



# Migrantinnen in den Medien.

## Eine systematische Literaturanalyse.

Kinder

Jugend

Familie

**Frauen**

Senioren

Generationen

Integration

Internationales

# Migrantinnen in den Medien

## Eine systematische Literaturanalyse

Forschungsbericht der Universität Siegen gefördert  
vom Ministerium für Generationen, Familie, Frauen  
und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen  
01. Oktober - 31. Dezember 2008

Projektleitung  
Prof. Dr. Margreth Lünenborg  
Universität Siegen  
Medienwissenschaft  
Professur Medien und Kommunikation  
Adolf-Reichwein-Strasse 2  
D-57076 Siegen

Projektmitarbeit  
Annika Bach, M.A.  
Universität Siegen

### **IMPRESSUM**

#### **Herausgeber**

Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und  
Integration des Landes Nordrhein-Westfalen  
Referat Öffentlichkeitsarbeit  
Horionplatz 1, D - 40213 Düsseldorf  
Telefon 0211 8618-50  
info@mgffi.nrw.de  
www.mgffi.nrw.de

#### **Ansprechpartnerin**

Erika Voß  
Referat Allgemeine Fragen der Frauenpolitik  
Telefon 0211 8618-3217  
erika.voss@mgffi.nrw.de

#### **Druck**

WAZ Druckerei GmbH & Co KG, Duisburg

© 2009/MGFFI 1095

Die Druckfassung kann bestellt werden:

- im Internet: [www.mgffi.nrw.de/publikationen](http://www.mgffi.nrw.de/publikationen)

- telefonisch: 01803-100110 C@II-NRW (9 Cent/Min.\*) \*aus dem Festnetz der Deutschen Telekom AG

Bitte die Veröffentlichungsnummer 1095 angeben.



## Vorwort

Medien sind ein wichtiger Teil unseres Lebens. Darum kommt es darauf an, dass die Medien ihren Einfluss richtig einsetzen. Sie tun das zum Beispiel dann, wenn sie unseren Blick weiten für eine Lebenswirklichkeit in unserem Land, die immer stärker geprägt wird von Menschen unterschiedlicher Herkunft. Viele Medien haben sich auf den Weg gemacht, diese neue Lebenswirklichkeit zu vermitteln – und doch brauchen wir noch mehr Bilder und Berichte, die keine Stereotype zeigen, sondern Menschen mit all ihren Stärken und Potenzialen. Potenziale, von denen unsere Gesellschaft insgesamt profitieren kann.

In Nordrhein-Westfalen leben rund zwei Millionen Frauen mit Zuwanderungsgeschichte. „Zuwanderungsgeschichte“, damit bezeichne ich im Kern diejenigen, die selbst oder deren Eltern zu uns nach Deutschland gekommen sind. Ihre Zahl wächst. Aber welche Rolle spielen sie in den Medien? Konstruieren Medien ein spezifisches, womöglich falsches Bild zugewanderter Frauen? Werden überwiegend Klischees transportiert oder ermöglichen uns die Medien ein Stück mehr Realitätsbezug?

Das sind zentrale Fragen der vorliegenden Studie „Migrantinnen in den Medien“. Die „Macht der falschen Bilder“, wie Elisabeth Beck-Gernsheim es einmal ausgedrückt hat, kann dazu beitragen, dass Frauen unter Ausgrenzung und Benachteiligungen leiden. So ist die „Türkin mit Kopftuch“ für manche zu einem Synonym der Frau mit Zuwanderungsgeschichte geworden. Das ist ein Bild, das nicht nur einen großen Teil der Wirklichkeit ausblendet, sondern, schlimmer noch, Assoziationen weckt, die mit Rückständigkeit oder Unterdrückung verbunden sind. Wir müssen solche überaus einseitigen Vorstellungen endgültig aus unseren Köpfen verbannen. Die Medien können dabei helfen. Unsere kulturell vielfältige Gesellschaft ist in besonderer Weise auf eine Berichterstattung angewiesen, die auch die positiven Perspektiven in den Vordergrund rückt. Dabei kann es nicht darum gehen, die Wirklichkeit schön zu färben und Probleme unter den Teppich zu kehren, sondern darum, den Weg ins Offene zu zeigen und allen Menschen in unserer Gesellschaft eine faire Chance zu geben.

Ich will die Medien deshalb um eine noch intensivere Unterstützung bitten. Vor allem sie können helfen, unser Land zu einem Land der neuen Chancen zu machen, in der jede und jeder unabhängig von der Herkunft jede Chance auf gesellschaftlichen und sozialen Aufstieg hat. Die vorliegende Studie ist ein wichtiger Schritt auf diesem Weg, weil sie helfen kann, die Berichterstattung über Frauen mit Zuwanderungsgeschichte zu verbessern.

**Armin Laschet**

Minister für Generationen, Familie, Frauen  
und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen

## Inhalt

<b>1.</b>	<b>Einleitung – Migrantinnen im deutschen Medienalltag</b>	<b>5</b>
<b>2.</b>	<b>Gender – Ethnizität – Migration: Begriffsklärungen und theoretischer Kontext</b>	<b>6</b>
2.1	Gender	6
2.2	Ethnizität	7
2.3	Migrationshintergrund	7
2.4	Geschlecht und Ethnizität in der medialen Repräsentation	8
<b>3.</b>	<b>Migration und Medien</b>	<b>10</b>
3.1	Der aktuelle Forschungsboom	10
3.2	Studien zur medialen Repräsentation von Migranten	11
3.3	Studien zur Medienrezeption von Migranten	12
3.4	Studien zu Migranten in der Medienproduktion	13
<b>4.</b>	<b>Migrantinnen in den deutschen Massenmedien</b>	<b>14</b>
4.1	Ein kleines Forschungsfeld	14
4.2	Das Problem der Nicht-Wahrnehmung	16
4.3	Das „Wie?“ der Darstellung	17
4.4	Im Fokus: Der Diskurs um die muslimische Frau	19
4.4.1	Die Muslimin in den Printmedien	19
4.4.2	Die Muslimin in der aktuellen Fernsehberichterstattung	21
4.5	Ausblick: Forschungsdesiderate für das Forschungsfeld „Migrantinnen in den Medien“	21
<b>5.</b>	<b>Internationale Perspektiven</b>	<b>23</b>
5.1	Tendenzen der internationalen Forschung	23
5.2	Die mediale Darstellung von „schwarzen Frauen“	24
5.3	Die mediale Darstellung von lateinamerikanischen Frauen	25
5.4	Die mediale Darstellung von Musliminnen	26
5.5	Die Medienrezeption von Migrantinnen	26
<b>6.</b>	<b>Ausblick: Weiterer Forschungsbedarf im Themenfeld „Migrantinnen in den Medien“</b>	<b>27</b>
<b>7.</b>	<b>Literatur</b>	<b>29</b>
<b>Abbildungen</b>		
	Abbildung 1: Formen medialer Integration	10
	Abbildung 2: Empirische Arbeiten zur Darstellung von Migrantinnen in den Printmedien	15
	Abbildung 3: Empirische Arbeiten zur Darstellung von Migrantinnen in elektronischen Medien	16

## 1. Einleitung – Migrantinnen im deutschen Medienalltag

**Momentaufnahme 1:** Die *Süddeutsche Zeitung* berichtet auf Seite 3 über die schwierige Arbeit einer türkischen Allgemeinärztin in München. In drastischen Worten wird geschildert, wie diese in ihrer Praxis täglich Zeugin von Missbrauch an Frauen der türkischen Community wird. Viele dieser Frauen würden von ihren eigenen Familienmitgliedern sexuell verklavt und geschlagen, berichtet die Medizinerin.<sup>1</sup>

**Momentaufnahme 2:** Mit dem direkten Zoom auf eine nur spärlich bekleidete Tänzerin der brasilianischen Samba-Gruppe beim Berliner „Karneval der Kulturen“ eröffnet die *tagesschau* einen Bericht. Der Kommentar dazu lautet: „Rassige Frauen und rasante Rhythmen“. Der Beitrag handelt von dem aus vielen unterschiedlichen Nationen bestehenden Karnevalsumzug, der alljährlich zu Pfingsten durch den von vielen Einwanderergruppen geprägten Stadtteil Kreuzberg zieht und als „ein Fest der Begegnung, Integration und Toleranz“ wahrgenommen wird.<sup>2</sup>

**Momentaufnahme 3:** Das Onlineportal *Der Westen* der WAZ-Gruppe weiß von zwei „Grünen Damen“ zu berichten. Es handelt sich dabei um zwei türkeistämmige Frauen in grünem Kittel, die im Evangelischen Krankenhaus in Witten die Patientinnen und Patienten ehrenamtlich betreuen und ihnen eine Freizeitgestaltung anbieten. Seit vielen Jahren leisteten die beiden fürsorgliche Arbeit und würden sich mit besonderem Engagement um die türkischsprachigen Kranken kümmern, berichtet *Der Westen*. Ein Foto zeigt die beiden Frauen auf einem Gebetsteppich kniend in dem von ihnen erstrittenen Gebetsraum.<sup>3</sup>

**Momentaufnahme 4:** Auf der Homepage von *Welt Online* können UserInnen ein Quiz spielen. Aufgrund der etwa 3,5 Millionen in Deutschland lebenden Muslime, sieht sich die *Welt* veranlasst ihre vornehmlich nicht-muslimischen Leserinnen und Leser zu fragen: „Wie viel wissen Sie über den Islam?“ Illustriert ist der Teaser zum Spiel mit einer verschleierte Frau. Dabei kommt bei 40 Wissensfragen die muslimische Frau gerade zweimal vor. „Dürfen sich muslimische Frauen scheiden lassen?“ wird zunächst gefragt und die UserInnen erfahren in der Lösung: „Nur wenn ein Richter zustimmt.“ Die zweite Frage lautet: „Ist die Abtreibung nach muslimischem Recht erlaubt?“ „Ja, wenn das Leben der Mutter in Gefahr ist“, erklärt die Antwort.<sup>4</sup>

Diese Beispiele sind aus dem alltäglichen Angebot deutschsprachiger Nachrichtenmedien entnommen. Sie berichten alle über Frauen, die in Deutschland leben und einen Migrationshintergrund haben. In den Beschreibungen werden das Geschlecht der Frauen und ihre Herkunft nicht nur benannt, sie sind sogar expliziter Bestandteil der journalistischen Nachricht und die Andersartigkeit ihrer Herkunft wird zu einem bedeutenden Anlass der journalistischen Berichterstattung.

Die Verbindung von Weiblichkeit und Ethnizität in der aktuellen deutschen Medienberichterstattung ist der zentrale Untersuchungsgegenstand des vorliegenden Forschungsberichts. Wir fragen danach, ob, in welchem Umfang und in welcher Weise Migrantinnen in Medienangeboten repräsentiert werden. In welcher Weise konstruieren Medien ein spezifisches Bild ‚der Migrantin‘? Welche Images stellen sie damit für den gesellschaftlichen Diskurs zur Verfügung? Werden die facettenreichen Entwürfe weiblichen Lebens in einer Einwanderungsgesellschaft sichtbar oder werden Stereotype hergestellt und reproduziert, die primär die Unterscheidung von ‚Deutschen‘ und ‚Anderen‘ markieren?

Die Relevanz von Medien für die Herstellung gesellschaftlicher Öffentlichkeit ist vielfältig belegt (Imhof et al. 2004; Jarren/Donges 2006). In der komplexen, funktional differenzierten Gesellschaft ist gemeinsame Verständigung über Relevantes und Triviales, über Öffentliches und Privates, über Zugehörigkeit und Am-Rande-Stehen nur mehr in geringem Maße durch das direkte Gespräch und die eigene Teilhabe an Formen der Versammlungsöffentlichkeit möglich. „Was wir über die Gesellschaft, ja über die Welt in der wir leben wissen, wissen wir durch die Massenmedien“, schreibt Niklas Luhmann bereits 1996. Auf den Gegenstand dieses Forschungsberichts bezogen heißt das: Medien und die von ihnen verbreiteten Themen, Images und Bilder stellen eine zentrale Ressource dar, mittels derer das Publikum seine Vorstellungen von Migrantinnen und Migranten entwirft, sie als zugehörig oder fremd, als bedrohlich oder bereichernd, als nah oder fern erlebt. Die medial kommunizierten Images werden mit eigenen Lebens- und Alltagserfahrungen abgeglichen, zu ihnen ins Verhältnis gesetzt und entwickeln ihre Wirkung in einem komplexen Zusammenspiel von Lebenswelt und Medienwelt. Aber die medial kommunizierten Images von MigrantInnen entwickeln nicht nur Bedeutung für das Fremdbild des deutschen Medienpublikums. Sie entwickeln auch Relevanz für die Ausbildung eines Selbstbildes bei den MigrantInnen.

<sup>1</sup> Cathrin Kahlweit: Gefangen im Unaussprechlichen. *Süddeutsche Zeitung* vom 13.11.08, S. 3.

<sup>2</sup> *tagesschau* vom 27.5.2007, in: <http://www.tagesschau.de/multimedia/sendung/sendung2066.html> [Zugriff am 18.11.2008].

<sup>3</sup> *Der Westen*: <http://www.derwesten.de/nachrichten/staedte/witten/2008/11/29/news-94352845/detail.html> [Zugriff am 29.11.2008].

<sup>4</sup> *Welt Online*, in: <http://appl.welt.de/quiz/index.php?quiz=islam> [Zugriff am 20.9.2008].

In der Mediengesellschaft, so die Annahme (vgl. Klaus/Lünenborg 2004a), ist die Teilhabe am Mediendiskurs eine zentrale Ressource der individuellen und kollektiven Identitätsbildung und damit eine notwendige Voraussetzung zur Entwicklung von Zugehörigkeit zur Gesellschaft. Eine angemessene Form der medialen Repräsentation von Migrantinnen und Migranten erscheint damit in der Mediengesellschaft als unverzichtbar.

Die spezifische Verzahnung von Geschlecht und Ethnizität – und damit der Fokus auf Migrantinnen und deren medialer Wahrnehmung und Konstruktion – wird im Folgenden theoretisch hergeleitet. Dazu werden eingangs die beiden Kategorien „Geschlecht“ und „Ethnizität“ definiert (Kapitel 2). Das Zusammenführen beider Kategorien im Rahmen des Konzeptes von Intersektionalität (vgl. Knapp 2008) erscheint mit Blick auf die Analyse der medialen Repräsentation ertragreich. Dabei wird zurückgegriffen auf das Konzept von *cultural citizenship* (Klaus/Lünenborg 2004a/b), das Mediendiskurse und die Möglichkeit der Teilhabe daran als zentrale Ressource von Staatsbürgerschaft in der Mediengesellschaft beschreibt. Damit wird die gesellschaftliche Relevanz einer Fragestellung deutlich, die Felder der Integrationspolitik, der Gleichstellungspolitik sowie des öffentlichen Auftrags von Medien berührt.

In Kapitel 3 folgt eine Bestandsaufnahme der bisherigen kommunikationswissenschaftlichen Forschung im deutschsprachigen Raum. Im ersten Schritt wird eine knappe Übersicht über zentrale Fragen und Perspektiven in der Forschung zu Migration und Medien gegeben. Hier ist offensichtlich, dass Migration vornehmlich männlich gedacht wird. Eine geschlechterdifferenzierende Perspektive ist in dem Forschungsboom seit den 1990er Jahren kaum erkennbar. Die verfügbaren Studien über die Darstellung von Migrantinnen in den deutschen Medien werden anschließend in Kapitel 4 systematisch ausgewertet. Seit Mitte der 1990er Jahre sind hier erste systematische Studien zu verzeichnen. All diejenigen empirischen Ergebnisse über das deutsche Mediensystem, die explizit die Verbindung von Weiblichkeit und Ethnizität untersuchen, werden hier vorgestellt und diskutiert. Im Kapitel 5 werden ausgewählte und aktuelle Ergebnisse aus der internationalen kommunikationswissenschaftlichen Forschung präsentiert. Die englischsprachige Forschung bietet dabei wichtige zusätzliche Informationen zur medialen Darstellung von Geschlecht und Ethnizität.

Auf der Grundlage des deutschen Forschungsstandes und seiner Desiderate sowie der internationalen Befunde wird zum Abschluss (Kapitel 6) konkreter Forschungsbedarf formuliert. Hier wird detailliert dargestellt, welche systematischen Studien erforderlich sind, um valides

und strukturiertes Wissen über das Medienbild von Migrantinnen in deutschen Medien zu erlangen. Dessen gesellschaftliche Relevanz zeigt sich schließlich in der Rezeption und Aneignung dieser Medientexte und -bilder insbesondere durch die Migrantinnen selbst.

## 2. Gender – Ethnizität – Migration: Begriffsklärungen und theoretischer Kontext

### 2.1 Gender

In der feministischen Theorie wird die Kategorie Gender in Abgrenzung vom biologischen Geschlecht (sex) als kulturelle Konstruktion verstanden. Die Kategorie Gender ist dabei nicht kausal mit dem biologischen Geschlecht verknüpft, denn ein Mensch mit XX-Chromosomensatz lebt nicht zugleich auch eine weibliche Geschlechtsidentität. Gender als kulturelle Kategorie meint die Ausgestaltung einer spezifischen Geschlechtsidentität. Diese Geschlechterrolle wird sowohl von außen zugeschrieben als auch subjektiv gelebt und kann folglich als ein komplexes Konstrukt gelten, welches sich aus sozialen Praktiken, kulturellen Zuschreibungen und subjektivem Handeln ergibt (Dorer/Geiger 2002: 49). Dorer und Geiger formulieren, dass „wir Geschlecht vor allem *tun* und *ausüben*“ (2002: 49, Herv. im Original). Damit wählen die Autorinnen eine Beschreibung, die in der englischsprachigen Literatur durch das *doing gender* ausgedrückt wird. Dies wird von Klaus präzisiert: „In all unseren Lebensäußerungen greifen wir auf die Genderkategorie zurück, produzieren und reproduzieren sie, genau wie auch gesellschaftliche Institutionen auf dieser als natürlich und selbstverständlich angenommenen Grundlage funktionieren“ (Klaus 2002: 22). Hagemann-White betont im *doing gender* besonders die Eingebundenheit des Geschlechts in das soziale Umfeld, wenn sie schreibt: Geschlechtlichkeit ist „ein interaktiver Vorgang, worin wir ganz unabdingbar auf die Mitwirkung unserer Gegenüber und so auf die mit ihnen geteilte unbewusste Alltagstheorie des Geschlechts in unserer Kultur angewiesen sind“ (1993: 70). Medien und die von ihnen bereitgestellten Bilder und Texte haben an der kulturellen Konstruktion von Geschlecht maßgeblichen Anteil. Medien liefern uns Entwürfe von Weiblichkeit und Männlichkeit. Sie strukturieren Realität in öffentliche und private Räume. Sie stellen Diskurse zur Aushandlung von Norm und Abweichung in der zweigeschlechtlichen Wirklichkeit bereit. Damit stellen Medien ein wesentliches Reservoir zur Verfügung, innerhalb dessen die Möglichkeiten und Grenzen des *doing gender* bestimmt sind.

## 2.2 Ethnizität

Das Konzept der Ethnizität (ethnicity) ist in US-amerikanischen Auseinandersetzungen zum Verstehen und Erklären gesellschaftlicher Unterschiede und Hierarchien entwickelt worden (Knapp 2008: 144). Ähnlich wie beim Geschlecht wird auch hier vom *doing ethnicity* (Krüger-Potratz 2007: 452) gesprochen. Damit wird sichtbar, dass auch ethnische Zugehörigkeit keine essenzielle Differenz markiert, sondern dass die historisch-politischen Lebensumstände eines Menschen seine bzw. ihre ethnische Identität prägen. Auch hier erscheint die Ethnizität keinesfalls als naturgegeben und unveränderlich, vielmehr wird sie als „ein immer wieder neu verhandelbares (Zwischen) Ergebnis von Prozessen der Fremd- und Selbstzuschreibung“ (ebd.) gesehen. Der Begriff Ethnizität macht folglich die Situiertheit in einem politischen und kulturellen Rahmen stark, ohne sich an explizit nationalstaatliche Grenzen zu halten und betont (wie der Begriff Gender) ebenfalls die identitätsprägenden Komponenten. Gender setzt sich aus geschlechtlichen und sexuellen Deutungen zusammen, Ethnizität bezeichnet Eigenschaften, die aus einem kulturellen, sprachlichen und historischen Rahmen erwachsen können (Krüger-Potratz 2007). Die Eigenschaft der Konstruktivität und der Identitätsstiftung verbindet folglich die Kategorien Gender und Ethnizität und macht sie miteinander vergleichbar. Beide sind subjektabhängige Wirklichkeitskonstruktionen, die sich in einem spezifischen Kontext entfalten und wirksam werden. Sie beschreiben Dimensionen des individuellen wie kollektiven Handelns, mit denen Zugehörigkeit und/oder Ausgeschlossenheit einhergehen. Ethnizität dient damit ebenso wie Geschlecht in der deutschen Gesellschaft als „sozialer Platzanweiser“ (Knapp 1987) mit denen hierarchischer Status und symbolische wie materielle Ressourcen verbunden sind.

