von Ich nutze bevorzugt bosnischsprachige Medien	15,6%	84,4%	100,0%
	% innerhalb von Weil ich das Gefühl habe, dass bosnische Medien meine Bedürfnisse und Interessen in Bezug auf Inhalt, Information, Gestaltung etc. besser befriedigen	100,0%	100,0%	100,0%
	% der Gesamtzahl	15,6%	84,4%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,014 ^a	1	,083		
Kontinuitätskorrektur ^b	1,861	1	,173		
Likelihood-Quotient	5,318	1	,021		
Exakter Test nach Fisher				,132	,071

Zusammenhang linear- mit-linear	2,998	1	,083		
Anzahl der gültigen Fälle	180				

a. 1 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 2,33.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Statistiken																		
	Weil	Weil ich	Weil	Weil ich	Weil	Weil ich	Weil	Weil	Weil ich	Weil	Sie	Sie	Es	Weil	Weil mir	Weil ich	Weil bonische	And
	bosnisch	dabei	mich	dabei	meine	mich	bosnis	bosnisch	nicht so gut	bosnisc	helfen	helfen	macht	mich	bosnisch	das	Medien	ere
	e Medien	entspan	bosnisc	meine	Freunde	informie	che	e	Deutsch	he	mir, die	mir, die	mich	das	e Medien	Gefühl	interessante	Grün
	Inhalte	nen	he	Mutterspr	auch	ren	Medie	Medien	spreche/vers	Medien	bosnis	Sehnsu	glückli	Verhält	ein	habe,	Veranstaltung	de
	(Sendung	kann.	Medien	ache	bosnisch	möchte	n gute	meine	tehe.	mir das	che	cht	ch,	nis	Gefühl	dass	stipps geben	
	en o.Ä.)		besser	besser	e Medien		Belträg	persönic		Leben	Sprach	nach	bosnis	zwische	der	bosnisc		
	liefern.		unterhal	lernen	konsumie		e	hen		in	e und	Bosnien	che	n	Zugehöri	he		
	die mich		ten.	kann.	ren.		liefern.	Werte		Bosnien	Kultur	zu	Medie	Bosnien	gkeit und	Medien		
	mehr							bestärke		vermittel	in	bewälti	n zu	und	Identität	meine		
	interessie							n.		n (in	Österr	gen.	nutzen	Österrei	vermitteln	Bedürfni		
	ren.									Bezug	eich zu		.	ch	.	sse und		
										auf	bewahr			interess		Interess		
										Feste,	en.			iert.		en in		
										Traditio						Bezug		
										nen,						auf		
										Werte,						Inhalt,		
										usw.)						Informat		
																ion,		
																Gestaltu		
																ng etc.		
																besser		
																befriedi		
																gen		
Gültig	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
N																		
Fehlend	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
Mittelwert	1,42	1,83	1,80	1,71	1,34	1,74	1,90	1,98	1,31	1,42	1,53	1,64	1,67	1,66	1,84	1,84	2,00	2,00
Standardabweichung	,494	,379	,401	,455	,475	,437	,301	,128	,462	,494	,500	,480	,473	,475	,363	,363	,000	,000
Minimum	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2
Maximum	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

Weil bosnische Medien Inhalte (Sendungen o.Ä.) liefern, die mich mehr interessieren.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	105	50,2	58,3	58,3
Gültig nein	75	35,9	41,7	100,0
Gültig Gesamt	180	86,1	100,0	
Fehlend 999	29	13,9		
Gesamt	209	100,0		

Weil ich dabei entspannen kann.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	31	14,8	17,2	17,2
Gültig nein	149	71,3	82,8	100,0
Gültig Gesamt	180	86,1	100,0	
Fehlend 999	29	13,9		
Gesamt	209	100,0		

Weil mich bosnische Medien besser unterhalten.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	36	17,2	20,0	20,0
Gültig nein	144	68,9	80,0	100,0
Gültig Gesamt	180	86,1	100,0	
Fehlend 999	29	13,9		
Gesamt	209	100,0		

Weil ich dabei meine Muttersprache besser lernen kann.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	52	24,9	28,9	28,9
Gültig nein	128	61,2	71,1	100,0
Gültig Gesamt	180	86,1	100,0	
Fehlend 999	29	13,9		
Gesamt	209	100,0		

Weil meine Freunde auch bosnische Medien konsumieren.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	119	56,9	66,1	66,1
Gültig nein	61	29,2	33,9	100,0
Gültig Gesamt	180	86,1	100,0	
Fehlend 999	29	13,9		
Gesamt	209	100,0		

Weil ich mich informieren möchte

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	46	22,0	25,6	25,6
Gültig nein	134	64,1	74,4	100,0
Gültig Gesamt	180	86,1	100,0	
Fehlend 999	29	13,9		
Gesamt	209	100,0		

Weil bosnische Medien gute Beiträge liefern.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	18	8,6	10,0	10,0
Gültig nein	162	77,5	90,0	100,0
Gültig Gesamt	180	86,1	100,0	
Fehlend 999	29	13,9		
Gesamt	209	100,0		

Weil bosnische Medien meine persönlichen Werte bestärken.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	3	1,4	1,7	1,7
Gültig nein	177	84,7	98,3	100,0
Gültig Gesamt	180	86,1	100,0	
Fehlend 999	29	13,9		
Gesamt	209	100,0		

Weil ich nicht so gut Deutsch spreche/verstehe.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	125	59,8	69,4	69,4
Gültig nein	55	26,3	30,6	100,0
Gültig Gesamt	180	86,1	100,0	
Fehlend 999	29	13,9		
Gesamt	209	100,0		

Weil bosnische Medien mir das Leben in Bosnien vermitteln (in Bezug auf Feste, Traditionen, Werte, usw.)

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	105	50,2	58,3	58,3
Gültig nein	75	35,9	41,7	100,0
Gültig Gesamt	180	86,1	100,0	
Fehlend 999	29	13,9		
Gesamt	209	100,0		

Sie helfen mir, die bosnische Sprache und Kultur in Österreich zu bewahren.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	84	40,2	46,7	46,7
Gültig nein	96	45,9	53,3	100,0
Gültig Gesamt	180	86,1	100,0	
Fehlend 999	29	13,9		
Gesamt	209	100,0		

Sie helfen mir, die Sehnsucht nach Bosnien zu bewältigen.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	64	30,6	35,6	35,6
Gültig nein	116	55,5	64,4	100,0
Gültig Gesamt	180	86,1	100,0	
Fehlend 999	29	13,9		
Gesamt	209	100,0		

Es macht mich glücklich, bosnische Medien zu nutzen.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	60	28,7	33,3	33,3
Gültig nein	120	57,4	66,7	100,0
Gültig Gesamt	180	86,1	100,0	
Fehlend 999	29	13,9		
Gesamt	209	100,0		

Weil mich das Verhältnis zwischen Bosnien und Österreich interessiert.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	61	29,2	33,9	33,9
Gültig nein	119	56,9	66,1	100,0
Gültig Gesamt	180	86,1	100,0	
Fehlend 999	29	13,9		
Gesamt	209	100,0		