Zu beobachten ist allerdings eine wichtige Differenz zwischen analytischer Kategorie und Sprachgebrauch der Begriffe Gender und Ethnizität. Gender (und der im Deutschen benutzte Begriff Geschlecht) ist nach wie vor ein eher wissenschaftlicher Begriff, der sowohl männliche als auch weibliche Geschlechtsidentitäten meint und damit all jene Eigenschaften beschreibt, die eher männlich oder eher weiblich konnotiert sind, über die jedoch grundsätzlich jeder Mensch verfügt. Anders wird jedoch der Begriff der Ethnizität benutzt, der auch alltagssprachlich verwandt wird. Besonders im deutschen Sprachraum beschreibt „Ethnizität“ primär das „Andere“, das „Fremde“ und tendenziell eher das „Dunkelhäutige“ und wird nicht verwandt, um beispielsweise die Ethnizität einer gebürtigen (weißen) Berlinerin zu benennen. Dem Begriff der Ethnizität ist folglich die Problematik eingeschrieben, als wissenschaftlich neutrale Bezeichnung fungieren zu sollen und doch im alltäglichen

deutschen Sprachgebrauch der Benennung der Nicht-Norm, des Abweichenden zu dienen. Wichtig ist aber, dass er (genau wie der Begriff Gender) den Unterschied von biologischer und kulturell geschaffener Differenz sichtbar macht. Ethnische Differenz wird hier also nicht mit Blut und genetischer Disposition erklärt, sondern es spielen Faktoren wie der kulturelle Kontext, die Sprache, die historische Entwicklung eines politischen Systems und die geografische Herkunft eine Rolle. An dieser Stelle wird der Unterschied zwischen dem US-amerikanischen Verständnis von ethnicity und der Übertragung in den deutschen Alltagsgebrauch besonders deutlich. Ethnicity beschreibt in den USA eine kulturelle und sprachliche Zugehörigkeit, die nachhaltig die Identität eines Menschen prägt. Keine Bedeutung hat ethnicity jedoch für die nationalstaatliche Zugehörigkeit, die in den USA über das Geburtsortprinzip geregelt ist. Hingegen wird die deutsche Staatsbürgerschaft primär durch das Abstammungsprinzip vergeben, was die Sicht auf Ethnizität als kulturelle Konstruktion verstellt.

## 2.3 Migrationshintergrund

Der Begriff „Migrationshintergrund“ ist 2005 in die deutsche Einwanderungsdebatte als statistische Kategorie eingeführt worden und findet inzwischen nicht nur in der Politik, sondern auch in den Massenmedien weite Verwendung. Das Statistische Bundesamt in Wiesbaden definiert ihn mit dem Mikrozensus von 2005 wie folgt: „Zu den Menschen mit Migrationshintergrund zählen ‚alle nach 1949 auf das heutige Gebiet der Bundesrepublik Deutschland Zugewanderten, sowie alle in Deutschland geborenen Ausländer und alle in Deutschland als Deutsche Geborenen mit zumindest einem zugewanderten oder als Ausländer in Deutschland geborenen Elternteil““ (Statistisches Bundesamt 2008: 6). In diese Gruppe fallen demnach alle Personen, die in Deutschland ihren Hauptwohnsitz haben und entweder zugewanderte AusländerInnen, in Deutschland geborene AusländerInnen, eingebürgerte AusländerInnen oder SpätaussiedlerInnen sind. Zusätzlich werden, und das stellt die größte Neuerung dar, auch alle Kinder in diese Kategorie gefasst, von denen wenigstens ein Elternteil eines dieser Merkmale besitzt. Diese Art der Zählung ist in Deutschland ein politisches Novum und beruht auf einer anderen Denkweise als der vorangegangener Kategorien wie z. B. die der „Ausländer“, die fest an den Nicht-Besitz eines deutschen Passes gebunden waren. Sie nimmt auch eingebürgerte Deutsche auf, weil deren ältere Familienmitglieder noch eine Migrationserfahrung gemacht haben. Man geht folglich davon aus, es entstehe durch eine solche Migrationserfahrung ein zusätzlicher Erfahrungshorizont, der auch an spätere Generationen weitergegeben würde.

In der BRD leben 15,1 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund, wovon 49,2 Prozent Frauen sind.<sup>5</sup> Frauen mit Migrationshintergrund machen damit 9,2 Prozent der gesamten in Deutschland lebenden Bevölkerung aus.

Nach den lange Zeit verbreiteten Bezeichnungen „GastarbeiterIn“ und „AusländerIn“ wird mit dem Mikrozensus 2005 die Formulierung „Menschen mit Migrationshintergrund“ und „Migrantin“ bzw. „Migranten“ verstärkt eingesetzt und findet auch Eingang in die Alltagssprache sowie in die Medienberichterstattung. Doch mit dem sprachlichen Wandel sind die zu Grunde liegenden stereotypen Annahmen keineswegs aus der Welt geschafft. Mit dem Begriff Migrantin sind all jene Frauen bezeichnet, die in ihrem Leben eine (oder mehrere) Migrationsbewegungen über nationale Grenzen hinweg getätigt haben und dauerhaft in einem anderen Land als ihrem Geburtsland leben und arbeiten (vgl. Huth-Hildebrandt 2002). Um die Größe und Vielfalt dieser Gruppe sichtbar zu machen, seien hier einige Beispiele benannt: Migrantin in diesem Sinne ist die amerikanische Künstlerin, die Berlin als vitale Großstadt mit günstigen Ateliers als Wohnort gewählt hat. Die ukrainische Spitzensportlerin, die im Eiskunstlauf für Deutschland Medaillen gewinnt, ist ebenso eine Migrantin wie die dänische Hochschullehrerin, die den Ruf an eine deutsche Universität angenommen hat. Schließlich: auch die nur Türkisch sprechende Mutter, die mit ihrem Mann und ihren Kindern mit einem kleinen Einkommen über die Runden kommt, ist Migrantin; ebenso wie die türkische Betriebswirtin, die die Personalabteilung eines Konzerns leitet. Im medialen wie auch alltagssprachlichen Diskurs werden die Professorin, die Künstlerin und die Spitzensportlerin kaum als Migrantinnen bezeichnet. Die türkische Mutter dagegen gilt als ihr Prototyp. Die Markierung als Migrantin verweist somit auf mehr als Ethnizität. Sie macht sichtbar, dass hier Geschlecht, Ethnizität und Klasse bzw. soziale Schicht miteinander verwoben werden. Migration als gesellschaftliches Problemfeld wird als Arbeitsmigration wahrgenommen und damit auf ein spezifisches soziales Milieu reduziert.

Das Konzept der „Intersektionalität“ erweist sich deshalb als besonders ertragreich, um die mediale Konstruktion von Differenz im Zusammenwirken von Geschlecht, Klasse und Ethnizität sichtbar zu machen (Knapp 2008). Bereits 1987 von der Juristin Kimberlé Crenshaw geprägt, erfährt die Intersektionalität auch weiterhin großes Interesse und bringt die Triade Race/Ethnicity, Class und Gender/Sexuality auf einen Nenner (Knapp 2008: 138). Intersektionalität bezeichnet das Zusammenwirken der „Achsen der Differenz“ (Knapp/Wetterer 2003) und steht „für das umfassende Programm einer integralen

Analyse von Achsen strukturierter Ungleichheit und kultureller Differenz“ (Klinger/Knapp 2005: 82). Das Modell geht davon aus, dass Mechanismen, die Ungleichheit produzieren können, nie alleine auftreten, sondern dass zum Geschlecht andere Kategorien hinzukommen, die ebenfalls zentraler Bestandteil der Analyse sein müssen, um eine valide Aussage zu treffen (Knapp 2008: 146). Mit diesem Konzept wird die Notwendigkeit deutlich, gerade die Verschränkung von geschlechtlichen und ethnischen Deutungsmustern in den deutschen Massenmedien zu untersuchen.

## 2.4 Geschlecht und Ethnizität in der medialen Repräsentation

Klinger und Knapp (2005) fragen in der Diskussion zur Intersektionalität nach den Regeln, mit denen Hierarchie sowie soziale Inklusion oder Exklusion hergestellt werden. Wie entstehen in einer Gesellschaft „oben“ und „unten“ bzw. „drinnen“ und „draußen“? In Bezug auf die mediale Darstellung von Migrantinnen erscheint die Frage nach dem „Drinnen“ und dem „Draußen“ als ertragreich. Die zentrale Frage lautet somit konkret, ob und wie die Gruppe der in Deutschland lebenden Frauen mit Migrationshintergrund in ihrer Unterschiedlichkeit medial repräsentiert wird, ob sie in den Medieninhalten eine Rolle spielt und in welcher Weise damit medial ein Bild dieser Gruppe konstruiert wird (vgl. Klinger/Knapp 2005). Die Virulenz der medialen Repräsentation von Migrantinnen wird auch mit dem von Klaus/Lünenborg (2004a: 200) erarbeiteten Konzept von *cultural citizenship* deutlich. *Cultural citizenship* beschreibt eine wesentliche Dimension von Staatsbürgerschaft in der Mediengesellschaft und verweist auf Medien als kulturelle Ressource, an der alle Gesellschaftsmitglieder teilhaben sollten. Medien werden dabei als Motor und Akteur der Herstellung von Identität begriffen. Dabei umfasst eine solche Identitätsbildung sowohl individuelle, wie gruppenbezogene und gesellschaftliche Dimensionen. Mit und durch Medien werden somit maßgeblich Teilhabe an und Zugehörigkeit zur Gesellschaft hergestellt.

Dabei spielt der Journalismus eine besonders wichtige Rolle, denn er liefert „in seiner Gesamtheit der zur Verfügung gestellten Interpretationsangebote [...] die zentrale Deutungsinstanz der modernen Gesellschaft“ (Lünenborg 2005: 68). Pointiert formuliert: „Journalismus ist die populäre Instanz zur Beschreibung und Erklärung der Welt“ (ebd., Herv. im Original). Journalistische Beiträge liefern spezifische Konstruktionen sozialer Wirklichkeit. Durch ihre Auswahl-, Präsentations- und Darstellungsmuster erschaffen Nachrichten, Berichte, Kommentare oder Interviews spezifische Ausschnitte und Interpre-

<sup>5</sup> Pressemitteilung Nr. 105 vom 11.3.2008 des Statistischen Bundesamts, in: [http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Presse/pm/2008/03/PD08\\_\\_105\\_\\_12521.psm1](http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Presse/pm/2008/03/PD08__105__12521.psm1) [Zugriff am 9.12.2008].

tationen gesellschaftlicher Wirklichkeit. Mit Blick auf die Berichterstattung über Migrantinnen heißt das, Journalismus liefert spezifische Images und Bilder von Frauen mit Migrationshintergrund in Deutschland – und lässt andere unberücksichtigt. Diese Bilder, Texte und Töne stellen das Ausgangsmaterial dar für spezifische Deutungen und Interpretationen, die vom Publikum vorgenommen werden. Die Selbst- und Fremdbilder, die Menschen von sich und voneinander entwerfen, werden auch medial hergestellt. Folglich ist die Art und Weise, in der Migrantinnen zum Gegenstand von Medienberichterstattung werden oder aber in der Medienberichterstattung vernachlässigt werden, ein wesentlicher Baustein des Bildes, das Migrantinnen von sich selbst entwerfen und das die Mehrheitsgesellschaft von Migrantinnen entwirft (vgl. Klaus/Lünenborg 2004a/b und 2005). Auch Wischermann und Thomas (2008: 10) verweisen auf die Bedeutung von Massenmedien bei der Herstellung von gesellschaftlicher Exklusion und Inklusion und fragen deshalb nach dem „Wie?“ der Gestaltung von Ungleichheit. Die Autorinnen fordern eine Diskussion über die Verzerrungen, Unterschlagungen und die Widersprüche in der medialen Herstellung gesellschaftlicher Diversität, um daraus Konsequenzen für medienpolitisches Handeln abzuleiten. Die Frage nach dem Verhältnis von Diversität in der Gesellschaft und in der medialen Darstellung rücken Wischermann und Thomas in das Zentrum des Interesses. Damit kann zunächst die angemessene Sichtbarkeit von Migrantinnen in den deutschen Massenmedien als ein Qualitätskriterium herausgearbeitet werden. Auf rein quantitativer Ebene würde dies ein knappes Zehntel der massenmedialen Inhalte erfordern, in dem Frauen mit Migrationshintergrund als Subjekte in Erscheinung treten müssten.

Ähnlich argumentiert Morley (2001: 29): „Wenn nationale Medien jene Öffentlichkeit sind, die in der Vermittlung des Nationalstaates für ein allgemeines Publikum am zentralsten ist, so ist alles, was von diesen Medien ausgeschlossen ist, auch von der symbolischen Kultur der Nation ausgeschlossen. Wenn die Kultur in diesem öffentlichen Raum (also auch in der Nation) durch eine (weitgehend nicht markierte und deklarierte) Form von Ethnizität ‚rassenspezifisch‘ geprägt ist, dann kann sich hier nur ein Teil der Bürger der Nation willkommen und heimisch fühlen.“ Auch hier wird an die Forderung angeknüpft, dass das durch die Medien verfügbar gemachte symbolische Kapital allen Teilgruppen der Gesellschaft und damit auch Migrantinnen und Migranten zur Verfügung stehen muss (vgl. auch Hipfl 2004: 23f.).

Es geht in der Diskussion um die mediale Sichtbarkeit von vielfältigen sozialen Gruppen nicht ausschließlich um die quantitativ proportionale Verteilung von Sende-

zeit, Zeilen oder Abbildungen, woraus dann unmittelbar eine machtvollere Rolle jener Gruppe in der Gesellschaft abgeleitet werden könnte. Mediale Repräsentation liefert kein Abbild gesellschaftlicher Realität. Wäre dem so, würde die politische Macht der BRD dominant durch wenig bekleidete, junge und attraktive Blondinen vertreten, wie Schaffer (2008a: 233) ironisch feststellt. Es geht in der Diskussion vielmehr um die „Bedingungen und Modi der Sichtbarkeit“ (ebd.). Das „Wie?“, die Konditionen der ästhetischen, formalen und inhaltlichen Darstellung müssen hier expliziter Bestandteil der Argumentation sein. Schaffer sieht die Notwendigkeit gegeben, besonders die Ästhetik der Darstellung von Migrantinnen zu berücksichtigen, wenn von ihrer Sichtbarkeit in den Medien als politischer Dimension die Rede ist und sowohl bild- als auch textanalytische Instrumente in die Analyse mit einzubeziehen (2008a/b).

Bis hierhin ist deutlich geworden, dass das *doing gender* bzw. *doing ethnicity* soziale und kulturelle Konstruktionen von Differenz beschreibt, die maßgeblich auch durch Medien hergestellt werden. Diese Prozesse der medialen Herstellung von Differenz und Andersartigkeit gilt es systematisch zu analysieren. Bei der Analyse der medialen Repräsentation von Migrantinnen werden die Kategorien Geschlecht und Ethnizität in ihrer wechselseitigen Verbindung wirksam. Die Medienbilder liefern dem Publikum Material zur Bestätigung, Irritation und/oder Neuartikulation der bisherigen Vorstellung von „anderen Frauen“. In der diskursiven Auseinandersetzung mit dem Medientext werden dabei die Kategorien Gender und Ethnizität verhandelt und gedeutet (vgl. Lünenborg 2005: 49). Die mediale Wahrnehmung der Lebenswirklichkeiten von Frauen mit Migrationshintergrund und das medial konstruierte Bild dieser Menschen schaffen zentrale Voraussetzungen zur Positionierung dieser Frauen innerhalb der Gesellschaft (vgl. Klaus/Lünenborg 2004a/b und 2005). Wie werden Migrantinnen in den deutschen Massenmedien dargestellt? Die gesellschaftspolitische Relevanz dieser Fragestellung ist bis hierhin erkennbar geworden. Sie erfordert die Berücksichtigung *beider* Kategorien Geschlecht und Ethnizität und fragt im Kern nach Voraussetzungen für die gesellschaftliche Teilhabe von Frauen mit Migrationshintergrund.

Das folgende 3. Kapitel liefert einen knapp gehaltenen Überblick über das Forschungsfeld „Migration und Medien“ als Grundlage, auf der die konkreten Befunde zur Berichterstattung über Migrantinnen eingeordnet werden können und zugleich die Leerstellen bisheriger Forschung sichtbar werden. Im 4. Kapitel werden die bis zum Ende des Jahres 2008 vorliegenden empirischen Arbeiten der deutschen Forschung zur Darstellung von Migrantinnen in den Medien vorgestellt und diskutiert.

### 3. Migration und Medien

#### 3.1 Der aktuelle Forschungsboom

Der Themenkomplex „Migration und Medien“ hat seit den 1990er Jahren Konjunktur. Bereits ein Blick auf die von dem Forschungsprojekt „Mediale Integration von ethnischen Minderheiten“ (Müller 2005d)<sup>6</sup> erstellte umfassende Bibliografie der deutschen Forschungsliteratur (mit Ausblicken auf die nordamerikanische Forschung) zeigt, dass in den letzten Jahren ein gestiegenes Interesse seitens der Kommunikations- und Medienforschung zu konstatieren ist. Hier finden sich 1966 erste Untersuchungen zum damals noch so genannten Themenkomplex der „Gastarbeiter und Medien“. Dann bleibt das Thema jedoch in den folgenden 30 Jahre wenig beachtet von der deutschen Wissenschaft und erlebt erst im Jahr 1993 mehr Berücksichtigung, wie am sprunghaften Anstieg der Publikationen in diesem Jahr sichtbar wird. Die Forschungsaktivitäten bleiben ab der Mitte der 1990er Jahre konstant bei durchschnittlich 50 Veröffentlichungen pro Jahr und im stärksten Jahr 2002 listet die Bibliografie sogar 105 wissenschaftliche Arbeiten zu dem Thema „Migration und Medien“<sup>7</sup> auf. Doch wie

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

Geißler und Pöttker selbst haben mit ihrer Arbeit einiges zu der Systematisierung des „Forschungsbooms“ beigetragen. Sie bearbeiten das Forschungsfeld vor allem aus soziologischer Perspektive und gehen dem Zusammenspiel von Massenmedien und Integration in die deutsche Mehrheitsgesellschaft nach, wobei der Begriff der „medialen Integration“ (Geißler/Pöttker 2006: 21) eine zentrale Rolle spielt. Dieser beschreibt die „Integration der ethnischen Minderheiten in die medial hergestellte Öffentlichkeit und in das Mediensystem“ (ebd.) und umfasst eine Spannweite von der Assimilation bis zur Segregation. Die Formen der medialen Integration beziehen prinzipiell sowohl die Seite der Medienproduktion als auch die der Medieninhalte und der Medienrezeption ein. Das Modell von Geißler und Pöttker bietet eine überzeugende Strukturierung möglicher Positionen im Forschungsfeld (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Formen medialer Integration

	Assimilative mediale Integration	Interkulturelle mediale Integration	Mediale Segregation
<b>Medienproduktion</b>	ethnische Minderheiten sind nicht mehr als solche erkennbar und in die Medieninstitutionen integriert (als Journalisten, Manager, Kontrolleure)	ethnische Minderheiten machen in ihrer Spezifik einen proportionalen Anteil der Medienproduktion aus	in der Produktion des deutschen Mediensystems sind keine ethnischen Minderheiten präsent
<b>Medieninhalte</b>	Medieninhalte benötigen keine ethnospezifischen Bezüge mehr, da ethnische Minderheiten kognitiv, sozial und identifikatorisch in die deutsche Mehrheitskultur aufgegangen sind	Medieninhalte berücksichtigen die Notwendigkeit der Einwanderung und bereiten integratives Wissen sowohl für die ethnischen Minderheiten als auch für die deutsche Mehrheitsgesellschaft auf	die ethnischen Minderheiten sind in den deutschen Inhalten nicht präsent oder tauchen verzerrt und als „Problemgruppe“ auf
<b>Mediennutzung</b>	keine ethnischen Teilöffentlichkeiten; die ethnischen Minderheiten nutzen Medien wie die deutsche Mehrheit	die ethnischen Minderheiten nutzen die deutschen Medien, um das nötige Wissen für ihre sozialstrukturelle Integration zu erlangen; sie nutzen auch das heimat Sprachliche Angebot („Ethnomedien“)	es existieren Teilöffentlichkeiten; die ethnischen Minderheiten nutzen ausschließlich die Ethnomedien ihres Herkunftslandes

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

<sup>6</sup> Das Forschungsprojekt wird von Rainer Geißler (Siegen) und Horst Pöttker (Dortmund) geleitet und ist Teil des Sonderforschungsbereichs „Medienumbrüche“ der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG an der Universität Siegen.