Weil mir bosnische Medien ein Gefühl der Zugehörigkeit und Identität vermitteln.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	28	13,4	15,6	15,6
Gültig nein	152	72,7	84,4	100,0
Gültig Gesamt	180	86,1	100,0	
Fehlend 999	29	13,9		
Gesamt	209	100,0		

Weil ich das Gefühl habe, dass bosnische Medien meine Bedürfnisse und Interessen in Bezug auf Inhalt, Information, Gestaltung etc. besser befriedigen

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	28	13,4	15,6	15,6
Gültig nein	152	72,7	84,4	100,0
Gültig Gesamt	180	86,1	100,0	
Fehlend 999	29	13,9		
Gesamt	209	100,0		

Weil bosnische Medien interessante Veranstaltungstipps geben

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nein	180	86,1	100,0	100,0
Fehlend	999	29	13,9		
Gesamt		209	100,0		

Andere Gründe

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	nein	180	86,1	100,0	100,0
Fehlend	999	29	13,9		
Gesamt		209	100,0		

Statistiken

Welche der beiden Sprachen sprichst und schreinst Du besser?

N	Gültig	209
	Fehlend	0
Mittelwert		1,91
Standardabweichung		,288
Minimum		1
Maximum		2

Welche der beiden Sprachen sprichst und schreinst Du besser?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
	Bosnisch	19	9,1	9,1	9,1
Gültig	Deutsch	190	90,9	90,9	100,0
Gesamt		209	100,0	100,0	

Forschungsfrage 1, Hypothese 6:

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Welche Medien nutzt Du bevorzugt? * Ich identifiziere mich eher mit	209	100,0%	0	0,0%	209	100,0%

Welche Medien nutzt Du bevorzugt? * Ich identifiziere mich eher mit Kreuztabelle

		Ich identifiziere mich eher mit			Gesamt
		Bosnien	Österreich	beiden Ländern gleich	
Bosnischsprachige Medien	Anzahl	9	0	6	15
	% innerhalb von Welche Medien nutzt Du bevorzugt?	60,0%	0,0%	40,0%	100,0%
	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	9,0%	0,0%	6,5%	7,2%
	% der Gesamtzahl	4,3%	0,0%	2,9%	7,2%
	Residuen	1,8	-1,2	-,6	
	Standardisierte Residuen	,7	-1,1	-,2	
	Anzahl	55	13	60	128
Welche Medien deutschsprachige nutzt Du bevorzugt? Medien	% innerhalb von Welche Medien nutzt Du bevorzugt?	43,0%	10,2%	46,9%	100,0%
	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	55,0%	76,5%	65,2%	61,2%
	% der Gesamtzahl	26,3%	6,2%	28,7%	61,2%
	Residuen	-6,2	2,6	3,7	
	Standardisierte Residuen	-,8	,8	,5	
	Anzahl	36	4	26	66
	% innerhalb von Welche Medien nutzt Du bevorzugt?	54,5%	6,1%	39,4%	100,0%
Ich nutze Medien in beiden Sprachen gleich intensiv	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	36,0%	23,5%	28,3%	31,6%
	% der Gesamtzahl	17,2%	1,9%	12,4%	31,6%
	Residuen	4,4	-1,4	-3,1	
	Standardisierte Residuen	,8	-,6	-,6	
	Gesamt	Anzahl	100	17	92

% innerhalb von Welche Medien nutzt Du bevorzugt?	47,8%	8,1%	44,0%	100,0%
% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
% der Gesamtzahl	47,8%	8,1%	44,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4,544 ^a	4	,337
Likelihood-Quotient	5,720	4	,221
Zusammenhang linear-mit-linear	,403	1	,525
Anzahl der gültigen Fälle	209		

a. 1 Zellen (11,1%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,22.

Statistiken

Ich identifiziere mich eher mit

N	Gültig	209
	Fehlend	0
Mittelwert		1,96
Standardabweichung		,960
Minimum		1
Maximum		3

Ich identifiziere mich eher mit

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Bosnien	100	47,8	47,8	47,8
Österreich	17	8,1	8,1	56,0
Gültig beiden gleich Ländern	92	44,0	44,0	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Statistiken

	Ich fühle mich manchmal heimatlos	Ich empfinde es als eine Bereicherung	Ich mache mir keine Gedanken darüber.	Ich fühle mich manchmal hin und hergerissen (aufgrund z.B. der unterschiedlichen Kultur, Werte etc.)	Es ist für mich belastend im Alltag mit zwei Kulturen zurecht zu kommen	Ich ziehe aus jeweils beiden Kulturen positive Aspekte für mich.	Durch das Leben in zwei Kulturen ist es für mich schwierig, meine eigene Identität zu finden.
N Gültig	209	209	209	209	209	209	209
N Fehlend	0	0	0	0	0	0	0
Mittelwert	1,48	1,36	1,90	1,56	1,93	1,36	1,91
Standardabweichung	,501	,482	,295	,498	,259	,482	,288
Minimum	1	1	1	1	1	1	1
Maximum	2	2	2	2	2	2	2

Ich fühle mich manchmal heimatlos.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	109	52,2	52,2	52,2
Gültig nein	100	47,8	47,8	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Ich empfinde es als eine Bereicherung.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	133	63,6	63,6	63,6
Gültig nein	76	36,4	36,4	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Ich mache mir keine Gedanken darüber.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	20	9,6	9,6	9,6
Gültig nein	189	90,4	90,4	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Ich fühle mich manchmal hin und hergerissen (aufgrund z.B. der unterschiedlichen Kultur, Werte etc.)

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
ja	93	44,5	44,5	44,5
Gültig nein	116	55,5	55,5	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Es ist für mich belastend im Alltag mit zwei Kultren zurecht zu kommen

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
ja	15	7,2	7,2	7,2
Gültig nein	194	92,8	92,8	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Ich ziehe aus jeweils beiden Kulturen positive Aspekte für mich.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
ja	133	63,6	63,6	63,6
Gültig nein	76	36,4	36,4	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Durch das Leben in zwei Kulturen ist es für mich schwierig, meine eigene Identität zu finden.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
ja	19	9,1	9,1	9,1
Gültig nein	190	90,9	90,9	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Forschungsfrage 2, Hypothese 1:

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Nutzt Du bosnischsprachige Medien? * Wird bei Dir in der Familie die Kultur des Heimatlandes gepflegt?	209	100,0%	0	0,0%	209	100,0%

Nutzt Du bosnischsprachige Medien? * Wird bei Dir in der Familie die Kultur des Heimatlandes gepflegt? Kreuztabelle