<sup>7</sup> Die Bibliografie ist auch online verfügbar: <http://www.integration-und-medien.de/bibliographien/deutschland.php> [Zugriff am 12.12.2008].

Die Autoren treten besonders für die interkulturelle mediale Integration ein, den „humanen Mittelweg zwischen Assimilation und Segregation“, wie es Geißler (2005b: 45) bezeichnet. Damit wird erkenntlich, dass es sich hier nicht um ein primär wissenschaftlich-analytisches Konzept handelt, sondern dass das Modell auf impliziten politischen Normen basiert. Ziel ist eine Form der interkulturellen Integration unter Mithilfe des deutschen Mediensystems, bei der „die Vielfältigkeit in der Einheit“ (vgl. Geißler/Pöttker 2006: 19) möglich wird.<sup>8</sup> Bei genauerer Betrachtung werden weitere Probleme bzw. Leerstellen dieses Modells deutlich. Zunächst legen Geißler und Pöttker ihrem Forschungsansatz das in der Kommunikationswissenschaft als klassisch zu bezeichnende Kommunikationsmodell von Lasswell zugrunde. Lasswells Formel besticht zwar durch seine Einfachheit, indem es den Kommunikationsweg folgendermaßen definiert: „Who says what in which channel to whom with what effect?“, geht damit aber von einer einseitigen Richtung der medialen Botschaft von einem Sender zu einem Empfänger aus. Diese vereinfachende Annahme vernachlässigt die eigenständige Medienaneignung eines jeden Rezipierenden und geht von einer einseitig gerichteten Wirkung des Medienkonsums aus.

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

Darüber hinaus ist, wie schon in Kapitel 2.4 mit dem Konzept der *cultural citizenship* dargelegt wurde, die Bedeutungsgenerierung zwischen Medienproduktion, Medieninhalt und der Rezeption als ein komplexes

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

### 3.2 Studien zur medialen Repräsentation von Migranten

Inhaltsanalysen über die Repräsentation von Migranten in deutschen Medien machen die Mehrzahl der vorliegenden Arbeiten aus – entsprechend dem inhaltlichen und sprachlichen Vorgehen in den zitierten Studien wird auch hier nur die männliche Form verwandt. Zahlreiche Inhaltsanalysen der Presse und in geringerem Ausmaß auch des Fernsehens liefern Wissen über die Darstellung von Migranten. Mit der 1972 erschienen Dissertation von Delgado wurde das Forschungsfeld erstmalig systematisch untersucht. Anhand eines großen Samples von 3.069 Artikeln, das in 40 Monaten aus Tageszeitungen Nordrhein-Westfalens erhoben wurde, zeigte Delgado, wie eng die Berichterstattung über Einwanderer vor allem mit der wirtschaftlichen Entwicklung der Region und mit Kriminalität verknüpft ist. Delgado (1972) zufolge sind es einerseits die Arbeitskraft der Migranten und andererseits die ihnen zugeschriebenen Straftaten, die in den Zeitungen thematisiert werden. Auch andere quantitative Arbeiten zur Darstellung von Migranten in deutschen Zeitungen haben immer wieder gezeigt, wie problematisch die Nennung des Differenzmerkmals Ethnizität vor allem in der Kriminalitätsberichterstattung ist. So kann gesagt werden, dass über „Ausländer“, „Migranten“, „Personen mit Migrationshintergrund“ tendenziell negativer berichtet wird als über Deutsche (vgl. den umfassenden Überblick von Müller 2005a; ebenso

<sup>8</sup> Die Autoren berufen sich dabei auf das kanadische Konzept des Multikulturalismus, welches auf die Formel „unity-within-diversity/diversity-within-unity“ zu bringen ist (vgl. Geißler/ Pöttker 2006: 19).

Geißler/Pöttker 2005; wichtig sind hier auch die Arbeiten von Ruhrmann et al., vgl. exemplarisch Ruhrmann et al. 2006). Durch die qualitative Methode der Diskursanalyse hat insbesondere der Forschungsverbund am Duisburger Institut für Sprach- und Sozialforschung sichtbar gemacht, in welchem Maße der Zusammenhang von „Kriminalität und Ausländern“ durch die deutsche Presse<sup>9</sup> diskursiv hergestellt wird (Jäger et al. 1998; Jäger 2000). Müller benennt in seiner Zusammenstellung der quantitativen Inhaltsanalysen die häufigsten Kritikpunkte an der deutschen Berichterstattung. Er sieht Migranten als zu einseitig negativ dargestellt und insgesamt unterrepräsentiert im Vergleich zu den auftretenden deutschen Akteuren. Die Migranten erscheinen neben dem bereits erwähnten Zusammenhang mit Straftaten auch verstärkt als finanzielle Belastung für den deutschen Staat, der an ihrer großen Zahl zusätzlich zu „überfremden“ drohe (vgl. Müller 2005a: 100). Außerdem wurde durch die Inhaltsanalysen eine Differenzierung der deutschen Presse innerhalb der Gruppe der Migranten deutlich. Es konnte gezeigt werden, dass die Migranten stark nach ihrem sozialen Status unterschieden werden und somit Asylbewerber negativer dargestellt werden als Arbeitnehmer oder gar Spitzensportler. Ebenso findet eine dem Status nach verlaufende Unterscheidung der Herkunftsländer der Migranten statt, wobei die Menschen aus den außereuropäischen Entwicklungsländern, der Türkei und den Balkanstaaten weniger positiv bewertet werden als jene aus anderen südeuropäischen Ländern (ebd.: 101).

Dass es im Vergleich zu den Printmedien deutlich weniger Inhaltsanalysen zur Fernsehberichterstattung gibt, begründet sich zweifellos in dem erheblichen zeitlichen und finanziellen Aufwand, der für diese Untersuchungen erforderlich ist. Soweit Studien vorliegen, wiederholen sich im Fernsehen gewisse Aspekte aus der Presseberichterstattung. Die Negativität und Einseitigkeit setzt sich auch hier fort (Müller 2005a: 110). Für künftige Fernsehanalysen wäre es äußerst wünschenswert, einschlägige Unterhaltungsangebote mit einzubeziehen. Müller gibt zu bedenken, dass sich die bisherigen Studien ausschließlich auf die journalistischen Formate des Rundfunks beziehen und damit die Repräsentation von Migranten in fiktionalen Genres auslassen (Müller 2005a: 111).

Im Bereich der aktuellen Fernsehforschung ist die repräsentative Studie von Hafez und Richter (2007) interessant. Diese untersuchte auf der Grundlage von 37 informationsorientierten Magazinen der ARD und

des ZDF in einem Zeitraum von 18 Monaten die Thematisierungsanlässe des Islam. Die Autoren kommen dabei zu dem Ergebnis, dass die Islamberichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen dominant problemorientiert verläuft, indem sich über die Hälfte der Themen mit Terrorismus und Extremismus, internationalen Konflikten und Integrationsproblemen in Deutschland beschäftigt (Hafez/Richter 2007: 3). Krüger und Simon (2005)<sup>10</sup> machen mit ihrer Programmanalyse des WDR Fernsehens<sup>11</sup> zum Bild der Migranten die Bedeutung von tagesaktueller regionaler Berichterstattung erkennbar. So präsentiert die tägliche „Lokalzeit“ im WDR im Untersuchungszeitraum von vier Wochen die meisten Beiträge mit Migranten- und Migrationsbezug. Dieses regionale Nachrichtenmagazin macht damit die Lebensumstände von Einwanderern in Deutschland für eine größere ZuschauerInnengruppe zugänglich. Thematisiert werden die Migranten vor allem im Zusammenhang von Politik, Wirtschaft und Zeitgeschehen (Krüger/Simon 2005: 109). Erstmals in der Analyse von Medienangeboten konstatieren die Autoren die Darstellung der präsentierten Migranten als „Durchschnittsbürger“ (Krüger/Simon 2005: 110). Krüger und Simon (ebd.) bemerken: „Akteure der Kategorie Normabweichler, die früher in der Ausländerthematik eine herausragende Rolle spielten, haben hier nur eine geringe Präsenz.“

### 3.3 Studien zur Medienrezeption von Migranten

Was lesen, hören, sehen Migranten? Diese Frage nach den Mediennutzungsgewohnheiten von Migranten in Deutschland steht stark unter dem normativen Idealanspruch der Integration. Weiß und Trebbe haben 2001 dazu eine repräsentative Befragung vorgelegt, die den Medienkonsum von in Deutschland lebenden Menschen mit türkischem Migrationshintergrund sowie die Reichweite deutscher und türkischer Medien innerhalb dieser Gruppe erforscht. Die Studie verknüpft dabei das Maß an deutschsprachigem Medienkonsum normativ mit dem „Integrationsstatus“ (Weiß/Trebbe 2001: 5) der türkischen Einwanderer. Erfolgreiche Integration, so die zentrale These, drückt sich auch im Konsum deutscher Medien aus. Umgekehrt ergibt sich damit: Intensive Nutzung heimatssprachlicher Medien sind ein Hinweis auf mangelnde Integration. Dass der Erkenntnisgewinn dieser quantitativen Studie durch die determinierte Perspektive eingeschränkt ist, macht die 2002 erschienene qualitative Studie von Hafez deutlich, die sich auf Weiß und Trebbe bezieht und sie kritisiert. Dabei relativiert

<sup>9</sup> Das Projekt untersuchte die Kriminalitätsberichterstattung von drei Monaten des Jahres 1997 der Zeitungen *Frankfurter Rundschau*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Bild-Zeitung*, *Westdeutsche Allgemeine Zeitung*, *Rheinische Post* und *Spiegel*.

<sup>10</sup> Auch Zambonini/Simon (2008) präsentieren einen aktuellen Überblick zur Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für eine kulturelle Vielfalt in Deutschland.

<sup>11</sup> Untersucht wurden alle Sendungen und Beiträge der Sparten Information, nonfiktionaler Unterhaltung und Sport des WDR-Fernsehprogramms, die sich mit den Themen Migration befassten und/oder Akteure mit ausländischer Herkunft präsentierten. Die Basis dafür war eine Stichprobe von insgesamt vier Wochen (Krüger/Simon 2005: 106).

Hafez vor allem die relationale Verbindung von Integrationsgrad und Medienkonsum, indem er den von Weiß und Trebbe aufgestellten Typologien mit ausführlichen Leitfadengesprächen nachgeht (Hafez 2002:8). Die 2007 erschienene Folgestudie von Weiß und Trebbe formuliert die Frage nach dem Zusammenhang von Integration und dem Medienkonsum von türkischen Einwanderern dann auch vorsichtiger und entwirft ein weniger mechanistisches Gefüge (Trebbe/Weiß 2007).

Diese rezeptionsanalytischen Arbeiten zeigen exemplarisch die Entwicklung im Forschungsfeld „Migration und Medien“. Bis vor einigen Jahren wurden Studien zur Mediennutzung von Personen mit Migrationshintergrund mit einem normativen Paradigma der Integration in die deutsche Mehrheitsgesellschaft verknüpft. Die aktuelleren Arbeiten sehen den Medienkonsum hingegen verstärkt unter Einfluss von komplexen Faktoren eines Lebens mit migrantischem Hintergrund in Deutschland (vgl. Müller 2005b). Faktoren wie beispielsweise die Sprach- und Technikkompetenz, das Medienangebot oder die kulturelle Identität werden hier mit einbezogen (hier etwa die qualitative Studie von Hammeran et al. 2007). Die aktuelle und repräsentative *ARD/ZDF*-Studie zum Mediennutzungsverhalten von in Deutschland lebenden Menschen mit Migrationshintergrund schränkt im Jahr 2007 das oft bemühte Vorurteil der „Parallelgesellschaft“ zwischen Minderheiten und der deutschen Mehrheit ein. Auf der Basis von 3010 geführten Telefoninterviews konnte gezeigt werden, dass die überwiegende Mehrheit der Menschen mit Migrationshintergrund deutsche Medien regelmäßig nutzt. Heimatsprachliche Medienangebote dienen als zusätzliche Informationsquellen, die jedoch für die positive Identitätsbildung der Befragten und die Rückbindung an ihr Heimatland selbstverständlich sind (Simon 2007: 434). Die Migranten in Deutschland werden am besten über das deutschsprachige Fernsehen erreicht: 86 Prozent von ihnen nutzen an mindestens vier Tagen der Woche das deutsche Fernsehangebot. Ein Viertel der Gruppe von Migranten in Deutschland folgt daneben auch heimatsprachlichen Fernsehsendungen. Im Vergleich dazu wird das deutsche Radioprogramm seltener beachtet. 48 Prozent der Migranten sind regelmäßige Nutzer deutschsprachiger Radioprogramme, drei Prozent hören einen Radiomix aus deutsch- und heimatsprachlichen Programmen und vier Prozent hören ausschließlich heimatsprachliche Radiosendungen. Sowohl deutschsprachige Tageszeitungen als auch deutschsprachige Internetseiten werden von den Migranten häufiger genutzt als das

jeweilige heimatsprachliche Presse- und Onlineangebot (ebd.: 432).

### 3.4 Studien zu Migranten in der Medienproduktion

Die Seite der Medienproduktion ist generell wenig erforscht, was vor allem auch in den Schwierigkeiten der methodologischen Umsetzung begründet sein dürfte (Müller 2005c: 230). Wie die Diskussion in Kapitel 2.2 gezeigt hat, sind so komplexe Kategorien wie Ethnizität nicht einfach bei den journalistischen Redaktionen als Staatsangehörigkeit der MitarbeiterInnen abfragbar (falls die Staatsbürgerschaft dort überhaupt vermerkt sein sollte). Deshalb gibt es nach wie vor keine repräsentative Studie zum Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund in der gesamtdeutschen Medienproduktion. Allerdings kann davon ausgegangen werden, dass „MigrantInnen im Journalismus im Verhältnis zu ihrem Anteil in der Wohnbevölkerung unterrepräsentiert sind“ (Röben 2008: 142). Als medienpolitisches Anliegen findet die Frage in den letzten Jahren größere Beachtung. Bei der Förderung von JournalistInnen mit Migrationshintergrund betätigen sich aktuell vor allem die (öffentlich-rechtlichen) Medienanstalten und einige gesellschaftspolitische Stiftungen.<sup>12</sup>

Die zu Grunde liegende Annahme ist hier, dass sich die Vielfalt der Bevölkerungsgruppen im Einwanderungsland Deutschland auch in den Massenmedien wieder finden sollte. Man geht darüber hinaus davon aus, dass durch die Besetzung von Posten des klassisch „weißen“ (und auch männlichen) Berufsfeldes Journalismus mit Menschen anderer Herkunft auch die Medieninhalte von mehr Differenzierungsvermögen in Bezug auf „Migrationsthemen“ gezeichnet sein sollten. Diese Auseinandersetzung wird bereits seit langem im Bereich der geschlechtergerechten Arbeitsverteilung im Journalismus diskutiert – allerdings zunehmend vorsichtig mit Blick auf die dadurch zu erwartenden inhaltlichen Veränderungen (vgl. Lünenborg 2001; 2009). Das relativ neue Bestreben der Vervielfältigung von Herkunft, religiösem Hintergrund und Sprachkompetenzen in den Redaktionen darf jedoch in der jetzigen Situation noch nicht darüber hinwegtäuschen, dass von einer massiven Unterrepräsentation von Personen mit Migrationshintergrund in der Medienproduktion auszugehen ist.

<sup>12</sup> Der *WDR* leistet beispielsweise auf diesem Feld schon seit vielen Jahren wichtige Arbeit. Die Heinrich-Böll-Stiftung arbeitet u.a. an dem Themenschwerpunkt „Medien & Diversity“ und vergibt Stipendien an Studierende mit Migrationshintergrund, die künftig journalistisch tätig sein werden. [http://www.migration-boell.de/web/diversity/48\\_1217.asp](http://www.migration-boell.de/web/diversity/48_1217.asp) [Zugriff am 4.1.2009].

Da repräsentative Daten fehlen, kann hier nur auf die explorative Studie von Röben (2008) hingewiesen werden, die Medienunternehmen in Frankfurt nach ihrem Anteil der MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund befragte, wobei Frauen mit Migrationshintergrund den geringsten Anteil am Personal noch nach der Gruppe der Männer mit Migrationshintergrund ausmachen (ebd.: 150).<sup>13</sup>

Nach dieser Zusammenschau des Forschungsfeldes Medien und Migration, bei der die Kategorie Geschlecht weitestgehend ausgeblendet geblieben ist, rücken nun jene Arbeiten der Kommunikations- und Medienwissenschaft in den Mittelpunkt, die Gender und Ethnizität systematisch in ihrem Zusammenwirken betrachten. Was wissen wir bislang über die Darstellung von Migrantinnen in deutschen Medien?

## 4. Migrantinnen in den deutschen Massenmedien

### 4.1 Ein kleines Forschungsfeld

Das aktuelle Forschungsfeld zum Thema „Migration und Medien“ wurde im vorausgegangenen Kapitel 3 knapp skizziert, um einerseits die zentralen Erkenntnisse und Zugewinne der letzten Jahre darzustellen und damit andererseits aber auch das frappante Forschungsdefizit aufzuzeigen, welches ein Großteil der Studien nach wie vor kennzeichnet: das Ausblenden der Kategorie Geschlecht als integralem Bestandteil des Erkenntnisinteresses. Denn besonders in der Untersuchung der Rolle von Ethnizität in der massenmedialen Bedeutungsproduktion müsste das Geschlecht als weitere Strukturkategorie stets mitgedacht werden. Noch im Jahr 2005 bezeichnete Müller (2005a: 106) die wissenschaftliche Analyse der Darstellung von Migrantinnen in den Medien als „kleine[s] Forschungsfeld“ und so ist nach wie vor Forschungsbedarf anzumelden. Der Großteil der vorliegenden Arbeiten untersucht die Darstellung von Migrantinnen in den Printmedien. Hier ist das wöchentliche Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* das meist beforschte Medium (Huhnke 1996; Farrokhzad 2002; 2006; Hentges 2006; Röder 2007). Eine Untersuchung über die Präsentation von sowohl Ausländern als auch Ausländerinnen in Artikeln der nordrhein-westfälischen Lokalpresse liegt aus dem Jahre 1996 vor (Bobber et al.). Systematische Analysen von anderen Printzeugnissen, wie der überregionalen Qualitäts- oder der Boulevardpresse, stehen noch gänzlich aus. Zu Kino- bzw. Fernsehfilmen (Bulut 2000; Toker 1996) und zu TV-Dokumentationen (Paulus

2007a/b; 2008) lassen sich ebenfalls Inhaltsanalysen finden, die allerdings auf einer kleinen empirischen Basis fußen und eher als explorativ zu bezeichnen sind. Systematische Fernseh- ebenso wie Radioanalysen stellen auch 2008 noch ein großes Desiderat der Forschung dar. Ebenso ist es nach wie vor unerforscht, welche Bilder von Migrantinnen durch die im Internet verbreiteten Formate entstehen. Und so gilt auch noch für das Jahr 2008, was Röben schon 1998 bemängelte: „Bis heute gibt es noch keine umfangreichere, systematische Erforschung des doppelt verzerrten Bildes, das von diesen ‚fremden‘ Frauen in deutschen Medien vermittelt wird“ (Röben 1998: 434).

Des Weiteren wissen wir bislang wenig über medien-schaffende Frauen mit Migrationshintergrund (vgl. Röben 2008). Die spezifischen Arbeitsbedingungen von Migrantinnen in Medienredaktionen sind nach wie vor nicht weiter untersucht. Außerdem sind Migrantinnen als Mediennutzerinnen bisher noch gar nicht in den Fokus kommunikationswissenschaftlicher Forschung gerückt. Es existiert keine systematische empirische Studie, die dem spezifischen Medienhandeln von Frauen mit Migrationshintergrund nachgeht.