		Wird bei Dir in der Familie die Kultur des Heimatlandes gepflegt?		Gesamt	
		ja	nein		
Nutzt Du bosnischsprachige Medien?	Anzahl	170	12	182	
	% innerhalb von Nutzt Du bosnischsprachige Medien?	93,4%	6,6%	100,0%	
	Ja	% innerhalb von Wird bei Dir in der Familie die Kultur des Heimatlandes gepflegt?	87,2%	85,7%	87,1%
		% der Gesamtzahl	81,3%	5,7%	87,1%
		Residuen	,2	-,2	
	nein	Standardisierte Residuen	,0	-,1	
		Anzahl	25	2	27
		% innerhalb von Nutzt Du bosnischsprachige Medien?	92,6%	7,4%	100,0%
		% innerhalb von Wird bei Dir in der Familie die Kultur des Heimatlandes gepflegt?	12,8%	14,3%	12,9%
		% der Gesamtzahl	12,0%	1,0%	12,9%
Residuen		-,2	,2		
Standardisierte Residuen		,0	,1		
Gesamt	Anzahl	195	14	209	
	% innerhalb von Nutzt Du bosnischsprachige Medien?	93,3%	6,7%	100,0%	
	% innerhalb von Wird bei Dir in der Familie die Kultur des Heimatlandes gepflegt?	100,0%	100,0%	100,0%	
	% der Gesamtzahl	93,3%	6,7%	100,0%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	,025 ^a	1	,875		
Kontinuitätskorrektur ^b	,000	1	1,000		
Likelihood-Quotient	,024	1	,876		
Exakter Test nach Fisher				,699	,564
Zusammenhang linear-mit-linear	,025	1	,875		
Anzahl der gültigen Fälle	209				

a. 1 Zellen (25,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,81.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Statistiken

Wird bei Dir in der Familie die Kultur des Heimatlandes gepflegt?

N	Gültig	209
	Fehlend	0
Mittelwert		1,07
Standardabweichung		,251
Minimum		1
Maximum		2

Wird bei Dir in der Familie die Kultur des Heimatlandes gepflegt?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	195	93,3	93,3	93,3
Gültig nein	14	6,7	6,7	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Statistiken

	Wie stark ist Deine Bindung zu Bosnien?	Ich besuche eigenethnische Vereine wie z.B. Tanzvereine (Folklore) o.Ä.	Ich praktiziere meine Religion: ich bete (manchmal), besuche die Moschee/Kirche, halte mich an Feiertage (Fastenmonat) o.Ä.	
N	Gültig	209	209	209
	Fehlend	0	0	0
	Mittelwert	2,03	1,78	1,34
	Standardabweichung	,849	,419	,476
	Minimum	1	1	1
	Maximum	4	2	2

Wie stark ist Deine Bindung zu Bosnien?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
	sehr stark	65	31,1	31,1
	stark	80	38,3	69,4
Gültig	mittelmäßig	57	27,3	96,7
	wenig stark	7	3,3	100,0
	Gesamt	209	100,0	100,0

ich besuche eigenethnische Vereine wie z.B. Tanzvereine (Folklore) o.Ä.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
	ja	47	22,5	22,5
Gültig	nein	162	77,5	100,0
	Gesamt	209	100,0	100,0

Ich praktiziere meine Religion: ich bete (manchmal), besuche die Moschee/Kirche, halte mich an Feiertage (Fastenmonat) o.Ä.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
	ja	137	65,6	65,6
Gültig	nein	72	34,4	100,0
	Gesamt	209	100,0	100,0

Forschungsfrage 2, Hypothese 2:

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Nutzt Du bosnischsprachige Medien? * Konsumieren Deine Eltern eher deutschsprachige oder bosnischsprachige Medien?	209	100,0%	0	0,0%	209	100,0%

**Nutzt Du bosnischsprachige Medien? * Konsumieren Deine Eltern eher deutschsprachige
oder bosnischsprachige Medien? Kreuztabelle**

		Konsumieren Deine Eltern eher deutschsprachige oder bosnischsprachige Medien?			Gesamt
		Deutschsprachi ge	Bosnischsprachi ge	Sowohl deutschsprachi ge als auch bosnischsprachi ge Medien gleich intensiv	
Nutzt Du bosnischsprachi Ja ge Medien?	Anzahl	0	94	88	182
	% innerhalb von Nutzt Du bosnischsprachi ge Medien?	0,0%	51,6%	48,4%	100,0 %
	% innerhalb von Konsumieren Deine Eltern eher	0,0%	87,0%	88,9%	87,1%
	deutschsprachi ge oder bosnischsprachi ge Medien?				
	% der Gesamtzahl	0,0%	45,0%	42,1%	87,1%
	Residuen	-1,7	,0	1,8	
	Standardisierte Residuen	-1,3	,0	,2	

	Anzahl	2	14	11	27
	% innerhalb von Nutzt Du bosnischsprachi ge Medien?	7,4%	51,9%	40,7%	100,0 %
	% innerhalb von Konsumieren Deine Eltern eher nein deutschsprachi ge oder bosnischsprachi ge Medien?	100,0%	13,0%	11,1%	12,9%
	% der Gesamtzahl	1,0%	6,7%	5,3%	12,9%
	Residuen	1,7	,0	-1,8	
	Standardisierte Residuen	3,4	,0	-,5	
	Anzahl	2	108	99	209
	% innerhalb von Nutzt Du bosnischsprachi ge Medien?	1,0%	51,7%	47,4%	100,0 %
	% innerhalb von Konsumieren Deine Eltern eher nein deutschsprachi ge oder bosnischsprachi ge Medien?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0 %
	% der Gesamtzahl	1,0%	51,7%	47,4%	100,0 %
Gesamt					

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	13,769 ^a	2	,001
Likelihood-Quotient	8,486	2	,014
Zusammenhang linear-mit-linear	1,970	1	,160
Anzahl der gültigen Fälle	209		

a. 2 Zellen (33,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,26.

Forschungsfrage 2, Hypothese 3:

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Welche Medien nutzt Du bevorzugt? * Ich habe im Verhältnis mehr	209	100,0%	0	0,0%	209	100,0%

Welche Medien nutzt Du bevorzugt? * Ich habe im Verhältnis mehr Kreuztabelle

		Ich habe im Verhältnis mehr			Gesamt
		österreichische Freunde	bosnische Freunde	mein Freundeskreis ist ungefähr gleich verteilt	
Anzahl		0	15	0	15
% innerhalb von					
Welche Medien nutzt Du bevorzugt?		0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
% innerhalb von					
Bosnischsprachige Medien	Ich habe im Verhältnis mehr	0,0%	17,0%	0,0%	7,2%
% der					
Gesamtzahl		0,0%	7,2%	0,0%	7,2%
Residuen		-1,9	8,7	-6,8	
Standardisierte Residuen		-1,4	3,5	-2,6	
Anzahl		26	40	62	128
% innerhalb von					
deutschsprachige Medien	Welche Medien nutzt Du bevorzugt?	20,3%	31,2%	48,4%	100,0%

		% innerhalb von				
		Ich habe im	100,0%	45,5%	65,3%	61,2%
		Verhältnis mehr				
		% der	12,4%	19,1%	29,7%	61,2%
		Gesamtzahl				
		Residuen	10,1	-13,9	3,8	
		Standardisierte				
		Residuen	2,5	-1,9	,5	
		Anzahl	0	33	33	66
		% innerhalb von				
		Welche Medien				
		nutzt Du	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
		bevorzugt?				
	Ich nutze Medien	% innerhalb von				
	in beiden	Ich habe im	0,0%	37,5%	34,7%	31,6%
	Sprachen gleich	Verhältnis mehr				
	intensiv	% der	0,0%	15,8%	15,8%	31,6%
		Gesamtzahl				
		Residuen	-8,2	5,2	3,0	
		Standardisierte				
		Residuen	-2,9	1,0	,5	
		Anzahl	26	88	95	209
		% innerhalb von				
		Welche Medien	12,4%	42,1%	45,5%	100,0%
		nutzt Du				
		bevorzugt?				
Gesamt		% innerhalb von				
		Ich habe im	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		Verhältnis mehr				
		% der	12,4%	42,1%	45,5%	100,0%
		Gesamtzahl				

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	40,322 ^a	4	,000
Likelihood-Quotient	53,108	4	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	8,070	1	,005
Anzahl der gültigen Fälle	209		

a. 1 Zellen (11,1%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,87.

Forschungsfrage 2, Hypothese 4:

Gruppenstatistiken

	Nutzt Du bosnischsprachige Medien?	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Wie gut beherrscht Du die bosnische Sprache auf einer Skala von 1 bis 5?	Ja	182	1,80	,685	,051
	nein	27	2,04	,940	,181

Test bei unabhängigen Stichproben

	Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
	F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
								Untere	Obere
Wie gut beherrscht Du die bosnische Sprache auf einer Skala von 1 bis 5?	3,866	,051	-1,578	207	,116	-,235	,149	-,528	,059
			-1,250	30,230	,221	-,235	,188	-,618	,149

Statistiken

Wie gut beherrscht Du die bosnische Sprache auf einer Skala von 1 bis 5?

N	Gültig	209
	Fehlend	0
Mittelwert		1,83
Standardabweichung		,724
Minimum		1
Maximum		4

Wie gut beherrscht Du die bosnische Sprache auf einer Skala von 1 bis 5?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
sehr gut	70	33,5	33,5	33,5
Gültig gut	109	52,2	52,2	85,6
befriedigend	25	12,0	12,0	97,6

genügend	5	2,4	2,4	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Forschungsfrage 2, Hypothese 5:

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Welche Medien nutzt Du bevorzugt? * Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	175	83,7%	34	16,3%	209	100,0%

Welche Medien nutzt Du bevorzugt? * Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren? Kreuztabelle

		Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?													Gesamt	
		4	5	6	8	9	10	12	13	14	15	16	17	18		19
Welche Medien nutzt Du bevorzugt?	Anzahl	0	0	6	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	10
	% innerhalb von															100,0
	Welche Medien nutzt Du bevorzugt?	0,0%	0,0%	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	%
	% innerhalb von Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?															
	Bosnischsprachige Medien	0,0%	0,0%	46,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	11,1%	8,7%	0,0%	0,0%	0,0%	5,7%
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	3,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	5,7%
	Residuen	-,2	-,5	5,3	-,3	-,2	-,1,3	-,6	-,2	-,1,8	1,0	,7	-,1,0	-,8	-,1	
	Standardisierte Residuen	-,4	-,7	6,1	-,5	-,4	-,1,1	-,8	-,4	-,1,3	1,0	,6	-,1,0	-,9	-,3	
	Anzahl	0	0	7	5	3	17	6	0	13	11	9	15	13	2	101
	deutschsprachige Medien	0,0%	0,0%	6,9%	5,0%	3,0%	16,8%	5,9%	0,0%	12,9%	10,9%	8,9%	14,9%	12,9%	2,0%	100,0
Welche Medien nutzt Du bevorzugt?															%	

	% innerhalb von Mit															
	wie vielen Jahren				100,0	100,0								100,0		
	hast du begonnen,	0,0%	0,0%	53,8%	%	%	77,3%	54,5%	0,0%	41,9%	61,1%	39,1%	83,3%	92,9%	%	57,7%
	Muttersprachenmedi															
	en zu konsumieren?															
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	4,0%	2,9%	1,7%	9,7%	3,4%	0,0%	7,4%	6,3%	5,1%	8,6%	7,4%	1,1%	57,7%
	Residuen	-1,7	-5,2	-5	2,1	1,3	4,3	-3	-1,7	-4,9	,6	-4,3	4,6	4,9	,8	
	Standardisierte															
	Residuen	-1,3	-2,3	-2	1,2	1,0	1,2	-1	-1,3	-1,2	,2	-1,2	1,4	1,7	,8	
	Anzahl	3	9	0	0	0	5	5	3	18	5	12	3	1	0	64
	% innerhalb von															
	Welche Medien	4,7%	14,1%	0,0%	0,0%	0,0%	7,8%	7,8%	4,7%	28,1%	7,8%	18,8%	4,7%	1,6%	0,0%	100,0
	nutzt Du bevorzugt?															%
Ich nutze	% innerhalb von Mit															
	Medien in wie vielen Jahren															
	beiden hast du begonnen,	100,0	100,0	0,0%	0,0%	0,0%	22,7%	45,5%	100,0	58,1%	27,8%	52,2%	16,7%	7,1%	0,0%	36,6%
	Sprachen gleich Muttersprachenmedi	%	%						%							
	intensiv en zu konsumieren?															
	% der Gesamtzahl	1,7%	5,1%	0,0%	0,0%	0,0%	2,9%	2,9%	1,7%	10,3%	2,9%	6,9%	1,7%	0,6%	0,0%	36,6%
	Residuen	1,9	5,7	-4,8	-1,8	-1,1	-3,0	1,0	1,9	6,7	-1,6	3,6	-3,6	-4,1	-7	
	Standardisierte															
	Residuen	1,8	3,1	-2,2	-1,4	-1,0	-1,1	,5	1,8	2,0	-6	1,2	-1,4	-1,8	-9	
	Anzahl	3	9	13	5	3	22	11	3	31	18	23	18	14	2	175
% innerhalb von																
Welche Medien	1,7%	5,1%	7,4%	2,9%	1,7%	12,6%	6,3%	1,7%	17,7%	10,3%	13,1%	10,3%	8,0%	1,1%	100,0	
nutzt Du bevorzugt?																%
Gesamt	% innerhalb von Mit															
	wie vielen Jahren	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	hast du begonnen,	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
	Muttersprachenmedi															
	en zu konsumieren?															
% der Gesamtzahl	1,7%	5,1%	7,4%	2,9%	1,7%	12,6%	6,3%	1,7%	17,7%	10,3%	13,1%	10,3%	8,0%	1,1%	100,0	
																%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	103,848 ^a	26	,000
Likelihood-Quotient	100,051	26	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	,003	1	,956
Anzahl der gültigen Fälle	175		

a. 27 Zellen (64,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,11.