Der erste Sammelband, der sich mit der Darstellung von Migrantinnen in den deutschen Medien beschäftigt, wurde 1996 von Röben und Wilß herausgegeben und trägt den paradigmatischen Namen „Verwaschen und verschwommen – Fremde Frauenwelten in den Medien“. Die einzelnen Beiträge machen in ihrer Vielfältigkeit die Weite des Forschungsfeldes deutlich. Amanuel untersucht beispielsweise die Darstellung des Islam in der Frauenzeitschrift *Brigitte*. Huhnke analysiert die durch die Medien produzierten, patriarchal strukturierten Fantasien von der „fremden Frau“. Die Rundfunkrätin Toker gibt eine Einschätzung zur Rolle der Migrantin im deutschen Fernsehen. Doch es finden sich in dem Band auch andere Formen der Auseinandersetzung mit dem Thema, wie ein Interview mit der Moderatorin Sabine Christensen über die „Dritte-Welt“-Berichterstattung und die darin enthaltene Darstellung von Frauen. Daneben finden sich Fotografien von Cordelia Dilg, die mit ihren feministischen Bildern einen neuen Blick auf Afrikanerinnen vorstellt. Gosalia interviewt MitarbeiterInnen der *Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ)* und zeigt damit die Unsichtbarkeit von Frauen in der deutschen Medienberichterstattung über Entwicklungszusammenarbeit.

Mit diesen Arbeiten wird das Forschungsfeld in Deutschland eröffnet und es findet erstmalig eine Problembenennung statt. Dabei wird deutlich, dass „fremde Frauen“ in

<sup>13</sup> Röben konnte nur bei zwei Medienunternehmen gesicherte Informationen erlangen. So fand sie heraus, dass bei der *Bild* und bei der *Frankfurter Allgemeine Zeitung* jeweils zwei journalistische Mitarbeiterinnen mit Migrationshintergrund tätig sind.

der deutschen Medienlandschaft nur wenig oder in sehr eingeschränkten Themenzusammenhängen vorkommen. Der Band untersucht die mediale Darstellung von ausländischen Frauen dabei vor allem theoriegeleitet und er liefert mit dem Interview einer Moderatorin oder den feministischen Fotografien kritische Impulse für eine Berichterstattung abseits der üblichen Erzählmuster. Damit beleuchten die Autorinnen einzelne Phänomene und leisten explorative „Pionierarbeit“. Die Beiträge sind jedoch nicht systematisch an empirischem Material ausgerichtet und können deshalb nur als Einzelfallanalysen gelten. Röben und Wilß haben weitere Artikel zu dem Thema publiziert, in denen sie vor allem auf theoretischer Basis die Verbindungen von rassistischer und sexistischer Diskriminierung in den Massenmedien untersuchen (Röben/Wilß 1997; Röben 1998). Zu nennen sind hier noch einzelne Beiträge mit einem analytischen Fokus auf Geschlecht, die sich in den allgemeinen Sammelbänden „Migranten und Medien“ (Bulut in Schatz et al. 2000) und „Massenmedien, Migration und Integration“ (Hentges; Farrokhzad in Butterwegge/Hentges 2006) befinden. Die drei Beiträge aus den Sammelbänden stützen ihre Untersuchungen der Darstellungsweisen von Migrantinnen auf empirisches Material. Die einzige Monografie über die Darstellung muslimischer Frauen in dem Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* liegt von Röder aus dem Jahr 2007 vor. Diese Arbeit leistet mit ihrem großen empirischen Korpus einen wichtigen Beitrag zum Forschungsfeld und gibt erstmals quantitative Befunde

über die spezifische Art des *Spiegel*, über Muslima zu berichten. Die Repräsentation von Musliminnen ist noch vergleichsweise am besten untersucht worden. So erschienen Einzelbeiträge in Zeitschriften und Sammelbänden von Pinn (1997), ein weiterer Artikel von Farrokhzad (2002) und dem Zentrum für Islamische Frauenforschung und Frauenförderung (2002). Neumann (2002) schätzt aus der Sicht einer Ausländerbeauftragten das Bild der muslimischen Migrantinnen in den deutschen Medien ein. Paulus (2007a/b; 2008), Schiffer (2007) und Dietze (2009) haben Beiträge zum Thema veröffentlicht und in einem Kapitel der Monografie „Migration und Medien“ (2008) widmet sich Wellgraf – einen *Spiegel*-Titel zitierend – „Allahs rechtlosen Töchtern“.

Wie im Folgenden ausgeführt werden wird, dominieren im Forschungsfeld Untersuchungen, die den spezifischen medialen Darstellungsweisen von muslimischen Migrantinnen nachgehen, wobei empirische Studien aus Printmedien überwiegen. Die anschließende Abbildung 2 systematisiert die vorhandene Forschungsliteratur, die auf empirischer Basis Aussagen über die Repräsentation von Migrantinnen in den Printmedien trifft. Hier wird ersichtlich, wie einseitig sich die Forschung bislang auf politische Wochenmagazine konzentriert hat. Die Abbildung 3 zeigt neben vier empirischen Untersuchungen von Fernsehformaten vor allem die Leerstellen der Kommunikationsforschung im Bereich Rundfunk und Internet auf.

**Abbildung 2: Empirische Arbeiten zur Darstellung von Migrantinnen in den Printmedien**

Printmedium	AutorIn	Methode	Material
Wochenzeitung/Zeitschrift	Huhnke (1996)	Diskursanalyse	<i>Spiegel</i> , nicht systematisch ausgewählte Beispiele von 1980 bis 1992
	Amanuel (1996*)	Inhaltliche Betrachtung	<i>Brigitte</i> , drei exemplarisch ausgewählte Dossiers
	Farrokhzad (2002*; 2006*)	Diskursanalyse	<i>Spiegel</i> , <i>EMMA</i> , keine systematische Auswahl, zahlreiche Beispiele
	Hentges (2006)	Diskursanalyse	<i>Spiegel</i> , systematische Auswahl für 2001 und I/2002
	Röder (2007*)	Quantitative Inhaltsanalyse	<i>Spiegel</i> , systematische Auswahl, 1975–2005
	Wellgraf (2008*)	Inhalts- und Entstehungsanalyse	<i>Spiegel</i> , eine Titelgeschichte
Tageszeitung überregional	–	–	–
Tageszeitung Lokal	Bobber et al. (1996)	Sammlung aller Artikel über AusländerInnen; Klassifizierung nach Inhalt	<i>Ruhr-Nachrichten</i> , <i>Westfälische Rundschau</i> , <i>Westdeutsche Allgemeine Zeitung</i> , erhoben von 9.1995 bis 2.1996
Tageszeitung Boulevard	–	–	–

Die mit \* gekennzeichneten Studien untersuchen vor allem die Darstellung der muslimischen Migrantin.

Abbildung 3: Empirische Arbeiten zur Darstellung von Migrantinnen in elektronischen und digitalen Medien

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

Die mit \* gekennzeichneten Studien untersuchen vor allem die Darstellung der muslimischen Migrantin.

#### 4.2 Das Problem der Nicht-Wahrnehmung

Verschiedene Arbeiten setzen sich seit den 1990er Jahren mit der Repräsentation von Migrantinnen im deutschen Fernsehprogramm auseinander. Auf quantitativer und qualitativer Basis weisen Krüger und Erk (2005) nach, dass nur in einem Drittel aller migrationspezifischen Beiträge Frauen mit Migrationshintergrund in Erscheinung treten. Die Autoren analysieren dazu in einer vierwöchigen Stichprobe alle Sendungen und Beiträge der Sparten Information, nonfiktionale Unterhaltung und Sport des WDR-Programms aus dem Jahr 2003. Wie gezeigt wird, sind Frauen mit Migrationshintergrund deutlich weniger auf dem Bildschirm zu sehen als männliche Migranten (Krüger/Erk 2005: 113). Dass die Autoren diesen Umstand durch die allgemeine Unterrepräsentation aller Frauen in der Fernsehrealität erklären wollen, sollte nicht darüber hinweg täuschen, dass es sich hier eben nicht um migrationsspezifische oder genderspezifische Diskriminierung handelt, sondern gerade die Verknüpfung beider Aspekte als Ausgrenzungskriterium funktioniert.

Toker (1996) geht eher deskriptiv vor und beschreibt auf der Grundlage ihrer Erfahrungen als Rundfunkrätin die Programmentwicklung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens. 1996 konstatiert sie sogar noch eine Leerstelle in der Darstellung von Migrantinnen. Toker (1996: 31) schreibt in ihrer Kritik an „dreißig Jahren deutscher[r] Fernsehwelt: Die Migrantinnen sind in den Medien gestern wie heute kaum vertreten“. Sie geht von den geschichtlichen Ereignissen der weiblichen Migration nach Deutschland ab den 1960er Jahren aus und sucht deren Darstellungsweisen im deutschen Fernsehen. Die ersten Migrantinnen kamen in den 1960er Jahren

selbstständig nach Deutschland, um ihre Familien vor allem in der Türkei und in Italien zu ernähren. Es handelte sich hier also um eine Gruppe von wirtschaftlich unabhängigen Frauen, die jedoch in den deutschen Medien nicht auftauchten. Die zweite Gruppe von Migrantinnen zog nicht zur Arbeitssuche nach Deutschland, sondern um nach der wirtschaftlichen Krise von 1967 bei ihren in Deutschland arbeitenden Männern, Söhnen oder Vätern zu leben. Medial sieht Toker erst diese Entwicklung in den Bildern von Migrantinnen realisiert. Nun erscheinen migrantische Frauen in den Medien, die ihre Männer wie „Anhängsel“ (ebd.: 34) begleiten. Die Migrantin tritt erst dann medial in Erscheinung als auch die Zahl der in Deutschland lebenden Frauen deutlich ansteigt und sie in größeren Gruppen und Familien in der Öffentlichkeit auftreten. So sieht Toker ab den 1970er Jahren eine zahlenmäßig deutlich zunehmende Berichterstattung über die nach wie vor als „Gastarbeiter“ bezeichneten Männer und ihre Frauen in Deutschland. Inhaltlich folgen die Berichte und Nachrichten jedoch einem einfachen Schema und sehen den ausländischen Mann als Unterdrücker seiner ausländischen Frau. Laut Toker haben besonders die zu dieser Zeit entstandenen feministisch und aufklärerisch gemeinten Beiträge im Fernsehen dazu beigetragen, das Bild der unterdrückten und leidenden Migrantin in die deutsche Öffentlichkeit einzuführen. Daneben beobachtet die Autorin einen steigenden Anteil von türkischen und muslimischen Migrantinnen an der Berichterstattung über Migration. Diese werden dominant im Zusammenhang von Unfreiheit und Zwang thematisiert (ebd.: 40). Mit der über einen Zeitraum von 30 Jahren angelegten Betrachtung von Toker und der aktuellen Bestandsaufnahme von Krüger und Simon (2005) wird deutlich, dass die Berichterstattung über Migrantinnen und deren Lebenswelten zeitlich verzö-

gert eingesetzt hat und dem Thema nach wie vor wenig Beachtung geschenkt wird.

Doch es ist auch eine positive Beobachtung zu nennen: Seit dem Jahr 1965 findet Arbeitsmigration von Frauen in die Bundesrepublik Deutschland statt (Huth-Hildebrandt 2002: 73) und bereits 1969 verzeichnet Bulut (2000) die erste filmische Auseinandersetzung mit dem Thema der weiblichen Migration nach Deutschland. In ihrem explorativen Überblick über die deutsche Film- und Fernsehproduktion seit Ende der 1960er Jahre hat Bulut 21 Kinofilme und Fernsehspiele auf ihre Inszenierung von Frauen anderer Herkunft untersucht und kommt dabei zu einem optimistischen Schluss. Sie sieht eine positive Entwicklung der Frauenrollen vom Objekt zum Subjekt (Bulut 2000: 261). Waren die Rollen, die in den fiktiven Formaten Frauen mit Migrationshintergrund zugewiesen wurden, noch bis in die 1980er Jahre vor allem passive Opferrollen, so kamen in den 1990er Jahren auch Figuren von Kommissarinnen, Reporterinnen oder Rechtsanwältinnen hinzu, die eine eigene kulturelle Identität verkörperten (ebd.). Bulut beschreibt die weiblichen Figuren abschließend als „Subjekte, die sich in den Medien widergespiegelt sehen bzw. selbst das Wort ergreifen wollen“ (ebd.: 262). Diese positive Einschätzung aus dem Bereich des Films, die auch Arbeiten von namhaften RegisseurInnen wie Rainer Werner Fassbinder und Helma Sanders-Brahms umfasst, müsste noch auf einer breiteren empirischen Basis und mit nachvollziehbaren, einheitlichen Analysekategorien abgesichert werden. Im Bereich der Zeitungsforschung ist Mitte der 1990er Jahre von Bobber et al. (1996) mit der Untersuchung der nordrhein-westfälischen Lokalberichterstattung<sup>14</sup> ein großes Materialkorpus von 1550 Artikeln erhoben worden. Die anschließende Klassifizierung der Beiträge nach ihrem Thema zeigt, dass AusländerInnen<sup>15</sup> in den Lokalzeitungen vor allem in der Kulturberichterstattung erscheinen. Auf örtlichem Niveau scheint folglich auch eine weniger problembehaftete Thematisierung vorzukommen. An zweiter Stelle folgt jedoch hier ebenfalls das Thema Kriminalität als Anlass zur Berichterstattung über die AusländerInnen (ebd.: 10). Ausländische Frauen werden in den 1550 Beiträgen nur 14 Mal zum Subjekt der Nachricht und kommen damit in nur jedem 110. Artikel über AusländerInnen explizit vor (ebd.: 9). Diese Studie sammelt ein großes Korpus und teilt es systematisch ein. Die Ergebnisse werden in Tabellen präsentiert, wobei jedoch keine differenziertere statistische Auswertung vorgenommen wird. Es wird ebenfalls versäumt, das Material einer Analyse zu unterziehen, die über eine thematische Einteilung hinausginge. So ist die Studie eher als eine Materialsammlung zu sehen. Über die sprachliche Präsentation und die spezifische Darstellung von Auslän-

derinnen und Ausländern trifft sie keine tiefer gehende Aussage. Es könnte ertragreich sein, eine Sekundäranalyse dieser feingliedrig vorgenommenen Systematik zu unternehmen und dabei die einzelnen Artikel stärker kontextuiert zu analysieren.

### 4.3 Das „Wie?“ der Darstellung

Huhnkes Beitrag aus dem Jahr 1996 setzt sich detailliert mit den Stereotypen auseinander, die über Migrantinnen in deutschen Massenmedien hergestellt werden. Huhnke macht deutlich, wie zum Teil jahrhundertalte westeuropäische Denk- und Beurteilungstraditionen in Medienbildern von Migrantinnen aktuell zum Tragen kommen. Sie stellt fest, dass insbesondere die Mythen des „Orientalismus“ und des „erotischen Exotismus“ sowie Mythen aus der US-amerikanischen Sklaverei, die in den Machtstrukturen der Kolonialgeschichte entstanden sind, auch in der aktuellen medialen Berichterstattung mitschwingen (Huhnke 1996: 121). Sie beschreibt den journalistischen Text als für einen männlichen Blick produziert, in dem die ‚fremden‘ Frauen zu Objekten der Begierde gemacht würden. Die Autorin verdeutlicht und belegt ihre Analyse an Beispielen aus dem Nachrichtenmagazin *Der Spiegel*. Die gewählten Beispiele folgen dabei jedoch keiner systematischen Auswahl, was die Aussagekraft nicht für den Einzelfall schwächt, jedoch keine allgemeingültigen Aussagen über das Nachrichtenmagazin zulässt. Huhnke untersucht mit Hilfe einer Diskursanalyse – die Grundgesamtheit nicht weiter erläuternd – im Zeitraum von 1980 bis 1992 die Berichterstattung des *Spiegel* über Migrantinnen in Deutschland. Sie legt dabei die Stereotype offen, mit denen das Nachrichtenmagazin vor allem im Politikteil „die schwarze Frau“, „die Türkin“ und „die Osteuropäerin“ medial konstruiert. Für die aus afrikanischen Ländern stammende Frau findet Huhnke im *Spiegel* nur eine Beschreibung: Sie ist eine billige Prostituierte. Und auch die Osteuropäerin erscheine als Frau, die für wenig Geld zum Sex bereit ist. Allein die Türkin träte nicht als offen sexualisiertes Objekt auf, sondern würde unter ihrer weiten Bekleidung als rückständige Untertanin ihres Mannes gelten. Nach Huhnke ist der muslimische Frauenkörper aufgrund seiner Unkenntlichmachung durch den Schleier vor offenem Sexismus geschützt und wird medial nicht als verfügbare Ware wie der Körper von Osteuropäerinnen oder afrikanischen Frauen verhandelt. Dennoch zeigt Huhnke (ebd.: 130), dass auch in Bezug auf türkische Migrantinnen das Thema Sexualität Teil der Darstellung ist, wenn die Jungfräulichkeit der Musliminnen zum Thema der Berichterstattung wird. Der *Spiegel* verwendet laut Huhnke stilistische Mittel, um diese drei stereotypen Frauenrollen herzustellen:

<sup>14</sup> Das Forscherteam untersuchte die Printberichterstattung anhand der Zeitungen *Ruhr-Nachrichten*, *Westfälische Rundschau* und *Westdeutsche Allgemeine Zeitung*, im Zeitraum September 1995 bis Februar 1996.

<sup>15</sup> „AusländerInnen“ ist der in der Studie eingesetzte Begriff.

Zahlreiche Aussagen über Migrantinnen würden unterstellt und entbehrten jeden Belegs und jeder Quelle, wie z.B. ein Satz über türkische Migranten und Migrantinnen: „Der Andrang vom Bosphorus verschärft eine Krise, die in den von Ausländern überlaufenen Ballungszentren schon lange schwelt.“ (ebd.: 127). Andere Behauptungen würden wie selbstverständliche Wahrheiten in Nebensätzen erscheinen, die keiner Begründung mehr bedürften. Daneben würden oft tendenziöse „Würzwörtchen“ (Huhnke) in der journalistischen Sprache eingesetzt, z.B.: „Schon für 30 bis 50 Mark bieten dunkelhäutige Schöne bedürftigen Freiern ihre Dienste an.“ Zusätzlich würden ungenaue Formulierungen gewählt wie „in manchen Gegenden der Türkei“, was präzise Überprüfung unmöglich macht. Zentral in der Inszenierung der Migrantin ist, laut Huhnke, die sprachliche Subjektposition, die der *Spiegel* gegenüber den Frauen aufbaut. Das Gebot der journalistischen Neutralität missachtend und stattdessen den schlüpfrigen „Jargon des Freiers“ (ebd.: 124) annehmend, beschreibe er die afrikanischen und osteuropäischen Frauen wie Objekte der Lust. Dieser Jargon würde oft erzielt, indem Zitate der männlichen Freier unkommentiert als Bildunterschriften oder als in den journalistischen Text eingebundene Beschreibungen benutzt werden. Die fotografischen Abbildungen verstärkten die Objektposition der Migrantinnen zusätzlich. Die Frauen werden oft nackt und frontal zur Kamera sitzend voll erkennbar abgebildet, die Freier neben ihnen aber sind angezogen und werden mit einem schwarzen Balken unkenntlich gemacht. So würden diese vor der Öffentlichkeit geschützt, während die Frauen ihr voyeuristisch ausgeliefert sind.