Statistiken

	Wie oft in der Woche nutzt Du bosnischsprachiges Internet?	Wie oft in der Woche nutzt Du bosnischsprachige Zeitungen?	Wie oft in der Woche nutzt Du bosnischsprachiges Radio?	Wie oft in der Woche nutzt Du bosnischsprachiges TV?	Wie viele Stunden pro Tag nutzt Du bosnischsprachiges Internet?	Wie viele Stunden pro Tag nutzt Du bosnischsprachige Zeitungen?	Wie viele Stunden pro Tag nutzt Du bosnischsprachiges Radio?	Wie viele Stunden pro Tag nutzt Du bosnischsprachiges TV?
Gültig	182	182	182	182	179	176	176	176
N Fehrend	27	27	27	27	30	33	33	33

Wie oft in der Woche nutzt Du bosnischsprachiges Internet?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
täglich	79	37,8	43,4	43,4
5 Mal die Woche	6	2,9	3,3	46,7
Gültig 3 Mald die Woche	23	11,0	12,6	59,3
1 Mal die Woche	63	30,1	34,6	94,0
nie	11	5,3	6,0	100,0
Gesamt	182	87,1	100,0	
Fehlend 999	27	12,9		
Gesamt	209	100,0		

Wie oft in der Woche nutzt Du bosnischsprachige Zeitungen?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
täglich	26	12,4	14,3	14,3
3 Mal die Woche	8	3,8	4,4	18,7
Gültig 1 Mal die Woche	53	25,4	29,1	47,8
nie	95	45,5	52,2	100,0
Gesamt	182	87,1	100,0	
Fehlend 999	27	12,9		
Gesamt	209	100,0		

Statistiken

	Ich lese bosnische Zeitungen online.	Ich höre bosnisches Radio online.	Ich kontaktiere meine Freunde (unter anderem) aus Bosnien z.B. über Facebook.	Ich schaue bosnische Sendungen (Filme, Serien, etc.) über das Internet.	Wie sieht Dein Nutzungsverhalten im bosnischsprachige Web aus? – Anderes
N	Gültig 182 Fehlend 27	182 27	182 27	182 27	182 27

Ich lese bosnische Zeitungen online.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja 128 nein 54 Gesamt 182	61,2 25,8 87,1	70,3 29,7 100,0	70,3 100,0
Fehlend	999	27	12,9	
Gesamt	209	100,0		

Ich höre bosnisches Radio online.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja 85 nein 97 Gesamt 182	40,7 46,4 87,1	46,7 53,3 100,0	46,7 100,0
Fehlend	999	27	12,9	
Gesamt	209	100,0		

Ich kontaktiere meine Freunde (unter anderem) aus Bosnien z.B. über Facebook.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	158	75,6	86,8	86,8
Gültig nein	16	7,7	8,8	95,6
Gültig 3	8	3,8	4,4	100,0
Gültig Gesamt	182	87,1	100,0	
Fehlend 999	27	12,9		
Gesamt	209	100,0		

Ich schaue bosnische Sendungen (Filme, Serien, etc.) über das Internet.

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	96	45,9	52,7	52,7
Gültig nein	78	37,3	42,9	95,6
Gültig 5	8	3,8	4,4	100,0
Gültig Gesamt	182	87,1	100,0	
Fehlend 999	27	12,9		
Gesamt	209	100,0		

Wie sieht Dein Nutzungsverhalten im bosnischsprachige Web aus? – Anderes

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	3	1,4	1,6	1,6
Gültig nein	179	85,6	98,4	100,0
Gültig Gesamt	182	87,1	100,0	
Fehlend 999	27	12,9		
Gesamt	209	100,0		

Wie oft in der Woche nutzt Du bosnischsprachiges Radio?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig täglich	31	14,8	17,0	17,0
Gültig 5 Mal die Woche	12	5,7	6,6	23,6

3 Mal die Woche	28	13,4	15,4	39,0
1 Mal die Woche	35	16,7	19,2	58,2
nie	76	36,4	41,8	100,0
Gesamt	182	87,1	100,0	
Fehlend 999	27	12,9		
Gesamt	209	100,0		

Wie oft in der Woche nutzt Du bosnischsprachiges TV?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
täglich	43	20,6	23,6	23,6
5 Mal die Woche	27	12,9	14,8	38,5
3 Mal die Woche	35	16,7	19,2	57,7
Gültig 1 Mal die Woche	29	13,9	15,9	73,6
nie	48	23,0	26,4	100,0
Gesamt	182	87,1	100,0	
Fehlend 999	27	12,9		
Gesamt	209	100,0		

Wie viele Stunden pro Tag nutzt Du bosnischsprachiges Internet?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
0-1 Std.	119	56,9	66,5	66,5
Gültig 2-3 Std.	59	28,2	33,0	99,4
4-5 Std.	1	,5	,6	100,0
Gesamt	179	85,6	100,0	
Fehlend 999	30	14,4		
Gesamt	209	100,0		

Wie viele Stunden pro Tag nutzt Du bosnischsprachige Zeitungen?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
0-1 Std.	139	66,5	79,0	79,0
Gültig 2-3 Std.	36	17,2	20,5	99,4
6 Std. und mehr	1	,5	,6	100,0

	Gesamt	176	84,2	100,0
Fehlend	999	33	15,8	
	Gesamt	209	100,0	

Wie viele Stunden pro Tag nutzt Du bosnischsprachiges Radio?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
	0-1 Std.	133	63,6	75,6
	2-3 Std.	29	13,9	92,0
Gültig	4-5 Std.	7	3,3	96,0
	6 Std. und mehr	7	3,3	100,0
	Gesamt	176	84,2	100,0
Fehlend	999	33	15,8	
	Gesamt	209	100,0	

Wie viele Stunden pro Tag nutzt Du bosnischsprachiges TV?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
	0-1 Std.	112	53,6	63,6
	2-3 Std.	52	24,9	93,2
Gültig	4-5 Std.	9	4,3	98,3
	6 Std. und mehr	3	1,4	100,0
	Gesamt	176	84,2	100,0
Fehlend	999	33	15,8	
	Gesamt	209	100,0	

Forschungsfrage 2, Hypothese 6:

Verarbeitete Fälle

		Fälle					
		Gültig		Fehlend		Gesamt	
N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent

Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren? * Ich identifiziere mich eher mit	175	83,7%	34	16,3%	209	100,0%
---	-----	-------	----	-------	-----	--------

**Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren? *
Ich identifiziere mich eher mit Kreuztabelle**

		Ich identifiziere mich eher mit			Gesamt
		Bosnien	Österreich	beiden Ländern gleich	
Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	Anzahl	3	0	0	3
	% innerhalb von Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	4 % innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	3,5%	0,0%	0,0%	1,7%
	% der Gesamtzahl	1,7%	0,0%	0,0%	1,7%
	Residuen	1,5	-,1	-1,4	
	Standardisierte Residuen	1,3	-,4	-1,2	
	Anzahl	8	0	1	9
	% innerhalb von Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	88,9%	0,0%	11,1%	100,0%
	5 % innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	9,3%	0,0%	1,2%	5,1%
	% der Gesamtzahl	4,6%	0,0%	0,6%	5,1%
Residuen	3,6	-,4	-3,2		
Standardisierte Residuen	1,7	-,6	-1,6		
6 Anzahl	0	1	12	13	