Hentges (2006) hat in ihrer zehn Jahre jüngeren Untersuchung der Migrationsberichterstattung im *Spiegel* unter anderem auch den Einsatz weiblicher Stereotype herausgearbeitet. Vor allem in der Analyse der Sprache im *Spiegel* sind ihre Ergebnisse denen von Huhnke ähnlich. Ebenfalls mittels einer Diskursanalyse untersucht Hentges in der Berichterstattung aus dem Jahr 2001 und im ersten Quartal 2002 den Diskursstrang „Zuwanderung, Einwanderung, Flucht und Asyl“. Dazu isoliert sie einzelne Themenfelder aus der deutschen politischen Debatte, wie „Green Card“, „Zuwanderung“, „Flucht und Asyl“, „(Spät-)Aussiedler/innen“ und „Integration und Integrationsdefizite“. Neben den Texten berücksichtigt sie auch die grafische Gestaltung der Beiträge. Hentges zeigt, in welchem Maße sich die Berichterstattung im *Spiegel* darauf versteht, den sozialen Status der einzelnen Migrantengruppen zu unterscheiden und als hierarchisches Gefälle darzustellen. Sie schreibt: „Die Berichterstattung im *Spiegel* differenziert sehr genau zwischen den verschiedenen Formen der Zu- bzw. Einwanderung“ (ebd.: 108). Es wird nach der Herkunft einzelner Einwanderergruppen, ihrem sozialen Prestige, ihrer Ausbildung und ihrem

wirtschaftlichen Gewinn für Deutschland – bzw. ihrem Gefahrenpotential – unterschieden. Tabellarische Darstellungen, Fotos, Diagramme und Infografiken dienen sowohl dazu, ökonomisch wichtige Zuwanderer positiv zu schildern, als auch – im Kontrast dazu – ein Bild der Bedrohung von wirtschaftlich schwachen Flüchtlingen zu erzeugen (ebd.). Als Beispiele für positive Integration fungieren Migranten und Migrantinnen im *Spiegel* dann, wenn sie sich als beruflich erfolgreich hervorgetan haben und der Aufnahmegesellschaft somit aktiv Nutzen bringen. Als Negativbeispiel dient dem Nachrichtenmagazin in der Debatte um Integration hingegen stets die Frau mit dem muslimischen Kopftuch. Sie wird zur Verkörperung der Idee einer hermetisch abgeschlossenen „Parallelgesellschaft“ von in Deutschland lebenden Einwanderern und Einwanderinnen stilisiert (ebd.: 106). Sichtbar wird hier, wie die Verzahnung von Ethnizität und Geschlecht in der Medienberichterstattung in besonderer Weise dazu dient, Fremdheit und Differenz als Bedrohung zu inszenieren.

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

Frauen mit Migrationshintergrund treten in deutschen Medien vor allem in stereotypen Rollen auf. Sowohl geschlechtliche als auch ethnische Zuschreibungen sind zentraler Bestandteil der Darstellungsweisen und werden eingesetzt, um die Frauen nach ihrem sozialen und gesellschaftlichen Status zu klassifizieren. Jene Themenkomplexe, in denen Migrantinnen auftreten, werden mit Rhetoriken der Unterdrückung medial inszeniert: Menschenhandel, Prostitution und Islam. Die Darstellungen der Frauen sind einseitig und sexualisiert, wenn nicht gar explizit sexistisch und evozieren den Eindruck von Passivität und Entmachtung. Diese Stereotype entstehen einerseits in Relation zueinander. Wo die sexuelle Verfügbarkeit zum Fixpunkt der Berichterstattung über die Osteuropäerinnen und Afrikanerinnen wird, ist als Gegenstück die verdeckte Sexualität der muslimischen Migrantin zu sehen. Doch diese Stereotype entstehen andererseits auch in Relation zu den männlichen Akteuren der Nachrichten. In den Figuren der Freier, Menschenhändler und der muslimischen Patriarchen wird ein dominantes, männliches Gegenbild zur unterdrückten Migrantin entworfen. Schließlich nimmt auch der in den

Medientext eingeschriebene „männliche Leser“ durch die sprachliche und visuelle Gestaltung der Artikel eine überlegene Subjektposition gegenüber der Migrantin ein und degradiert die dargestellte Frau zum Objekt.

#### 4.4 Im Fokus: Der Diskurs um die muslimische Frau

##### 4.4.1 Die Muslimin in den Printmedien

Wie beschrieben finden sich in der Medienberichterstattung über Migration verschiedene Stereotype, um Migrantinnen in Deutschland darzustellen: „die Prostituierte“, „die Sexsklavin“ und „das machtlose Opfer“. Zahlreiche Studien zeigen, dass die Zugehörigkeit zum weiblichen Geschlecht in einen direkten Zusammenhang zu Sexualität und Begehrtwerden gestellt wird (vgl. 4.3). Neben dieser als „natürlich“ präsentierten Deutung, liefert spätestens seit der islamischen Revolution 1978/79 im Iran auch die Weltreligion Islam Interpretationsmuster und imaginierte Erklärungen, um besonders die Migrantin aus dem arabischen Raum als muslimische Migrantin darzustellen (vgl. Schiffer 2007). Die geografische Herkunft ist hier durch eine religiöse Zuordnung ersetzt worden. Und so richten die deutschen Massenmedien nicht erst seit dem 11. September 2001 einen kritischen Blick auf die muslimische Migrantin. Bereits die Bilder von den Aufständen gegen das Schahregime im Iran lieferten der westlichen Öffentlichkeit einen Interpretationsrahmen des Islam und seiner Geschlechterordnung, in dem nachfolgend auch die in Deutschland lebenden Musliminnen gedeutet werden<sup>16</sup> (Pinn 1997: 216; Amanuel 1996: 98). Dieses Repertoire an Deutungen hat sich allerdings im Kontext der aktuellen weltpolitischen Entwicklungen, in denen die zwei Religionen Judentum und Christentum antagonistisch gegen den Islam gestellt werden, noch verschärft. Die Muslimin wird zur Verkörperung religiöser und kultureller Fremdheit und Bedrohung (vgl. Schiffer 2007). Der mediale Diskurs um den Islam ist in der deutschen Berichterstattung einseitig. „Im Diskursstrang ‚Islam‘ verläuft der Hauptteil der Debatte über die Kategorie Geschlecht,“ schreibt Farrokhzad (2002: 80). Sie bringt damit ein zentrales Ergebnis aller einschlägigen Studien auf eine prägnante Formel. In den deutschen Medien wird das komplexe und vielfältige Thema Islam vor allem am Körper der Muslimin diskursiv verhandelt.<sup>17</sup>

Röder (2007) hat die Darstellung der muslimischen Frau in der *Spiegel*-Berichterstattung untersucht und liefert mit ihrer Arbeit repräsentative Daten. 91 Artikel – die

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

Mit Hilfe einer kritischen Diskursanalyse, die Farrokhzad (2002; 2006) anhand von ausgewählten Artikeln des *Spiegel* und der *EMMA* durchgeführt hat, wird ersichtlich, dass das erotisch konnotierte Bild der „Orientalin“ im deutschen Mediendiskurs verschwindet und durch Attribute wie Rückständigkeit und Unzivilisiertheit ersetzt wird. Die Kopfbedeckung fungiert zwar immer noch als wichtiger Bestandteil der Inszenierung, doch wird sie nicht mehr zum sinnlichen Schleier erklärt, sondern das Kopftuch gilt nunmehr als Zeichen der Bäuerlichkeit und unaufgeklärten Gottesfurcht (Farrokhzad 2002: 86). Daneben erfüllt die Figur der „modernen Muslimin“ eine interessante Funktion. Wie Röder sieht auch Farrokhzad diesen Typus in den Medien vertreten und sie verdeutlicht, wie das Nicht-Tragen des Schleiers in der deutschen Berichterstattung als Zeichen der Modernität und Aufgeklärtheit der Frauen mit Migrationshintergrund gesehen wird (ebd.: 87). Hier entstehe ein „anderes Andere“ (ebd.). Denn aus der Gruppe der Frauen mit

<sup>16</sup> Eine Studie von Mikota (1996: 112) hat anhand der Untersuchung von Mitgliederzeitschriften deutscher Gewerkschaften Belege dafür gefunden, dass bereits in den 1960er Jahren in Afrika lebende Frauen als durch den Islam unterdrückt dargestellt wurden.

<sup>17</sup> Um die Rolle der Muslima im Verhältnis von Orient und Okzident zu verstehen, sei auf zwei zentrale kulturwissenschaftliche Arbeiten verwiesen (Pinn/Wehner 1995; von Braun/Mathes 2007).

muslimischer Religionszugehörigkeit kristallisieren sich in der medialen Darstellung die gebildeten und säkularisierten Frauen heraus und setzen sich gegen die verschleierte, gläubige Muslima ab (vgl. hierzu auch Wellgraf 2008). Die Zuschreibungen sind damit eindeutig: Auf der einen Seite steht die der deutschen Frau ähnliche, emanzipierte Muslima und auf der anderen Seite die rückständige, unterdrückte Kopftuchträgerin. Diese verengte Konzentration der Medienberichterstattung auf den Schleier als Symbol der Unterdrückung zeigt sich auch an Formulierungen wie „die gemäßigte Muslimin“ (vgl. Schiffer 2007). Schiffer verdeutlicht beispielsweise anhand der medialen Berichterstattung über eine muslimische Religionslehrerin, die ohne Kopftuch an einer deutschen Schule unterrichtet, wie diese als Sonderfall und Ausnahme dargestellt wird. Jede Muslimin mit Kopftuch muss im Vergleich zu dieser „gemäßigten Muslimin“ automatisch als fanatisch religiös gelten (vgl. Schiffer 2007). Eine weitere Strategie der deutschen Berichterstattung ist „laut Schiffer“ die Inszenierung einer Frau aus der Gruppe der muslimischen Migrantinnen als „besonders westlich und modern“. Dies bezeichnet Schiffer (2007) als „Kronzeugenregelung“. Kronzeuginnen nennt Schiffer jene Frauen aus der muslimischen *Community*, die in den Medien auftreten und die durch ihre Zugehörigkeit zu der Gruppe Urteilskompetenz zugesprochen bekommen. Die Soziologin Neçla Kelek, die Politikerin Ayaan Hirsi Ali oder die Rechtsanwältin Seyran Ates, die sich gesellschaftspolitisch für die Stärkung der Rechte muslimischer Migrantinnen in Deutschland einsetzen, sieht Schiffer als Kronzeuginnen inszeniert, die aus dem Inneren der vermeintlich hermetisch abgeschirmten „Parallelgesellschaft“ berichten. Die Aussagen dieser Frauen würden somit nicht mehr eine unter Vielen darstellen, sondern bekämen besonderes Gewicht und Autorität, die sich aus ihrer doppelten Betroffenheit – Frau und muslimisch – ableite. Als Kronzeuginnen, die durch eigenes Erleben die Unterdrückung von Migrantinnen durch den Islam dokumentieren könnten, träten diese gebildeten Frauen in den Medien auf und stritten auf der Seite der deutschen Mehrheitsgesellschaft für den Rechtsstaat BRD (vgl. Schiffer 2007). Aber als Kronzeuginnen müssen in den deutschen Medien nicht ausschließlich die vom Islam emanzipierten Frauen auftreten, wie die Arbeit von Amanuel (1996) argumentiert. In Interviews beispielsweise werden auch Musliminnen zum Islam befragt, ohne dass sie sich – im Gegensatz zu den oben genannten Beispielen – durch besondere Fachkenntnis auszeichnen würden. Wie Amanuel an drei exemplarisch ausgewählten Dossiers aus der Frauenzeitschrift *Brigitte* zeigt, genügt den hier beteiligten deutschen Journalistinnen und Journalisten allein die Zugehörigkeit zum Islam, um die Frauen Aussagen über die Religion treffen zu lassen. Laut Amanuel wird der journalistischen Recherche dabei nicht Genüge getan

und die subjektiven Meinungen der Frauen nicht kritisch eingeordnet. In der Darstellung erschienen die Frauen als kompetente, weil betroffene Kennerinnen, und hätten viel medialen Raum, um eine subjektive Meinung über den Islam kundzutun, die Amanuel in ihrer Arbeit mit Belegen aus dem Koran und der Islamwissenschaft jedoch widerlegen kann (ebd.: 105).

Anhand von zahlreichen Belegen aus der deutschen Printberichterstattung über muslimische Migrantinnen, weist Schiffer darauf hin, dass die verschleierte Muslima meist auf Bildern erscheint und zu „Illustrationszwecken“ dient (Schiffer 2007: o. S.). Ihr Konterfei wird dabei auch für journalistisch aufbereitete Themen herangezogen, die sich nicht primär um ihre Person drehen. Ob bei der Debatte um die Einwanderung nach Deutschland, um Integrationskurse oder die Arbeitslosigkeit unter Jugendlichen mit Migrationshintergrund, die Kopfbedeckung dient in der visuellen Aufbereitung der Texte dazu, Kennzeichen der Fremdheit einzusetzen, wie Schiffer (2007) mit verschiedenen Beispielen aus der Printberichterstattung dokumentiert. Die verschleierte oder Kopftuch tragende Frau wird so zum Schlüsselbild für die mediale Repräsentation kultureller Fremdheit und Rückständigkeit.

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

#### 4.4.2 Die Muslimin in der aktuellen Fernsehberichterstattung

Die Analysen von Printmedien zeigen, dass die Muslimin in einem tendenziell problembehafteten Kontext dargestellt wird. Dabei ist die von ihr gelebte Geschlechterordnung ein zentrales Narrativ. Dieses Resultat deckt sich mit der Fernsehanalyse von Hafez und Richter (2007), die im vorherigen Kapitel 3 diskutiert wurde. Die Untersuchung – ohne spezifischen Genderfokus – legt ebenfalls dar, dass Berichte über Frauen im Islam stets in einem gesellschaftspolitischen, kritischen Kontext aufbereitet sind. Über einen Zeitraum von 18 Monaten wurden 37 informationsorientierte Magazine in *ARD* und *ZDF* mit Blick auf die Thematisierungsanlässe des Islams untersucht. Nur in vier Prozent der Beiträge über den Islam tauchen Frauen als handlungsrelevante Akteurinnen auf. Die Handlungsrollen, welche den muslimischen Frauen dabei zukommen, sind extrem eingeschränkt. Denn diese Beiträge erzählen entweder von der Emanzipation der Frauen vom Islam oder sie machen die Unterdrückung der Frau durch den Islam zu ihrem Gegenstand (Hafez/Richter 2007: 3). Was Hafez und Richter auf einer repräsentativen Ebene zeigen, macht Paulus (2007a) mit Hilfe einer Diskursanalyse am Beispiel von Fernsehdokumentationen über Muslime des öffentlich-rechtlichen Rundfunks von 2000 bis 2006<sup>18</sup> noch deutlicher. Sie weist zunächst daraufhin, dass in der aktuellen Fernsehberichterstattung über Musliminnen und Muslime in Deutschland eine Pluralisierung der Rollen muslimischer Frauen stattgefunden hat, die nun auch als Schülerinnen, Ärztinnen, Moderatorinnen, Hausfrauen und Mütter, Büroangestellte, gläubige und säkuläre Musliminnen zu sehen sind. Doch diese grundsätzlich vielfältigen Darstellungsweisen kommen dennoch nicht ohne den impliziten Bezugspunkt der verschleierte Frau aus. Für Paulus (2007a: o. S.) gilt: „In diesem Motiv [der kopftuchtragenden Muslima, Anm. d. Autorin] verdichtet sich die Gegenüberstellung von Moderne und Traditionalismus, die als ein alles durchdringender Gegensatz die medialen Darstellungen von Muslimen insgesamt prägt.“ Da die vervielfältigten Rollen weiterhin als Abweichungen inszeniert und vom Publikum erkannt werden, sieht Paulus hier kein Ausbrechen aus den Stereotypen, sondern sie bewertet dies als Bestärkung und Rückversicherung einer „modernen, emanzipierten, fortschrittlichen und überlegenen deutschen Gesellschaft“ (ebd.). In Paulus' Materialkorpus sind keine Bilder von Musliminnen auszumachen, die ohne Referenz auf Themen wie Unterdrückung und patriarchale Gewalt auskommen. Sie schlussfolgert: „Aus der Perspektive der Mehrheitsgesellschaft ist eine Muslima außerhalb des thematischen Bezugs [von Gewalt und Unterdrückung, Anm. d. Autorin] weder denk- noch sichtbar.“ (ebd.).

#### 4.5 Ausblick: Forschungsdesiderate für das Forschungsfeld „Migrantinnen in den Medien“

Die Darstellung von Migrantinnen in den deutschen Massenmedien ist bis zum Ende des Jahres 2008 nur punktuell beforscht worden. Einzelne Medien dominieren das Feld. Das wöchentliche Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* wird am häufigsten einer wissenschaftlichen Untersuchung unterzogen. Huhnke begründet dies so: „Kein anderes Blatt in der Bundesrepublik [pflegt] so ausführlich und intensiv xenophobe Vorstellungen wie *Der Spiegel*“ (Huhnke 1996: 123). Die Zusammenschau der Ergebnisse aus den einzelnen Studien zur Berichterstattung über Migration im *Spiegel* zeigt, dass Huhnkes Urteil von einigen ForscherInnen geteilt wird. Dabei überwiegen jedoch qualitative Fallstudien, nur Röders Arbeit legt systematisch gewonnenes Material zu Grunde. Allerdings kann zum gegenwärtigen Zeitpunkt immer noch keine valide Aussage darüber getroffen werden, ob der *Spiegel* tatsächlich in den kritisierten rassistischen und sexistischen Tendenzen einen Extremfall in der deutschen Berichterstattung darstellt. Auf dem Gebiet der Printzeugnisse fehlen nach wie vor systematische Studien, die auch die tagesaktuelle Presse mit einbeziehen. Es können noch keine empirischen Evidenzen über die Repräsentation von Ethnizität und Geschlecht in den überregionalen Qualitätszeitungen, den regionalen und lokalen Zeitungen oder den Boulevard-Printmedien verzeichnet werden. Auch beispielsweise Frauenzeitschriften oder andere Publikumszeitschriften sind bis zum heutigen Zeitpunkt weitestgehend unerforscht mit Blick auf die Thematisierung der Lebenswelten von Migrantinnen.

Des Weiteren mangelt es an systematischer Material-sichtung. Es fehlt an repräsentativen Untersuchungen. Nur wenige Studien zeichnen sich durch eine konsequente Betrachtung des Gesamtmaterials aus, auf dessen Grundlage sie eine systematische Auswahl der Analyseeinheiten treffen. Dies zeigt sich auch darin, dass das analysierte Medienmaterial unzureichend charakterisiert wird. Damit lassen sich die Ergebnisse nur begrenzt generalisieren und einige Studien kommen aufgrund ihrer eklektisch gesammelten Medienbeispiele über einen Singularitätsanspruch nicht hinaus. Da die Einzelfallanalysen jedoch Strukturen und Tendenzen sichtbar machen, die für das Forschungsfeld wichtig sind, wäre hier eine größere Systematik wünschenswert.

Positiv anzumerken ist dagegen die hohe theoretische Reflexion zahlreicher Arbeiten. Mit diskursanalytischen Ansätzen gelingt es, die Verschränkungen von Sexismus und Rassismus in der medialen Verhandlung des Einwanderungsdiskurses sichtbar zu machen.

<sup>18</sup> Nähere Angaben zu Auswahl und Materialkorpus macht die Autorin bedauerlicherweise nicht.

Auch dem Zusammenspiel von visueller und sprachlicher Darstellung in der journalistischen Berichterstattung kann mit dieser Forschungsmethode Rechnung getragen werden. Wünschenswert wäre es folglich, diese theoretisch reflektierten, qualitativen Analysen um standardisierte Arbeiten auf breiterer empirischer Materialbasis zu ergänzen.

Bei der näheren Methodenprüfung einzelner Studien ist außerdem deutlich geworden, dass geschlechterbewusste Sprache, das heißt Formulierungen wie „AusländerInnen“ oder „Kurd(inn)en“, nicht automatisch auch für eine geschlechterbewusste Forschung steht. Oft handelt es sich dabei lediglich um die Formulierung einer Überschrift, die sich jedoch nicht auf die konsequente Berücksichtigung der Kategorien Gender und Ethnizität niederschlägt (so geschehen z.B. bei Weimer/Galliker 2004; Butterwegge/Hentges 2004; auch bei Bobber et al. 1996).

Im Forschungsfeld „Migrantinnen in den Medien“ sind außerdem systematische Studien zu Fernsehen, Radio und im Internet erforderlich. Der Mangel an Fernsehanalysen begründet sich in der Komplexität des audiovisuellen Materials, das sowohl in der Archivierung als auch in der Auswertung große zeitliche und finanzielle Ressourcen beansprucht (vgl. Ruhrmann 2007). Da das Fernsehen jedoch einen großen Anteil der bundesdeutschen Mediennutzung ausmacht, sind Studien über die Darstellung von Migrantinnen in Fernsehformaten ein zentrales Desiderat. Das Internet mit seinen zahlreichen Möglichkeiten der Interaktion könnte ein neues Forschungsgebiet ergeben, auf dem mehr eigenverantwortliche Bilder und Darstellungsweisen der Migrantinnen zum Tragen kommen. Auch dies gilt es noch zu untersuchen. Für die Analysen aller Medieninhalte wäre eine Herangehensweise wünschenswert, die den wissenschaftlichen Blick für das ganze Spektrum der journalistischen Berichterstattung über die verschiedenen Lebensweisen von Frauen mit Migrationshintergrund in Deutschland öffnet. Es ist zu überprüfen, ob in den letzten Jahren auch neue mediale Repräsentationsformen von Migrantinnen gefunden wurden. Neumann (2002) weist beispielsweise auf zahlreiche Moderatorinnen und Fernsehsprecherinnen mit Migrationshintergrund hin. Zusätzlich zur Politikberichterstattung sollte auch den journalistischen Feldern Sport, Kultur und Wirtschaft erhöhte Aufmerksamkeit geschenkt werden. Unterhaltungsorientierte und fiktionale Fernsehformate stellen zudem ein weiteres Feld dar, in dem die Relevanz von Migration und Geschlecht für die Gesellschaft verhandelt wird. Eine Serie wie „Türkisch für Anfänger“ (WDR) zeigt beispielsweise wie jenseits journalistischer Berichterstattung dem Thema mediale Aufmerksamkeit geschenkt wird.

Neben der Medieninhaltsforschung ist es jedoch auch zentral, die Rezipierenden der Medien zu erforschen. Es liegen bislang keine Rezeptionsstudien vor, die die Kategorien Gender und Ethnizität in ihre Analyseperspektive integrieren würden. Aus der kulturorientierten Rezeptionsforschung ist bekannt, dass auch Medienaneignung geschlechtsgebunden funktioniert und deshalb ebenfalls im Bewusstsein eines *doing gender* untersucht werden muss (vgl. Klaus 2005). Auf diesem Forschungsfeld wären folglich Untersuchungen erforderlich, die die Dimensionen des *doing gender* und des *doing ethnicity* im Medienhandeln gemeinsam analysieren. Es wäre zentral, in Erfahrung zu bringen, wie einerseits die Migrantinnen selbst die medialen Darstellungen aufnehmen und andererseits zu untersuchen, wie Personen deutscher Herkunft die medial verbreiteten Bilder von Migrantinnen in ihr Bewusstsein und Wissen über Menschen mit Migrationshintergrund integrieren. So benennt Ruhrmann (2007: o. S.) das Forschungsdefizit: „Auch sind die Nutzung und Rezeption sowie die Wirkung der MigrantInnenberichterstattung für die MigrantInnen selbst [...] nicht berücksichtigt worden. Unklar ist also bisher, wie die Berichterstattung bei den MigrantInnen ankommt.“ Ein thesenhaft formulierter Essay, den das Zentrum für Islamische Frauenforschung und Frauenförderung (ZIF) im Jahre 2001 veröffentlicht hat, macht deutlich, dass es mehr wissenschaftlicher Absicherung bedarf, um zu verstehen, wie die medial verbreiteten Darstellungsweisen von Frauen muslimischer – aber auch jeder anderen – Zugehörigkeit von den einzelnen Frauen selbst aufgefasst werden. Die erste These macht auf eventuelle Risiken durch die momentane Darstellung von Migrantinnen aufmerksam, sie sei hier abschließend zitiert: „Die mit Klischee belastete, undifferenzierte Darstellung der Muslima in den Medien behindert die islamischen Frauen und Mädchen in ihrer Bereitschaft und ihren Möglichkeiten, über eigene Traditionen, Motive und Haltungen kritisch zu reflektieren.“

Im folgenden Kapitel 5 werden exemplarisch besonders relevante empirische Befunde aus der internationalen Forschungsliteratur präsentiert und diskutiert. Daneben sollen auch einige wichtige theoretische und methodische Erkenntnisse der Kommunikationswissenschaft außerhalb Deutschlands in Betracht gezogen werden. Mit einem Blick auf die internationale Forschung über die Darstellung von Migrantinnen können einerseits zusätzliche Erkenntnisse gewonnen werden und andererseits werden neue Forschungsfragen ersichtlich, die sich in Zukunft auch der deutschen Kommunikationswissenschaft stellen werden.

## 5. Internationale Perspektiven

### 5.1 Tendenzen der internationalen Forschung

Die Auseinandersetzung der internationalen, englischsprachigen Kommunikationswissenschaft mit dem Thema „Migrantinnen in den Medien“ ist vielfältig. Es wird ersichtlich, dass die Entstehung der einzelnen Studien mit einem gesellschaftspolitischen Bewusstsein zusammenhängt. So liegen beispielsweise seit den Zeiten der Bürgerrechtsbewegung in den USA der 1960er Jahre Arbeiten vor, die sich mit dem Bild der Afro-Amerikanerinnen in den Medien beschäftigen (Wilson et al. 2003: 191). Etwas zeitlich verzögert wird in den USA zu der Repräsentation von Frauen asiatischer und südamerikanischer Herkunft geforscht (ebd.). In Kanada wird unter anderem auch der nationalpolitisch wichtigen Frage nach der visuellen Darstellung der nativen Bevölkerung des Landes in den Medien nachgegangen (Jiwani 1998). Außerdem ist als wenig überraschend zu bemerken, dass in den Einwanderungsländern USA und Kanada und auch in den westeuropäischen Ländern wie den Niederlanden, Schweden oder England verstärkte Forschungsaktivitäten zur Darstellung von Migration (und ihren unterschiedlichen Facetten) auf dem kommunikationswissenschaftlichen Gebiet zu verzeichnen sind. Betrachtet man die internationale, wissenschaftliche Literatur zur Darstellung von Migrantinnen wird folglich vor allem die Kontextgebundenheit der Fragestellung deutlich. Die unterschiedlichen globalen Migrationsbewegungen der letzten Jahrzehnte führen zu ganz unterschiedlichen „Migrantinnen“ in unterschiedlichen Ländern der Erde. Ein Bild hat jedoch eine globale wissenschaftliche Debatte ausgelöst: das der „verschleierte Frau.“ In den letzten zehn Jahren haben die spezifischen medialen Repräsentationsformen von muslimischen Frauen weltweit zahlreiche Studien von verschiedener theoretischer und methodischer Herangehensweise hervorgebracht. Hier seien nur einige genannt, um das weite Panorama anzudeuten. Drei AutorInnen aus Schweden (Reimers 2007), Kanada (Korteweg 2008) und den USA (Eltantawy 2007) liefern Diskursanalysen zur Zeitungsberichterstattung über Musliminnen. Bloul (1996) und Macmaster und Lewis (1998) nehmen kulturwissenschaftliche Analysen vor und beleuchten so die impliziten Bedeutungen des muslimischen Schleiers für Frankreich und die okzidentale Werteordnung. Die AutorInnen Coene und Longman (2008) diskutieren die belgische öffentliche Debatte zum muslimischen Kopftuch. Prins und Saharso (2008) fragen schließlich auf einer Metaebene, welche gesellschaftspolitischen Konsequenzen die intensiv geführte mediale Debatte über muslimische Migrantinnen in den

Niederlanden haben wird. Für die Länder des globalen Westens gilt die muslimische Frau als Sinnbild des „Anderen“. Die verschiedenen Analysen betonen immer wieder die konfrontative Gegenüberstellung der westlich-säkularisierten und der islamisch-religiösen Lebensweise, die in der bedeckten Frau verkörpert wird. Die britischen ForscherInnen Khiabany und Williamson (2008: 69) resümieren: „The context in which the current ‚debate‘ about Muslim women and the veil is taking place, in Britain and elsewhere in Europe, is that of the new orthodoxy, the ‚clash of civilisations‘. This attempts to explain much of the world’s political turmoil in terms of a clash between the (‚secular modern‘) West and the (‚traditionalist religion‘) Islam.“ Da sich auch die deutsche Kommunikationsforschung auf die Darstellung der muslimischen Frauen konzentriert hat und dabei zu sehr vergleichbaren Ergebnissen gekommen ist wie die internationale Forschung, sollen hier nun auch andere Ergebnisse diskutiert werden.

Im Folgenden werden die wichtigsten empirischen Ergebnisse aus der internationalen Forschung präsentiert, die auch in Bezug auf die Erkenntnisse des deutschen Forschungsstandes als neu und wegweisend gesehen werden können. Bedeutsam ist hier im ersten Schritt eine repräsentative, europäisch vergleichende Studie von ter Wal (2004), die einen allgemeinen Überblick liefert. Im Anschluss sind vor allem Einzelanalysen interessant. Wie im deutschen Forschungsfeld dominieren auch in der internationalen Forschung Arbeiten zu Printmedien. Weiter diskutiert werden hier im Folgenden US-amerikanische und britische Studien zur medialen Repräsentation von schwarzen Frauen in ausgewählten Zeitschriften bzw. Tageszeitungen (Woodard/Mastin 2005; Meyers 2004). Detailliertere Befunde liegen auch zur Darstellung von Migrantinnen aus latein-amerikanischen Ländern vor (Molina Guzman 2004). Zudem wird hier weitergehend eingegangen auf Forschung zur Repräsentation von Musliminnen in Boulevardmedien (Khiabany/Williamson 2008; Meer 2006). Zum Abschluss sollen schlaglichtartig einige Ergebnisse aus zwei qualitativen Rezeptionsstudien mit weiblichen, muslimischen Migrantinnen präsentiert werden, die in Großbritannien (Rizvi 2007) und Kanada (Bullock/Jafri 2000) durchgeführt wurden. Darin reflektieren die Frauen über ihr Selbst- und Fremdbild, das sie im Lichte ihrer globalisierten Mediennutzung und ihrer medialen Repräsentation entwerfen.

Repräsentative Studien, welche die Darstellung von Migrantinnen und/oder Migranten in unterschiedlichen Ländern vergleichend betrachten, sind bislang nicht bekannt. Dies lässt sich sicher mit dem großen Forschungsaufwand begründen, den kontextbewusste, komparative Studien nach sich ziehen.

Es liegt jedoch mit *The European Day of Media Monitoring* (ter Wal 2004) eine quantitative Erhebung vor, die auf einer gesamteuropäischen Ebene<sup>19</sup> die mediale Thematisierung von Ethnizität untersucht. An einem festgelegten Tag ist dazu ein repräsentatives Sample der nationalen Zeitungen und Fernsehsender aller Länder Europas zusammengestellt worden. Es sind daraus alle Artikel und Sendebeiträge erhoben worden, die Themen mit Bezug zu Ethnizität behandeln. Als Vergleichsgröße sind daneben auch alle weiteren Inlandsnachrichten<sup>20</sup> gesammelt und in Relation gesetzt worden. Die Studie legt dabei zwar keinen speziellen Fokus auf die Verschränkungen von Ethnizität und Geschlecht, durch ihre gesamteuropäische Perspektive liefert sie aber dennoch einige interessante Befunde. Auf der erhobenen Grundlage von insgesamt ungefähr 3000 Nachrichtenbeiträgen zeichnen sich in der gesamteuropäischen Berichterstattung ähnliche Tendenzen ab wie in der deutschen (Kapitel 3 und 4). 11 Prozent aller Nachrichtenbeiträge fallen auf Themen mit ethnischem Bezug (ebd.: 3). Dabei wurde eine frappant weite Spannbreite zwischen negativer und positiver Konnotation ersichtlich. Einerseits berichten die gesamteuropäischen Medien über Ethnizität vor allem im Zusammenhang mit innenpolitischen Themen (23 Prozent) und mit Kriminalität (12 Prozent) (ebd.: 5/6). Die Kriminalitätsberichterstattung mit ethnisch markierten Beteiligten ist sogar überrepräsentiert im Vergleich zu der Kriminalitätsberichterstattung ohne ethnische Kennzeichnung (ebd.: 21). Auch in den deutschen Medien werden Migranten und Migrantinnen dominant im Kontext innenpolitischer Debatten thematisiert oder aber mit Straftaten in Verbindung gesetzt. Neben dieser tendenziell negativen Thematisierung werden Akteurinnen und Akteure mit Migrationshintergrund auf einer gesamteuropäischen Ebene jedoch andererseits auch verstärkt als prominente und erfolgreiche Personen zum Thema einer positiven Berichterstattung (ebd.: 4). Medial unterrepräsentiert sind Menschen mit ethnisch sichtbarer Zugehörigkeit in einer Rolle als politisch handelnde Subjekte (22,4 Prozent aller Dargestellten in politischen Handlungsrollen, ebd.: 26). Daneben zeigt diese Studie, dass Artikel und Sendebeiträge, die über Themen mit sowohl ethnischem als auch mit spezifischem Bezug zu Frauen berichten, in der gesamteuropäischen Berichterstattung eine verschwindend geringe Prozentzahl ausmachen. Nur 0,5 Prozent der Gesamtberichterstattung machen Artikel und Sendebeiträge aus, die Gender und Ethnizität explizit verknüpfen. Diese geringe Anzahl könnte dadurch relativiert werden, dass die besagten Nachrichtenbeiträge oft gerade an zentraler Stelle innerhalb des jeweiligen Mediums – etwa auf der Titelseite einer Zeitung – erscheinen (ebd.: 16). Dies würde auf eine gewisse Wichtigkeit hindeuten, die die europäischen Medien dem jeweiligen Thema über Frauen mit

Migrationshintergrund beimessen. Doch kann dies auch als Zeichen einer schlaglichtartigen Berichterstattung gedeutet werden, die den weiblichen Anteil an Menschen mit Migrationshintergrund in der EU-Bevölkerung noch lange nicht in der Form selbstverständlicher Akteurinnen der Nachrichten realisiert hat. Die repräsentative Fernseh- und Zeitungsstudie aller 15 „alten“ EU-Staaten gibt erstmalig Auskunft über die mediale Repräsentation von Ethnizität in den Einwanderungsländern Westeuropas. Mit diesen (und weiteren wünschenswerten) Daten auf europäischem Niveau kann untersucht werden, ob sich die Vielfalt der Bevölkerungsgruppen innerhalb der EU auch in ihren Massenmedien wieder finden lässt. Wie auch auf der nationalen Ebene in Deutschland postuliert die Studie die medienpolitische Forderung, dass alle Ethnien ihrer proportionalen Einwohneranzahl gemäß medial repräsentiert werden sollten.

## 5.2 Die mediale Darstellung von „schwarzen Frauen“

Bereits seit den 1960er Jahren wird von den US-amerikanischen Medien gefordert, die „visible minorities“ des Landes auch auf dem Fernsehbildschirm, den Zeitungen und im Radio proportional zu der Gesamtbevölkerung in Erscheinung zu bringen. Meyers (2004: 195) bemängelt in den Untersuchungen zur Darstellung der afro-amerikanischen Bevölkerung in den Medien jedoch eine immer noch anhaltende Vernachlässigung der Kategorie Geschlecht. Im Sinne einer gendersensiblen Darstellung kritisieren auch Wilson et al. (2003: 214) noch in den 1990er Jahren die stereotype Darstellung von schwarzen Frauen in den Nachrichten. Diese erschienen den Autoren zufolge nach wie vor unverhältnismäßig oft in der Rolle des Opfers von Vergewaltigungen. Interessant ist hier ein Vergleich, den Wilson et al. ausmachen. Die Nachrichtennarration sehe die weiße Frau als „jungfräuliches Opfer“ (ebd.), wenn ihr eine Vergewaltigung durch einen schwarzen Mann angetan würde. Die schwarze Frau hingegen, die in den Medien erscheint und von einem weißen Mann vergewaltigt wurde, würde eher als sexuell provokant gekleidet und mit aufreizendem Verhalten (ebd.) dargestellt. Es entsteht folglich durch die medialen Deutungen eine Hierarchie zwischen den einzelnen Akteurinnen und Akteuren, die sich aus der geschlechtlichen und ethnischen Zugehörigkeit ableitet. Woodard und Mastin (2005) weisen in der Untersuchung einer Frauenzeitschrift auf die häufigsten Stereotype hin, mittels welcher afro-amerikanische Frauen in den amerikanischen Medien Darstellung finden.<sup>21</sup> Anhand dieser stereotypen Rollen von Frauen mit schwarzer Hautfarbe wird vor allen Dingen auch ersichtlich, wie sehr sie einerseits durch die diskursive Verquickung der

<sup>19</sup> Zu dem Zeitpunkt der Erhebung handelt es sich um das Europa der 15 Staaten.

<sup>20</sup> Ausgenommen sind der Sportteil, der Finanzmarkt und die Sonderbeilagen.

<sup>21</sup> Sie berufen sich auf die im Bereich der Stereotypenforschung viel beachtete Arbeit von Hill Collins (1990/2000).

Kategorien Geschlecht, Ethnizität und Klasse entstehen und daneben auch immer zentraler Bestandteil eines historisch gewachsenen Kontextes sind. Die Frauen erscheinen als „mammy“, „matriarch“, „welfare mother“ oder „sexual siren“ (ebd.: 264). „Mammy“ meint die Rolle der loyalen Hausdienerin, die für die weiße Familie aufopferungsvoll arbeitet (ebd.: 271), eine Bezeichnung, die auf die Geschichte der Versklavung von afrikanischen Menschen in (Nord)Amerika verweist. Das Stereotyp Matriarchin sieht die schwarze Frau als starke Matrone, die arbeitet und gleichzeitig ihre Familie managt (ebd.: 271). Auch das dritte Stereotyp entwirft die schwarze Amerikanerin in einer mütterlichen Rolle, nämlich als alleinerziehende Frau, die durch ihre große Kinderzahl hohe Sozialleistungen erhält und die Familie davon ernährt (ebd.: 237). Neben diesen Bildern erscheint das Image der übersexualisierten, schwarzen Sirene als einziges ohne fürsorgliche Zuschreibungen. Diese Repräsentation sieht die Afro-Amerikanerin als promiskuitiv und damit bedrohlich. Hier wird die Frau als sexlustiges, unkontrollierbares Biest entworfen (ebd.: 272). Sowohl das Image schwarzer Frauen als „fruchtbar und gebärfreudig“ als auch als „sexuell überaktiv“ sind Bilder, die mit den hierarchischen Strukturen von Weiß und Schwarz seit den Zeiten der Sklaverei kolportiert werden, wie die Autorinnen schreiben (ebd.: 272 f.). Ausgehend von diesen Frauenrollen untersucht die empirische Studie mit einer quantitativen Erhebung das Potential der Frauenzeitschrift *Essence*, diese stereotypen Raster in der medialen Darstellung von Frauen schwarzer Hautfarbe zu durchbrechen. Bei der Zeitschrift handelt es sich um eine in den USA weit verbreitete Publikation, die überwiegend von schwarzen Frauen geschrieben wird und sich explizit an schwarze Leserinnen richtet.<sup>22</sup> Wie die Analyse ergibt, kommt die Rolle der „mammy“ in der Zeitschrift faktisch nicht mehr vor, während das Image der „welfare mother“ deutlich abgelehnt und kritisiert wird (ebd.: 277). In Varianten des sexualisierten Biests oder der Matriarchin werden die Frauen jedoch auch hier weiterhin häufig dargestellt (ebd.: 276). Die Autorinnen sehen den Grund dafür in der Marktorientierung des Blattes. Da es seine Leserinnen als berufstätige, ehrgeizige und um ihr Aussehen bemühte Frauen anspricht, gehörten diese zwei Rollenentwürfe schwarzer Frauen weiterhin in das Repertoire der Darstellung (ebd.: 280).

Meyers (2004) geht in ihrer Arbeit der intersektionalen Verknüpfung von Klasse, Hautfarbe und Geschlecht in der Zeitungsberichterstattung über crackabhängige Afro-Amerikanerinnen in Atlanta nach. Am Beispiel dieser sozial ausgeschlossenen Frauen wird erkennbar, wie sehr der diskursiv verhandelte, gesellschaftliche Wert einer afro-amerikanischen Frau an die positive Erfüllung ihrer Mutterrolle geknüpft ist (ebd.: 196).

Mit Hilfe einer Narrationsanalyse zeigt Meyers, dass das Ideal „Muttersein“ der journalistischen Erzählung als Referenzpunkt dient, die drogenabhängigen Frauen zu bewerten und zu kritisieren. Fordert der Medientext Hilfe für diese Frauen ein, dann nur um ihren Kindern Fürsorge zukommen zu lassen, nicht um ihre individuelle Lebenssituation zu verbessern (ebd.: 211). Ethnizität und Geschlecht werden damit durch mediale Repräsentationen zu essentiellen Charakteristika gemacht. Es wird deutlich, wie der weiblichen, afro-amerikanischen Bevölkerungsgruppe, deren Vorfahren vor Jahrhunderten verschleppt wurden, in ihrem Heimatland auch heute noch das Stigma der Unterwerfung durch die Sklaverei anhängt. Die Stereotype über afro-amerikanische Frauen haben durch die massenmediale Verbreitung aber ebenso eine globale Deutungsmacht und werden auch außerhalb Nordamerikas wirksam.