	% innerhalb von Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	0,0%	7,7%	92,3%	100,0%
	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	0,0%	12,5%	14,8%	7,4%
	% der Gesamtzahl	0,0%	0,6%	6,9%	7,4%
	Residuen	-6,4	,4	6,0	
	Standardisierte Residuen	-2,5	,5	2,4	
	Anzahl	5	0	0	5
	% innerhalb von Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
8	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	5,8%	0,0%	0,0%	2,9%
	% der Gesamtzahl	2,9%	0,0%	0,0%	2,9%
	Residuen	2,5	-,2	-2,3	
	Standardisierte Residuen	1,6	-,5	-1,5	
	Anzahl	3	0	0	3
	% innerhalb von Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
9	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	3,5%	0,0%	0,0%	1,7%
	% der Gesamtzahl	1,7%	0,0%	0,0%	1,7%
	Residuen	1,5	-,1	-1,4	
	Standardisierte Residuen	1,3	-,4	-1,2	
1	Anzahl	7	4	11	22

0	% innerhalb von Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	31,8%	18,2%	50,0%	100,0%
	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	8,1%	50,0%	13,6%	12,6%
	% der Gesamtzahl	4,0%	2,3%	6,3%	12,6%
	Residuen	-3,8	3,0	,8	
	Standardisierte Residuen	-1,2	3,0	,3	
	Anzahl	0	0	11	11
	% innerhalb von Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
1	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	0,0%	0,0%	13,6%	6,3%
2	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	6,3%	6,3%
	Residuen	-5,4	-,5	5,9	
	Standardisierte Residuen	-2,3	-,7	2,6	
	Anzahl	2	0	1	3
	% innerhalb von Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	66,7%	0,0%	33,3%	100,0%
1	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	2,3%	0,0%	1,2%	1,7%
3	% der Gesamtzahl	1,1%	0,0%	0,6%	1,7%
	Residuen	,5	-,1	-,4	
	Standardisierte Residuen	,4	-,4	-,3	
1	Anzahl	16	3	12	31

4	% innerhalb von Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	51,6%	9,7%	38,7%	100,0%
	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	18,6%	37,5%	14,8%	17,7%
	% der Gesamtzahl	9,1%	1,7%	6,9%	17,7%
	Residuen	,8	1,6	-2,3	
	Standardisierte Residuen	,2	1,3	-,6	
	Anzahl	11	0	7	18
	% innerhalb von Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	61,1%	0,0%	38,9%	100,0%
1	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	12,8%	0,0%	8,6%	10,3%
5	% der Gesamtzahl	6,3%	0,0%	4,0%	10,3%
	Residuen	2,2	-,8	-1,3	
	Standardisierte Residuen	,7	-,9	-,5	
	Anzahl	9	0	14	23
	% innerhalb von Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	39,1%	0,0%	60,9%	100,0%
1	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	10,5%	0,0%	17,3%	13,1%
6	% der Gesamtzahl	5,1%	0,0%	8,0%	13,1%
	Residuen	-2,3	-1,1	3,4	
	Standardisierte Residuen	-,7	-1,0	1,0	
1	Anzahl	16	0	2	18

	7	% innerhalb von Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	88,9%	0,0%	11,1%	100,0%
		% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	18,6%	0,0%	2,5%	10,3%
		% der Gesamtzahl	9,1%	0,0%	1,1%	10,3%
		Residuen	7,2	-,8	-6,3	
		Standardisierte Residuen	2,4	-,9	-2,2	
		Anzahl	6	0	8	14
		% innerhalb von Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	42,9%	0,0%	57,1%	100,0%
	1	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	7,0%	0,0%	9,9%	8,0%
	8	% der Gesamtzahl	3,4%	0,0%	4,6%	8,0%
		Residuen	-,9	-,6	1,5	
		Standardisierte Residuen	-,3	-,8	,6	
		Anzahl	0	0	2	2
		% innerhalb von Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	1	% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	0,0%	0,0%	2,5%	1,1%
	9	% der Gesamtzahl	0,0%	0,0%	1,1%	1,1%
		Residuen	-1,0	-,1	1,1	
		Standardisierte Residuen	-1,0	-,3	1,1	
		Anzahl	86	8	81	175
Gesamt						

% innerhalb von Mit wie vielen Jahren hast du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?	49,1%	4,6%	46,3%	100,0%
% innerhalb von Ich identifiziere mich eher mit	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
% der Gesamtzahl	49,1%	4,6%	46,3%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	74,411 ^a	26	,000
Likelihood-Quotient	89,807	26	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	,124	1	,725
Anzahl der gültigen Fälle	175		

a. 26 Zellen (61,9%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,09.

Tabellen Häufigkeitsstatistik

Statistiken

		Würdest Du sagen, dass Du Dich in die österreichische Gesellschaft gut integriert hast?	Fühlst Du dich in Österreich diskriminiert?
N	Gültig	209	209
	Fehlend	0	0
Mittelwert		1,03	1,81
Standardabweichung		,167	,394
Minimum		1	1
Maximum		2	2

Würdest Du sagen, dass Du Dich in die österreichische Gesellschaft gut integriert hast?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	203	97,1	97,1	97,1
nein	6	2,9	2,9	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

Fühlst Du dich in Österreich diskriminiert?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	40	19,1	19,1	19,1
nein	169	80,9	80,9	100,0
Gesamt	209	100,0	100,0	