### 5.3 Die mediale Darstellung von lateinamerikanischen Frauen

Frauen lateinamerikanischer Herkunft oder „Latinas“ werden in der US-amerikanischen medialen Darstellung nach wie vor mit zwei Stereotypen assoziiert: sie gelten als unkontrolliert emotional, leidenschaftlich und von hoher sexueller Attraktivität. Oder aber sie treten als untergeordnete Servicekräfte, Haushaltshilfen und Babysitterinnen auf (Wilson et al. 2003: 196). Dies sind bekannte Klischees, die sehr verallgemeinernd für eine große und heterogene Gruppe von Frauen angewandt werden. Ihre geografische Herkunft liegt in verschiedenen Ländern, die zum Teil Tausende von Kilometern von einander entfernt sind. Sie reisen von Mexiko, Puerto Rico, Argentinien oder Kuba aus in die USA ein. Einerseits ist der „westliche Blick“ auf diese Gruppe von Frauen undifferenziert und gesteht ihnen nur eingeschränkt handlungstragende Rollen zu. Andererseits wird innerhalb der Gruppe anhand der Schattierungen der Hautfarbe sehr nuanciert Status und Macht unterschieden. Molina Guzman (2004) weist am Beispiel der Nachrichten über eine Gruppe von Flüchtlingen aus Kuba nach, wie fein hier die Grenzen gezogen werden, um zwischen den hellhäutigen und dunkelhäutigen Personen zu unterscheiden. Die hellhäutigen Flüchtlingsfrauen werden mit der bestehenden Mittel- und Oberschicht der Kuba-AmerikanerInnen in Florida assoziiert – eine Gruppe von Castro-GegnerInnen, die in dem Bundesstaat großes Ansehen genießt (ebd.: 13). Frauen mit dunklerer Hautfarbe, die beispielsweise afro-kubanischer oder karibischer Herkunft sein könnten, erscheinen in der Berichterstattung jedoch als Bedrohung. Wie MigrantInnen aus Mexiko oder Puerto Rico werden sie in den Nachrichten mit Armut und Kriminalität in Verbindung gebracht (ebd.: 5).

<sup>22</sup> 69,3 Prozent der weiblichen afro-amerikanischen Bevölkerung im Alter von 18 bis 49 Jahren werden von *Essence* erreicht (ebd.: 266).

Die Partizipation an der Gesellschaft oder die Ausschlossenheit von deren Ressourcen werden hier medial entlang der Nähe oder der Abweichung von der „weißen Norm“ hergestellt. An diesem Beispiel wird deutlich, in welchem Maße mit und durch Medien gesellschaftliche Identität als Zugehörigkeit und als Abgrenzung vom „Anderen“ hergestellt wird.

#### 5.4 Die mediale Darstellung von Musliminnen

Die aktuellen internationalen Studien über die Darstellung der Gruppe von muslimischen Frauen in den Nachrichten decken sich in den meisten Erkenntnissen mit den Arbeiten, die aus der deutschen Forschung in Kapitel 4 präsentiert wurden. Sie werden im aktuellen Medientext als passive Opfer eines patriarchal-religiösen Systems inszeniert, die sich erst dann emanzipiert haben und als der westlichen Gesellschaft zugehörig anerkannt werden, wenn sie ihr Kopftuch ablegen. Ergänzend sollen knapp die Ergebnisse einer Studie präsentiert werden, welche sich mit der spezifischen medialen Diskussion über den muslimischen Schleier in der britischen Boulevard-Zeitung *Sun* beschäftigt. Die AutorInnen machen in der Tageszeitung eine dominante Narration aus, die den Schleier als ein Zeichen der Verweigerung des „our way of life“ aus der Sicht der Mehrheitsbevölkerung Englands sieht und darin den Verfall des spezifisch „british way of life“ zu erkennen meint (Khiabany/Williamson 2008: 71). In Zusammenhang damit lanciert das nationalkonservative Medium einen weiteren Erzählstrang, der die britische Mehrheitsgesellschaft dem Multikulturalismus gegenüber als übertrieben tolerant einschätzt. Hier sehe die Zeitung den Weg für eine „Tyrannei der Minderheit“ (ebd.) freigemacht. Die Autoren zeigen, dass die Kopftuch tragenden Frauen damit von der *Sun* nicht mehr vorrangig als Opfer einer fremden Kultur und Religion dargestellt werden, sondern sie werden zusehends selbst zu Agentinnen der Bedrohung stilisiert (ebd.). Die Dimension der Ängstigung bei der Interpretation des Schleiers ist auch in den deutschen Medien analysiert worden (vgl. Farrokhzad 2002). Bei der *Sun* ist es jedoch zusätzlich die boulevardeske Präsentations- und Schreibweise des Mediums, die durch die Darstellung der muslimischen Bekleidung auch Assoziationen zu Terrorismus und Fundamentalismus forciert. Die Autoren machen sichtbar, wie durch die autoritäre Rhetorik des Presseorgans, die aus allen Artikeln wie mit einer Stimme spricht, eine homogene Meinung produziert wird. Dieser Tenor des Blattes liefert einen, als allgemeingültig konstruierten, interpretativen Rahmen, der „den Islam“ und „die Muslima“ zu Feinden des britischen Wertesystems erklärt (ebd.: 72).

Dass diese Rhetorik jedoch nicht nur in einer Boulevard-Zeitung zu finden ist, wird anhand einer Medienanalyse der britischen Qualitätspresse ersichtlich (Meer 2006). Die Autorin beschäftigt sich hier mit der Deutungshoheit, die als „intellektuelle Persönlichkeiten“ auftretende Journalisten und Journalistinnen in den britischen Qualitätszeitungen zugesprochen bekommen. Kraft ihrer Autorität als ausgewiesene Spezialisten und dank des ihnen eröffneten medialen Raumes entstehen hier subjektive, meinungsorientierte Erzählformen, die sich in die redaktionellen Linien der jeweiligen Zeitung einfügen (ebd.: 36). Mit ungleich größerem argumentativen Aufwand wird auch in diesen Artikeln die verschleierte, muslimische Frau Teil der antagonistischen Verhandlung von säkular-westlichen gegenüber religiös-traditionellen Weltentwürfen. Sichtbar wird daran die symbolische Relevanz, die die Medienberichterstattung über muslimische Migrantinnen genre- und gattungsübergreifend gewonnen hat.

#### 5.5 Die Medienrezeption von Migrantinnen

Auch in der internationalen Forschung ist die Auseinandersetzung mit der Medienrezeption von Migrantinnen ein nur spärlich bearbeitetes Feld. Vier 1998 in Kanada durchgeführte Fokusgruppendifkussionen mit 25 muslimischen Frauen hatten die mediale Repräsentation von Musliminnen und dem Islam zum Thema. Auch in den kanadischen Massenmedien erscheinen muslimische Frauen in dem bereits weiter oben referierten Repertoire an stereotypen Rollen, auf das auch die US-amerikanischen und westeuropäischen Medien zurückgreifen (vgl. Bullock/Jafri 2000). Die Diskussionsrunden ergaben, dass die betroffenen Frauen selbst die kanadische Berichterstattung über Musliminnen und den Islam sowohl als „grob vereinfachend“ und „verfälschend“ als auch als „sensationslustig“ und „gewaltfixiert“ bewerteten (ebd.: 37). Diese tendenziell negativen Nachrichten über einen Teil ihres kulturellen Hintergrundes führten bei den meisten von ihnen jedoch zu keiner verstärkten Kritik an oder einer Abkehr von den kanadischen Medienangeboten, sondern zu einer intensiven, persönlichen Auseinandersetzung mit dem muslimischen Glauben (ebd.: 39). Eine aktuellere Rezeptionsstudie mittels Fokusgruppengesprächen mit muslimisch gläubigen Frauen liegt aus England vor (Rizvi 2007). Diese setzt die Mediennutzung der 27 interviewten Frauen mit ihrem Selbstbild als Musliminnen in Verbindung. Die Diskussion thematisierte dabei sowohl die Berichterstattung über die Attentate des 11. Septembers 2001 in New York und Washington als auch die mediale Begleitung der Anschläge vom 7. Juli 2005 in London. Die Frauen berichteten übergreifend von ihrer intensiven Nutzung von Nachrichtenmedien zu Zeiten der verstärkten Berichterstattung

über Ereignisse mit muslimischen Akteurinnen und Akteuren (ebd.: 329). Die britischen Massenmedien waren dabei für sie wichtige Informationsquellen, an deren Glaubwürdigkeit aufgrund ihrer „einseitigen“ (ebd.: 330) Berichterstattung über die Themen des Islams jedoch von den befragten Frauen stark gezweifelt wird. Deshalb war für die meisten Frauen die ergänzende Mediennutzung von Fernsehsendern ihres Heimatlandes ebenso wichtig wie die von islamischen Zeitungen und Rundfunksendern. Im Lichte der Attentate in London und der „emotionalisierten“ (ebd.) Berichterstattung mehrten sich bei den Frauen die Zeichen der Unsicherheit, wie sie in ihrer Heimat Großbritannien akzeptiert sind und weiterhin leben können. Einige Befragte berichteten von rassistischen Beleidigungen und von Überlegungen, in ihr Herkunftsland zurückzuziehen (ebd.: 338).

Beide Studien zeigen die Komplexität von persönlicher und gruppenbezogener Identitätsbildung im Kontext der modernen Mediengesellschaft. Die interviewten Frauen treten über die Medientexte, die auch ihre kulturelle Identität betreffen, in eine intensive Auseinandersetzung mit der Gesellschaft, in der sie jetzt leben. In der britischen Diskussionsgruppe hat ebenso wie bei den kanadischen Diskussionsteilnehmerinnen die als negativ wahrgenommene Medienberichterstattung über muslimische Themen zu einer genaueren Beschäftigung mit dem Islam und seinen Glaubenspraktiken geführt. Um dabei ein konstruktives Selbstbild des kulturellen und religiösen Referenzrahmens aufrechterhalten zu können, greifen die Frauen auch auf Informationsangebote ihres Herkunftslandes zurück. Hier wird sichtbar, dass in einer globalisierten Mediengesellschaft die parallele und komplementäre Nutzung von Medien des Herkunfts- wie des Aufenthaltslandes zum Alltag von MigrantInnen gehört. Nur in einer vielfältigen, differenzierten und Stereotype vermeidenden Berichterstattung über Migration und Migrantinnen wird die Chance ergriffen, mittels Medien Auseinandersetzungen um gesellschaftliche Zugehörigkeit offen zu führen.

## 6. Ausblick: Weiterer Forschungsbedarf im Themenfeld „Migrantinnen in den Medien“

Für die Untersuchung der medialen Darstellung einzelner Gruppen von Migrantinnen liefert die internationale, englischsprachige Kommunikationswissenschaft neues und zusätzliches Wissen. Mit dem Blick auf die Forschung außerhalb Deutschlands ist vor allem die weltweite Relevanz des Themas ersichtlich geworden, die mit den aktuellen globalen Migrationsbewegungen weiterhin steigen wird. Sowohl ökonomische Globalisierungsprozesse wie sich verstärkende wirtschaftliche Ungleichheit zwischen

Nord und Süd und kriegerische Auseinandersetzungen werden auch in Zukunft weltweit MigrantInnenströme verursachen. Medien übernehmen eine wesentliche Funktion, diese Prozesse sichtbar zu machen. Sie lassen sie zum gelebten Alltag werden und ermöglichen damit allen BewohnerInnen eines Landes an der öffentlichen Auseinandersetzung um die gemeinsame gesellschaftliche Identität, die einem fortlaufenden Wandel unterzogen ist, teilzuhaben.

Die hier vorgelegte Forschungsbilanz zeigt, dass sich die internationale Forschung ebenso wie die deutsche Kommunikations- und Medienwissenschaft in den letzten zehn Jahren primär durch Einzelfallanalysen mit der medialen Repräsentation von Migrantinnen befasst hat. Es fehlt bislang national wie international an systematischen Untersuchungen, die ein größeres Materialkorpus umfassen. Die elektronischen Medien Fernsehen, Hörfunk sowie Angebote im Internet erfahren im Lichte der Fragestellung weniger wissenschaftliche Aufmerksamkeit als die Printmedien. Inhaltlich wird das Forschungsfeld von Untersuchungen zu den spezifischen Darstellungsweisen muslimischer Migrantinnen in den Medien dominiert. Dabei zeigen diese Studien eindrucksvoll, in welcher Weise durch die Verknüpfung von Ethnizität und Geschlecht in der Medienberichterstattung die kulturelle Konfrontation von Okzident und Orient als Gegensatz von Moderne und Traditionalismus hergestellt wird. In diesen Analysen, die ausschließlich den „clash of civilisations“ in der medialen Darstellung von migrantischen Lebensentwürfen in den Ländern des globalen Westens sehen, wird jedoch auch eine interpretatorische Engführung ersichtlich. Die ausschließliche Markierung der Muslimin als „besondere Andere“ verstellt den Blick auf die Vielfältigkeit von Migrationsprozessen und migrantischen Lebensentwürfen soweit sie in den Medien ihren Raum finden. Es bedarf deshalb weiterer Studien, die das gesamte Spektrum von im Westen (bzw. in Deutschland) lebenden Menschen mit Migrationshintergrund und deren Repräsentationen in den Medien untersuchen. Durch die Konzentration auf die mediale Bebilderung der muslimischen Frauen ist noch nicht geklärt, ob und wie die Vielfältigkeit von MigrantInnen in den Massenmedien auftaucht. Eine offen angelegte Analyse muss deshalb die Medienberichterstattung über die in Deutschland lebende polnische Putzfrau gleichermaßen wie über die ukrainische Ärztin, die irische Spitzensportlerin, die vietnamesische Gemüsehändlerin oder die französische Studentin in den Blick nehmen. Es ist dabei zu fragen, wie diese Lebensentwürfe im medienöffentlichen Diskurs repräsentiert werden und in welcher Weise Fremdheit oder Zugehörigkeit zur deutschen Gesellschaft im Mediendiskurs hergestellt werden.

Ausgehend von den oben diskutierten Befunden ist anzunehmen, dass die mediale Repräsentation von Migrantinnen nur zu einem geringen Anteil durch Prominenz in Politik, Wirtschaft oder Sport in überregionaler Berichterstattung stattfinden dürfte. Besondere Aufmerksamkeit sollte künftige Forschung deshalb auf die Analyse lokaler und alltagsweltlicher Berichterstattung legen. Hier gilt es, hinlänglich breite empirische Basis über die vorhandene Vielfalt von Medienbildern über Migrantinnen herzustellen.

Die vorliegende Forschungssynopse hat nachhaltig sichtbar gemacht, dass es bislang kaum systematisches Wissen über die Bedeutung der zirkulierenden Medienbilder für die Migrantinnen selbst gibt. Die wenigen vorhandenen Befunde fordern umso eindringlicher eine intensivere Auseinandersetzung damit ein. Wenn Migrantinnen die existierenden Medienbilder als „einseitig“, „negativ“ oder „ausgrenzend“ wahrnehmen, so haben diese Interpretationen nachhaltige Auswirkungen auf ihre Selbstwahrnehmung als Bürgerinnen – aber auch auf die Fremdbilder, die Deutsche von Migrantinnen entwerfen. Im Zusammenspiel von Medienbild und dessen Rezeption wird gesellschaftliche Zugehörigkeit durch das Medienpublikum verhandelt. Die Nutzung deutscher oder heimat Sprachlicher Medienangebote ist dabei immer auch als Reaktion auf die in diesen Medien entworfenen Images und deren Identifikationspotenzial zu sehen. Hier wird die Bedeutung eines differenzierten und vielfältigen Darstellungsangebots in den Medien sichtbar. Diversität als Vielfältigkeit ethnischer und geschlechtsgebundener Lebensentwürfe wird so zu einem Qualitätskriterium demokratischer Medienöffentlichkeit. Nur so kann die Partizipation aller in Deutschland lebenden Bevölkerungsgruppen an gesellschaftlichen Kommunikationsprozessen möglich werden.

## 7. Literatur

- Amanuel, Saba (1996): Frauenfeind Islam? Wie die Zeitschrift *Brigitte* an Klischees weiterstrickt. In: Bärbel Röben/Cornelia Wilß (Hg.): Verwaschen und Verschwommen. Fremde Frauenwelten in den Medien. Frankfurt: Brandes & Apsel, S. 95-108.
- Bloul, Rachel A. (1996): Victims or Offenders?: ‚Other‘ Women in French Sexual Politics. *European Journal of Women's Studies* 3, S. 251-268.
- Bobber, Hans-Leo/Hirschberger, Marie-Luise/Siegel, Doris/Tscherner, Gabi/Waltz, Viktoria (1996): Untersuchung der Dortmunder Lokalberichterstattung über AusländerInnen in den *Ruhr Nachrichten*, der *Westfälischen Rundschau* und der *Westdeutschen Allgemeine Zeitung* von September 1995 bis Februar 1996. Dortmund: Verein für Internationale Freundschaften.
- Bullock, Katherine H./Jafri, Joya (2000): Media (Mis) Representations. Muslim Women in Canadian Nation. *Canadian Women Studies* 20/2, S. 35-40.
- Bulut, Claudia (2000): Von der Gastarbeiterin zur Schutzpolizistin: Das konstruierte Bild der fremden Frau im deutschen Film und Fernsehen. In: Heribert Schatz/ Christina Holtz-Bacha/Jörg-Uwe Nieland (Hg.): Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 253-264.
- Butterwegge, Christoph/Hentges, Gudrun (2004): Libanesische Kurd(inn)en im Kreuzfeuer der medialen Kritik. Über die Verantwortung und das Versagen von Journalist(inn)en. In: Bozay, Kemal (Hg.): Kurden und Medien. Ein Beitrag zur gleichberechtigten Akzeptanz und Wahrnehmung von Kurden in den Medien. Navend-Schriftenreihe 14. Bonn: Navend, S. 79–108.
- Coene, Gily/Longman, Chia (2008): Gendering the diversification of diversity. The Belgian hijab (in) question. *Ethnicities* 8, S. 302-321.
- Delgado, J[esus]. Manuel (1972): Die „Gastarbeiter“ in der Presse. Eine inhaltsanalytische Studie. Opladen: Leske.
- Dilg, Cordelia (1996): Frauen in meinen Bildern. In: Bärbel Röben/Cornelia Wilß (Hg.): Verwaschen und Verschwommen. Fremde Frauenwelten in den Medien. Frankfurt: Brandes & Apsel, S. 47-57.
- Dietze, Gabriele (2009): Okzidentalistische Bilderpolitik. Neo-Orientalismus und Migration in der visuellen Kultur. In: Margreth Lünenborg (Hg.): Politik auf dem Boulevard. Die Neuordnung der Geschlechter in der Politik der Mediengesellschaft. Bielefeld: transcript, S. 174-194.
- Dorer, Johanna/Geiger, Brigitte (2002): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- epd medien (Hg.) (2008): Draußen? Drinnen? Dazwischen? Migration und Medien: eine offene Beziehung. Dokumentation einer Fachtagung der Bundeszentrale für politische Bildung und des Adolf-Grimme-Instituts am 29./30.11.2007 im Bundespresseamt, Berlin. epd medien 6. Frankfurt: epd, 37 S.
- Eltantawy, Nahed (2007): Muslim Women, the Western Press, and the Discursive Paradoxes of the Veil. Vortrag am 14.11.2007 auf dem 93. Jahrestreffen der NCA (National Communication Association) in Chicago, in: [http://www.allacademic.com/meta/p194042\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p194042_index.html) [Zugriff am 15.12.2008].
- Farrokhzad, Schahrzad (2002): Medien im Einwanderungsdiskurs. Überlegungen zur Konstruktion der ‚fremden Frau‘. *beiträge zur feministischen theorie und praxis* 25/61, S. 75-93.
- Farrokhzad, Schahrzad (2006): Exotin, Unterdrückte und Fundamentalistin – Konstruktionen der „fremden Frau“ in deutschen Medien. In: Christoph Butterwegge/Gudrun Hentges (Hg.): Massenmedien, Migration, Integration. Wiesbaden: VS, S. 55-86.
- Geißler, Rainer (2005a): Mediale Integration von ethnischen Minderheiten. In: Ders./Horst Pöttker (Hg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie. Bielefeld: transcript, S. 71-79.
- Geißler, Rainer (2005b): Interkulturelle Integration von Migranten – ein humaner Mittelweg zwischen Assimilation und Segregation. In: Ders./Horst Pöttker (Hg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie. Bielefeld: transcript, S. 45-70.
- Geißler, Rainer/Pöttker, Horst (2005): Bilanz. In: Dies. (Hg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie. Bielefeld: transcript, S. 391-396.
- Geißler, Rainer/Pöttker, Horst (2006): Mediale Integration von Migranten. Ein Problemaufriss. In: Dies. (Hg.): Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Bielefeld: transcript, S. 13-75.

- Gosalia, Sushila (1996): (K)ein Thema für die Medien? Zur Berichterstattung über Frauen in der Entwicklungszusammenarbeit. In: Bärbel Röben/Cornelia Wilß (Hg.): Verwaschen und Verschwommen. Fremde Frauenwelten in den Medien. Frankfurt: Brandes & Apsel, S. 153-160.
- Hafez, Kai (2002): Türkische Mediennutzung in Deutschland: Hemmnis oder Chance der gesellschaftlichen Integration? Eine qualitative Studie im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Hamburg/Berlin: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung.
- Hafez, Kai/Richter, Carola (2007): Das Gewalt- und Konfliktbild des Islams bei ARD und ZDF. Eine Untersuchung öffentlich-rechtlicher Magazin- und Talksendungen. Ein Forschungsbericht an der Universität Erfurt, in: [http://www2.kommunikationswissenschaft-erfurt.de/uploads/bericht\\_islam\\_in\\_ard\\_und\\_zdf\\_2005\\_2006.pdf](http://www2.kommunikationswissenschaft-erfurt.de/uploads/bericht_islam_in_ard_und_zdf_2005_2006.pdf) [Zugriff am 5.1.2009].
- Hagemann-White, Carol (1993): Die Konstrukteure des Geschlechts auf frischer Tat ertappen? Methodische Konsequenzen aus einer theoretischen Einsicht. *Feministische Studien* 2, S. 68-78.
- Hammeran, Regine/Baspinar, Deniz/Simon, Erk (2007): Selbstbild und Mediennutzung junger Erwachsener mit türkischer Herkunft. Ergebnisse einer qualitativen Studie. *Media Perspektiven* 3, S. 126-135.
- Hentges, Gudrun (2006): Von „Knochenbrechern“ und dem „schwarzen Dreieck Moskau – Minsk – Kiew“. Migrationsberichterstattung im Spiegel. In: Christoph Butterwegge/Dies. (Hg.): *Massenmedien, Migration und Integration. Herausforderungen für Journalismus und politische Bildung*. Wiesbaden: VS, S. 89-110.
- Hill Collins, Patricia (1990/2000): *Black feminist thought. Knowledge, consciousness, and the politics of empowerment*. 2. ed., rev. 10. anniversary edition. New York: Routledge.
- Hipfl, Brigitte (2004): Mediale Identitätsräume: Skizzen zu einem „spatial turn“ in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. In: Brigitte Hipfl/Elisabeth Klaus/Uta Scheer (Hg.): *Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Eine Topografie*. Bielefeld: transcript, S. 16-50.
- Huhnke, Brigitta (1996): Männerphantasien über die ‚fremde‘ Frau. Oder: Wie Macht- und Medieneliten patriarchalische Innenwelten reproduzieren. In: Bärbel Röben/Cornelia Wilß (Hg.): *Verwaschen und Verschwommen. Fremde Frauenwelten in den Medien*. Frankfurt: Brandes & Apsel, S. 29-46.
- Huth-Hildebrandt, Christine (2002): *Das Bild von der Migrantin*. Frankfurt: Brandes & Apsel.
- Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren, Ottfried (Hg.) (2004): *Mediengesellschaft: Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken*. Wiesbaden: VS.
- Jäger, Margret (1996): *Fatale Effekte. Die Kritik am Patriarchat im Einwanderungsdiskurs*. Duisburg: DISS.
- Jäger, Margret/Cleve, Gabriele/Ruth, Ina/Jäger, Siegfried (1998): *Von deutschen Einzeltätern und ausländischen Banden. Medien und Straftaten. Mit Vorschlägen zur Vermeidung diskriminierender Berichterstattung*. Duisburg: DISS.
- Jäger, Siegfried (2000): *Von deutschen Einzeltätern und ausländischen Banden: Medien und Straftaten*. In: Heribert Schatz/Christina Holtz-Bacha/Jörg-Uwe Nieland (Hg.): *Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 207-218.
- Jarren, Ottfried/Donges, Patrick (2006): *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Eine Einführung*. 2. überarbeitete Auflage. Wiesbaden: VS.
- Jiwani, Yasmin (1998): *On the outskirts of empire. Race and Gender in Canadian TV News*. In: Veronica Strong-Boag (Hg.): *Painting the maple. Essays on race, gender, and the construction of Canada*. Vancouver: UBC, S. 53-68.
- Kassel, Susanne/Klaus, Elisabeth (2005): *The veil as a means of legitimization. An analysis of the interconnectedness of gender, media and war*. *Journalism* 6/3, S. 335-355.
- Khiabany, Gholam/Williamson, Milly (2008): *Veiled bodies – naked racism: culture, politics and race in the Sun*. *Race & Class* 50/2, S. 69-88.
- Klaus, Elisabeth (2002): *Perspektiven und Ergebnisse der Geschlechterforschung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis* 25/61, S. 11-31.
- Klaus, Elisabeth (2005): *Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus*. Wien: Lit.
- Klaus, Elisabeth/Lünenborg, Margreth (2004a): *Cultural Citizenship – ein kommunikationswissenschaftliches Konzept zur Bestimmung kultureller Teilhabe in der Mediengesellschaft*. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 48/2, S. 193-213.

- Klaus, Elisabeth/Lünenborg, Margreth (2004b): Medienhandeln als Alltagshandeln. Über die Konstituierung gesellschaftlicher Identität durch cultural citizenship in der Mediengesellschaft. In: Kurt Imhof/Roger Blum/Heinz Bonfadelli/Otfried Jarren (Hg.): Mediengesellschaft – Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken. Wiesbaden: VS, S. 100-113.
- Klaus, Elisabeth/Lünenborg, Margreth (2005): Die Bedeutung kommunikativer Grundrechte in der globalen Gesellschaft. In: Patrick Rössler/Friedrich Krotz (Hg.): Mythen der Mediengesellschaft – The Media Society and its Myths. Konstanz: UVK, S. 415-429.
- Klinger, Cornelia/Knapp, Gudrun-Axeli (2005): Achsen der Ungleichheit – Achsen der Differenz. Verhältnisbestimmung von Klasse, Geschlecht, „Rasse“/Ethnizität. Transit, Europäische Revue 29, S. 72-95.
- Knapp, Gudrun-Axeli (1987): Arbeitsteilung und Sozialisation: Konstellationen von Arbeitsvermögen und Arbeitskraft im Lebenszusammenhang von Frauen. In: Ursula Beer (Hg.): Klasse Geschlecht. Feministische Gesellschaftsanalyse und Wissenschaftskritik. Forum Frauenforschung Band 1. Bielefeld: AJZ.
- Knapp, Gudrun-Axeli (2008): Verhältnisbestimmungen: Geschlecht, Klasse, Ethnizität in gesellschaftstheoretischer Perspektive. In: Cornelia Klinger/Gudrun-Axeli Knapp (Hg.): Über-Kreuzungen: Fremdheit, Ungleichheit, Differenz. Münster: Westfälisches Dampfboot, S. 138-170.
- Knapp, Gudrun-Axeli/Wetterer, Angelika (Hg.) (2003): Achsen der Differenz. Gesellschaftstheorie und feministische Kritik II. Forum Frauenforschung Band 16. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Korteweg, Anna C. (2008): The Sharia Debate in Ontario: Gender, Islam, and Representations of Muslim Women's Agency. *Gender & Society* 22, S. 434-454.
- Krüger, Udo Michael/Simon, Erk (2005): Das Bild der Migranten im WDR Fernsehen. Ergebnisse einer empirischen Programmanalyse. *Media Perspektiven* 3, S. 105-114.
- Krüger-Potratz, Marianne (2007): Geschlechteraspekte bei Migration und Integration. Ergebnisse interkultureller Ethnizitäts- und Genderforschung. In: Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.): Demografischer Wandel. Die Stadt, die Frauen und die Zukunft. Düsseldorf, S. 451-467.
- Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Lünenborg, Margreth (2001): Geschlecht als Analyseperspektive in der Journalismusforschung. Potenziale und Defizite. In: Elisabeth Klaus/Jutta Röser/Ulla Wischermann (Hg.): Kommunikationswissenschaft und Gender Studies. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 124-143.
- Lünenborg, Margreth (2005): Journalismus als kultureller Prozess. Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft. Ein Entwurf. Wiesbaden: VS.
- Lünenborg, Margreth (2009): Geschlechterordnungen und Strukturen des Journalismus im Wandel. In: Dies. (Hg.): Politik auf dem Boulevard. Die Neuordnung der Geschlechter in der Politik der Mediengesellschaft. Bielefeld: transcript, S. 22-43.
- Macmaster, Neil/Lewis, Toni (1998): Orientalism: from unveiling to hypervailing. *Journal of European Studies* 28, S. 121-135.
- Meer, Nasar (2006): „Get off your knees“. *Journalism Studies* 7/1, S. 35-59.
- Meyers, Marian (2004): African American Women and Violence. Gender, Race, and Class in the News. *Critical Studies in Media Communications*, S. 194-216.
- Mikota, Ulla (1996): Von der Hoffnungsträgerin zum Opfer. „Dritte Welt“-Frauen in gewerkschaftlichen Mitgliederzeitschriften. In: Bärbel Röben/Cornelia Wilß (Hg.): Verwaschen und Verschwommen. Fremde Frauenwelten in den Medien. Frankfurt: Brandes & Apsel, S. 109-114.
- Molina Guzman, Isabel (2004): Discursive Reembodiments: Latina Femininity, Sexuality and Domesticity in News Coverage of Cuban American Women. Vortrag am 27.5.2004 auf dem Jahrestreffen der ICA (International Communication Association) in Ontario, in: [http://www.allacademic.com/meta/p113196\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p113196_index.html) [Zugriff am 15.12.2008].
- Morley, David (2001): „Nicht zu Hause“ in der Mediennation. In: Brigitte Busch/Brigitte Hipfl/Kevin Robins (Hg.): Bewegte Identitäten. Medien in transkulturellen Kontexten. Klagenfurt: Drava, S. 21-46.
- Müller, Daniel (2005a): Die Darstellung ethnischer Minderheiten in deutschen Massenmedien. In: Rainer Geißler/Horst Pöttker (Hg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie. Bielefeld: transcript, S. 83-126.

- Müller, Daniel (2005b): Die Mediennutzung der ethnischen Minderheiten. In: Rainer Geißler/Horst Pöttker (Hg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie. Bielefeld: transcript, S. 359-387.
- Müller, Daniel (2005c): Ethnische Minderheiten in der Medienproduktion. Rainer Geißler/Horst Pöttker (Hg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie. Bielefeld: transcript, S. 223-237.
- Müller, Daniel (2005d): Bibliographie. In: Rainer Geißler/Horst Pöttker (Hg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie. Bielefeld: transcript, S. 409-524.
- Neumann, Ursula (2002): Die Darstellung von Migrantinnen und Migranten und ihren Themen in den audiovisuellen Medien. *Medien & Erziehung* 46/5, S. 282-285.
- Paulus, Stanislaw (2007a): Muslimische Frauen in Fernsehdokumentationen. In: Heinrich-Böll-Stiftung (Hg.): Dossier Medien & Diversity, in: [http://www.migration-boell.de/web/diversity/48\\_1225.asp](http://www.migration-boell.de/web/diversity/48_1225.asp) [Zugriff: 15.12.2008].
- Paulus, Stanislaw (2007b): Riskante Positionierungen. Mediale Bilder von MuslimInnen im Zusammenspiel orientalistischer Projektionen und neoliberaler Subjektanrufungen. In: Irene Dölling (Hg.): Transformationen von Wissen, Mensch und Geschlecht: Transdisziplinäre Interventionen. Königstein/Taunus: Helmer, S. 207-222.
- Paulus, Stanislaw (2008): Ethnisierung von Geschlecht und die diskursive Reproduktion von Differenz in der Fernsehdokumentation „Fremde Nachbarn. Muslime zwischen Integration und Isolation“. In: Ulla Wischermann/Tanja Thomas (Hg.): Medien – Diversität – Ungleichheit. Zur medialen Konstruktion sozialer Differenz. Wiesbaden: VS, S. 125-139.
- Pinn, Irmgard (1997): Muslimische Migranten und Migrantinnen in deutschen Medien. In: Gabriele Cleve/Ina Ruth/Ernst Schulte-Holtey/Frank Wichert (Hg.): Wissenschaft Macht Politik. Intervention in aktuelle gesellschaftliche Diskurse. Siegfried Jäger zum 60. Geburtstag. Münster: Westfälisches Dampfboot, S. 215-234.
- Pinn, Irmgard/Wehner, Marlies (1995): EuroPhantasien. Die islamische Frau aus westlicher Sicht. Duisburg: DISS.
- Prins, Baukje/Saharso, Sawitri (2008): In the spotlight: A blessing and a curse for immigrant women in the Netherlands. *Ethnicities* 8, S. 365-384.
- Reimers, Eva (2007): Representations of An Honor Killing. *Feminist Media Studies* 7/3, S. 239-255.
- Rizvi, Sadaf (2007): News cultures, security and transnational belonging. Crossgenerational perspectives among British Pakistani women. *European Journal of Cultural Studies* 10/3, S. 327-342.
- Röben, Bärbel (1998): Fremde Frauenwelten in den Medien. In: Siegfried Quandt/Wolfgang Gast (Hg.): Deutschland im Dialog der Kulturen. Medien - Images – Verständigung (Berichtsband der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) vom 7. bis 9. Mai 1997 in Gießen zum Thema „Deutschland im Dialog der Kulturen“). Schriftenreihe der DGPK 25. Konstanz: UVK, S. 431-439.
- Röben, Bärbel (2008): Migrantinnen in den Medien. Diversität in der journalistischen Produktion. In: Ulla Wischermann/Tanja Thomas (Hg.): Medien – Diversität – Ungleichheit. Zur medialen Konstruktion sozialer Differenz. Wiesbaden: VS, S. 141- 159.
- Röben, Bärbel/Wilß, Cornelia (Hg.) (1996): Verwaschen und Verschwommen. Fremde Frauenwelten in den Medien. Frankfurt: Brandes & Apsel.
- Röben, Bärbel/Wilß, Cornelia (1997): Doppelt diskriminiert. Fremde Frauenwelten in den Medien. In: Gabriele Cleve/Ina Ruth/Ernst Schulte-Holtey/Frank Wichert (Hg.): Wissenschaft Macht Politik. Intervention in aktuelle gesellschaftliche Diskurse. Siegfried Jäger zum 60. Geburtstag. Münster: Westfälisches Dampfboot, S. 370-383.
- Röder, Maria (2007): Haremsdame, Opfer oder Extremistin? Muslimische Frauen im Nachrichtenmagazin *Der Spiegel*. Berlin: Frank & Timme.
- Ruhrmann, Georg (2007): MigrantInnen als Thema der Medienberichterstattung. In: Heinrich-Böll-Stiftung (Hg.): Dossier Medien & Diversity, in: [http://www.migration-boell.de/web/diversity/48\\_1224.asp](http://www.migration-boell.de/web/diversity/48_1224.asp) [Zugriff: 15.12.2008].
- Ruhrmann, Georg/Sommer, Denise/Uhlemann, Heike (2006): TV-Nachrichtenberichterstattung über Migranten. Von der Politik zum Terror. In: Rainer Geißler/Horst Pöttker (Hg.): Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Bielefeld: transcript, S. 45-75.

- Schaffer, Johanna (2008a): Ambivalenzen der Sichtbarkeit: Zum Verhältnis von Sichtbarkeit und politischer Handlungsfähigkeit. In: Johanna Dorer/Brigitte Geiger/Regina Köpl (Hg.): Medien – Politik – Geschlecht: Feministische Befunde zur politischen Kommunikationsforschung. Wiesbaden: VS, S. 233-248.
- Schaffer, Johanna (2008b): Ambivalenzen der Sichtbarkeit. Über die visuellen Strukturen der Anerkennung. Bielefeld: transcript.
- Schiffer, Sabine (2007): Medien als Spiegel und Konstrukteur gesellschaftlicher Vorstellungen. Der Islam in deutschen Medien. In: Heinrich-Böll-Stiftung (Hg.): Dossier Medien & Diversity, in: [http://www.migration-boell.de/web/diversity/48\\_1231.asp](http://www.migration-boell.de/web/diversity/48_1231.asp) [Zugriff: 15.12.2008].
- Simon, Erk (2007): Migranten und Medien 2007. Zielsetzung, Konzeption und Basisdaten einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. Media Perspektiven 9, S. 426-435.
- Statistisches Bundesamt (Hg.) (2008): Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Bevölkerung mit Migrationshintergrund – Ergebnisse des Mikrozensus 2007. Fachserie 1 Reihe 2.2., in: <https://www-ec.destatis.de/csp/shop/sfg/bpm.html.cms.cBroker.cls?cmspath=struktur,vollanzeige.csp&ID=1023127> [pdf; Zugriff am 15.12.2008].
- Toker, Arzu (1996): Italienische Sexbomben, türkische Kopftuchfrauen und andere Exotinnen: Migrantinnen im deutschen Fernsehen. In: Bärbel Röben/Cornelia Wilß (Hg.): Verwaschen und Verschwommen. Fremde Frauenwelten in den Medien. Frankfurt: Brandes & Apsel, S. 29-46.
- Trebbe, Joachim/Weiß, Hans-Jürgen (2007): Integration als Mediennutzungsmotiv? Eine Typologie junger türkischer Erwachsener in Nordrhein-Westfalen. Media Perspektiven 3, S. 136-141.
- von Braun, Christina/Mathes, Bettina (2007): Verschleierte Wirklichkeit. Die Frau, der Islam und der Westen. Berlin: Aufbau.
- Walter, Jessica (2004): European day of media monitoring: Quantitative analysis of daily press and TV contents in the 15 EU Member States. Pilot study in the framework of the Online/More Colour in the Media project „European Day of Media Monitoring“. Utrecht.
- Weimer, Daniel/Galliker, Mark (2004): Die Darstellung der Kurd(inn)en in deutschen und schweizerischen Tageszeitungen. In: Bozay, Kemal (Hg.): Kurden und Medien. Ein Beitrag zur gleichberechtigten Akzeptanz und Wahrnehmung von Kurden in den Medien. Navend-Schriftenreihe 14. Bonn: Navend, S. 155-165.
- Weiß, Hans-Jürgen/Trebbe, Joachim (2001): Medienutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Potsdam: GöfaK.
- Wellgraf, Stefan (2008): Migration und Medien. Wie Fernsehen, Radio und Print auf die Anderen blicken. Münster: Lit.
- Wilcox, Paula (2005): Beauty and the Beast: Gendered and Raced Discourse in the News. *Social Legal Studies* 14, S. 515-532.
- Wilson II, Clint C./Gutierrez, Felix/Chao Lena M. (Hg.) (2003): Racism, Sexism, and the Media: The Rise of Class Communication in Multicultural America. Thousand Oaks: Sage.
- Wischermann, Ulla/Thomas, Tanja (Hg.) (2008): Medien – Diversität – Ungleichheit. Zur medialen Konstruktion sozialer Differenz. Wiesbaden: VS.
- Woodard, Jennifer Bailey/Mastin, Teresa (2005): Black Womanhood: Essence and its Treatment of Stereotypical Images of Black Women. *Journal of Black Studies* 36, S. 264-281.
- Zambonini, Gualtiero/Simon, Erk (2008): Kulturelle Vielfalt und Integration: Die Rolle der Medien. Forschungsstand, Perspektiven und Maßnahmen. *Media Perspektiven* 3, S. 120-124.
- ZIF – Zentrum für Islamische Frauenforschung und Frauenförderung (2002): Das Bild der islamischen Frau in den Medien. In: Jörg Becker/Reinhard Behnisch (Hg.): Zwischen Autonomie und Gängelung. Türkische Medienkultur in Deutschland II (Dokumentation einer Tagung der Evangelischen Akademie Loccum vom 23. bis 25. März 2001). Loccumer Protokolle 12/01. Rehburg-Loccum: Evangelische Akademie, S. 131-146.

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerberinnen und -werbern oder Wahlhelferinnen und -helfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie auch für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung.

Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt hiervon unberührt. Unabhängig davon, wann, auf welchem Wege und in welcher Anzahl diese Schrift der Empfängerin oder dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zu Gunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.





Ministerium für Generationen,  
Familie, Frauen und Integration  
des Landes Nordrhein-Westfalen

Horionplatz 1, 40213 Düsseldorf  
Telefon: 0211 8618 - 50  
[info@mgffi.nrw.de](mailto:info@mgffi.nrw.de)  
[www.mgffi.nrw.de](http://www.mgffi.nrw.de)