12.2 Fragebogen

1. Welche Medien nutzt Du bevorzugt?
 - Bosnischsprachige Medien
 - Deutschsprachige Medien
 - Ich nutze Medien in beiden Sprachen gleich intensiv
2. Nutzt Du bosnischsprachige Medien? ja nein
3. Wie oft in der Woche nutzt Du bosnischsprachige Medien?
 - a. Internet:
 - täglich 5 Mal die Woche 3 Mal die Woche 1 Mal die Woche nie
 - b. Zeitungen:
 - täglich 5 Mal die Woche 3 Mal die Woche 1 Mal die Woche nie
 - c. Radio:
 - täglich 5 Mal die Woche 3 Mal die Woche 1 Mal die Woche nie
 - d. TV:
 - täglich 5 Mal die Woche 3 Mal die Woche 1 Mal die Woche nie
4. Wie viele Stunden pro Tag nutzt Du bosnischsprachige Medien?
 - a. Internet: 0-1 Std. 2-3 Std. 4-5 Std. 6 und mehr
 - b. Zeitungen: 0-1 Std. 2-3 Std. 4-5 Std. 6 und mehr
 - c. Radio: 0-1 Std. 2-3 Std. 4-5 Std. 6 und mehr
 - d. TV: 0-1 Std. 2-3 Std. 4-5 Std. 6 und mehr
5. Wie sieht Dein Nutzungsverhalten im bosnischsprachigen Web aus?
Kreuze bitte an, welche Antworten auf Dich zutreffen! Mehrfachantworten möglich!
 - a. Ich lese Zeitungen online
 - b. Ich höre Radio online
 - c. Ich kontaktiere meine Freunde (unter anderem) aus Bosnien z.B. über Facebook
 - d. Ich schaue bosnische Sendungen (Filme, Serien, etc.) über das Internet
 - e. Anderes: _____
6. Mit wie vielen Jahren hast Du begonnen, Muttersprachenmedien zu konsumieren?
 - a. Mit ____ Jahren
7. Aus welchem Grund nutzt Du bosnische Medien?
Kreuze bitte an, welche Antworten auf Dich zutreffen! Mehrfachantworten möglich!
 - a. Weil bosnische Medien Inhalte (Sendungen o.Ä.) liefern, die mich mehr interessieren
 - b. Weil ich dabei entspannen kann
 - c. Weil mich bosnische Medien besser unterhalten
 - d. Weil ich dabei meine Muttersprache besser lernen kann
 - e. Weil meine Freunde auch bosnische Medien konsumieren
 - f. Weil ich mich informieren möchte
 - g. Weil bosnische Medien gute Beiträge liefern
 - h. Weil bosnische Medien meine persönlichen Werte bestärken(dazu)
 - i. Weil ich nicht so gut Deutsch spreche/verstehe
 - j. Weil bosnische Medien mir das Leben in Bosnien vermitteln (in Bezug auf Feste, Traditionen, Werte, usw.)
 - k. Sie helfen mir, die bosnische Sprache und Kultur in Österreich zu bewahren (dazu)
 - l. Sie helfen mir, die Sehnsucht nach Bosnien zu bewältigen (dazu)

- m. Es macht mich glücklich, bosnische Medien zu nutzen
- n. Weil mich das Verhältnis zwischen Österreich und Bosnien interessiert
- o. Weil mir bosnische Medien ein Gefühl der Zugehörigkeit und Identität vermitteln
- p. Weil ich das Gefühl habe, dass bosnische Medien meine Bedürfnisse und Interessen in Bezug auf Inhalt, Information, Getsaltung etc. besser befriedigen
- q. Weil bosnische Medien interessante Veranstaltungstipps geben
- r. Andere Gründe: _____
8. Aus welchem Grund nutzt Du bosnische Medien nicht?
Kreuze bitte an, welche Antworten auf Dich zutreffen! Mehrfachantworten möglich!
- a. Weil ich die Sprache nicht so gut verstehe
- b. Bosnische Medien berichten über Geschehnisse, die mich nicht wirklich interessieren
- c. Schlechte Beiträge
- d. Weil mir die Beiträge bosnischer Medien keine Orientierung in Österreich geben
- e. Andere Gründe: _____
9. Wie oft in der Woche nutzt Du deutschsprachige Medien?
- a. Internet:
 täglich 5 Mal die Woche 3 Mal die Woche 1 Mal die Woche nie
- b. Zeitungen:
 täglich 5 Mal die Woche 3 Mal die Woche 1 Mal die Woche nie
- c. Radio:
 täglich 5 Mal die Woche 3 Mal die Woche 1 Mal die Woche nie
- d. TV:
 täglich 5 Mal die Woche 3 Mal die Woche 1 Mal die Woche nie
10. Wie viele Stunden pro Tag nutzt Du deutschsprachige Medien?
- a. Internet: 0-1 Std. 2-3 Std. 4-5 Std. 6 und mehr
- b. Zeitungen: 0-1 Std. 2-3 Std. 4-5 Std. 6 und mehr
- c. Radio: 0-1 Std. 2-3 Std. 4-5 Std. 6 und mehr
- d. TV: 0-1 Std. 2-3 Std. 4-5 Std. 6 und mehr
11. Konsumieren Deine Eltern eher deutschsprachige oder bosnische Medien?
- a. Deutschsprachige Medien
- b. Bosnische Medien
- c. Sowohl deutschsprachige als auch bosnischsprachige Medien gleich intensiv
- d. Andere: _____
12. Aus welchem Grund nutzt Du deutschsprachige Medien?
Kreuze bitte an, welche Antworten auf Dich zutreffen! Mehrfachantworten möglich!
- a. Weil ich Informationen über Geschehnisse bekomme, die sich in meiner Umgebung abspielen
- b. Aus Gewohnheit
- c. Weil ich das Gefühl habe, dass deutschsprachige Medien meine Bedürfnisse und Interessen besser befriedigen
- d. Weil deutschsprachige Medien gute Beiträge liefern
- e. Weil ich nicht so gut Bosnisch spreche/verstehe
- f. Weil deutschsprachige Medien interessante Veranstaltungstipps geben
- g. Aus rein informativen Gründen (weg)
- h. Weil ich dabei entspannen kann
- i. Weil meine Freunde auch deutschsprachige Medien konsumieren
- j. Andere Gründe: _____

13. Aus welchem Grund nutzt Du deutschsprachige Medien nicht?

Kreuze bitte an, welche Antworten auf Dich zutreffen! Mehrfachantworten möglich!

- a. Weil ich die Sprache nicht so gut verstehe
- b. Deutschsprachige Medien berichten über Geschehnisse, die mich nicht wirklich interessieren
- c. Schlechte Beiträge
- d. Andere Gründe: _____

14. Bitte kreuze an, wie sehr folgende Aussagen auf Dich zutreffen. (1=trifft völlig zu; 5=trifft überhaupt nicht zu)

	1	2	3	4	5
Im Allgemeinen höre ich lieber bosnische Musik als internationale/österreichische.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich besuche lieber Lokale, in denen bosnische Musik gespielt wird.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich unternehme lieber etwas mit meinen bosnischen Freunden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich bin mit dem österreichischen politischen System (Regierung, Wahlen, Rechte, usw.) zufrieden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Welche Sprache wird bei Dir zu Hause am meisten gesprochen?

- Bosnisch
- Deutsch
- Andere Sprache: _____

16. In welcher Sprache kommunizierst Du am häufigsten mit deinem bosnischen Freundeskreis?

- Bosnisch
- Deutsch
- Andere Sprache

17. Auf einer Notenskala von 1= sehr gut bis 5= nicht genügend, wie gut beherrscht Du die Sprachen (sprechen & schreiben)?

	1	2	3	4	5
Bosnisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deutsch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. Welche der beiden Sprachen sprichst & schreibst Du besser?

- Bosnisch
- Deutsch

19. Mich interessiert das politische, wirtschaftliche und soziale Geschehen
- mehr in Österreich
 - mehr in Bosnien
 - in beiden Ländern gleich stark.
20. Ich habe im Verhältnis mehr
- österreichische Freunde
 - bosnische Freunde
 - mein Freundeskreis ist ungefähr gleich verteilt
21. Aus welchem Grund hast Du mehr bosnische Freunde?
Kreuze bitte an, welche Antworten auf Dich zutreffen! Mehrfachantworten möglich!
- Weil wir mehr gemeinsam haben
 - Weil mich meine bosnischen Freunde bei Problemen und Sorgen besser verstehen
 - Weil die Kommunikation viel einfacher ist als mit österreichischen Freunden
 - andere Gründe: _____
22. Im meinem sozialen Umfeld leben mehr Bosnier (bzw. generell Ausländer) als Österreicher.
- ja nein
23. Würdest Du sagen, dass Du Dich in die österreichische Gesellschaft gut integriert hast?
- ja nein
24. Fühlst Du Dich in Österreich diskriminiert?
- ja nein
25. Meine Muttersprache ist:
- Bosnisch
 - Deutsch
 - Andere Sprache
26. Ich spreche lieber
- Bosnisch
 - Deutsch
 - Andere Sprache
27. Ich besuche eigenethnische Vereine wie z.B. traditionelle Tanzvereine (Folklore) o.Ä.
- ja nein
28. Ich praktiziere meine Religion: Ich bete (manchmal), besuche die Moschee/Kirche, halte mich an Feiertage (z.B. Fastenmonat) o.Ä.
- ja nein
29. Kreuze bitte an, wie stark Deine Bindung zu Bosnien ist?

sehr stark	stark	mittelmäßig	wenig stark	überhaupt nicht stark
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

30. Ich passe mich
- mehr der bosnischen Kultur an
 - mehr der österreichischen Kultur an
 - in gleichen Maßen beiden Kulturen an
31. Wird bei Dir in der Familie die Kultur des Heimatlandes gepflegt?
- ja nein
32. Wie würdest Du Deine zweisprachige und durch zwei Kulturen geprägte Situation beschreiben?
Kreuze bitte an, welche der folgenden Aussagen auf dich zutreffen. Mehrfachantworten möglich!
- Ich fühle mich manchmal heimatlos
 - Ich empfinde es als eine Bereicherung
 - Ich mache mir keine Gedanken darüber
 - Ich fühle mich manchmal hin und hergerissen (aufgrund z.B. der unterschiedlichen Kultur, Werte etc.)
 - Es ist für mich belastend im Alltag mit zwei Kulturen zurecht zu kommen
 - Ich ziehe von jeweils beiden Kulturen positive Aspekte für mich
 - Durch das Leben in zwei Kulturen ist es für mich schwierig, meine eigene Identität zu finden
33. Ich identifiziere mich eher mit
- Bosnien
 - Österreich
 - beiden Ländern gleich
34. Wie sehr treffen folgenden Aussagen auf Dich zu? (1=trifft völlig zu; 5=trifft überhaupt nicht zu)

	1	2	3	4	5
Ich finde, dass die Angehörigen einzelner Volksgruppen möglichst untereinander heiraten sollten. (Separation)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wenn hier lebende Zuwanderer diskriminiert werden, ist das auch auf ihr eigenes Verhalten zurückzuführen (Wahrnehmung vor Diskriminierung)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wenn ich keine Freunde aus dem Herkunftsland meiner Eltern hätte, würde ich mich alleine und isoliert fühlen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(Isolation)					
Es ist egal, wie gut ich mich an die österreichische Gesellschaft anpasse, ich werde immer als Ausländer betrachtet (Gefühl der Diskriminierung)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie die deutsche Sprache beherrschen und selbst Kontakte zu Österreichern aufnehmen (Integrationsbereitschaft)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie die eigenen Kinder überwiegend in deutscher Sprache erziehen (Assimilationsbereitschaft)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Man sollte von Zuwanderern, die schon lange in Österreich leben erwarten können, dass sie unter Umständen auch einen österreichischen Partner wählen (Assimilationsbereitschaft)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Obwohl meine Eltern nicht in Österreich geboren sind, fühle ich mich als Österreicherin.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich empfinde Österreich als meine Heimat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wirklich zu Hause fühle ich mich im Geburtsland meiner Eltern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manchmal fühle ich mich mehr als Österreicher, manchmal mehr als Bosnier.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich fühle mich in Österreich und im Herkunftsland meiner Eltern in gleichem Maße wohl und zu Hause. (DOPPELIDENTITÄT)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

35. Ich bin männlich weiblich
36. Ich bin ____ Jahre alt (Das Alter zum eintragen als Zahl offen lassen)
37. Ich wurde in Österreich geboren: ja nein
38. Meine Eltern stammen aus Bosnien: ja nein
39. Welche Schule hast Du bis jetzt abgeschlossen:
- Lehre
 - Hauptschule
 - AHS- Unterstufe
 - Matura
 - ich studiere

12.3 Abstract

The effects of mass media have often been confirmed in scientific research, but not what role native language media in the identity development of second generation immigrants play. In a situation, characterized by bilingual and living with and in two cultures, native language media facilitate the preservation of the own culture in the host country. The results of using bosnian media therefore are not parallel societies or media ghettos, but rather the emotional aspect, to stay combined with the home country.

Zusammenfassung

Massenmediale Wirkungen wurden in wissenschaftlichen Forschungen oftmals bestätigt, nicht jedoch, welchen Rolle Muttersprachenmedien in der Identitätsentwicklung der zweiten Migrantengeneration einnehmen. In einer durch Zweisprachigkeit und zwei Kulturen gekennzeichneten Situation erleichtern Medien in der Muttersprache die Wahrung der eigenen Kultur im Aufnahmeland. Das Resultat der Nutzung bosnischer Medien sind somit keine Parallelgesellschaften oder Medienghettos, sondern vielmehr der emotionale Aspekt, mit dem Heimatland verbunden zu bleiben.

12.4 Curriculum Vitae

Persönliche Daten:

- Mag.phil. Amila Ćato, Bakk.phil.
- Geboren am 12.01.1988 in Jajce (Bosnien und Herzegowina)
- Staatsbürgerschaft: Österreich
- Religion: Islam

Ausbildung:

- 1994 – 1998 Volksschule Hirm/ Burgenland
- 1998 – 2002 Hauptschule Mattersburg/ Burgenland
- 2002 – 2006 Oberstufenrealgymnasium Mattersburg/ Burgenland
- Juni 2006: Matura
- Oktober 2006: Immatrikulation und Inskription an der Universität Wien, Studienrichtung Slawistik
- Oktober 2007: Inskription der Studienrichtung Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
- Oktober 2010: Magisterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
- Jänner 2011: Verleihung des akademischen Grades Bakkalaurea der Philosophie aus der Studienrichtung Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
- Oktober 2011: Verleihung des akademischen Grades Magistra der Philosophie aus der Studienrichtung Slawistik

Fremdsprachenkenntnisse:

- Bosnisch (Muttersprache)
- Deutsch (in Wort und Schrift)
- Englisch (in Wort und Schrift)
- Grundkenntnisse in Spanisch
- Grundkenntnisse in Slowenisch