

Katrin Echtermeyer, Iren Schulz

„Türkische Machos“ und „kriminelle Ausländer“ – Der Einfluss des Fernsehens auf das Ausländerbild von Kindern und Jugendlichen

Deutschlands Talkshows inszenieren den türkischen Macho. Deutschlands Gerichtsshow verurteilt den Ausländer als Verbrecher. Kinder und Jugendliche sehen und mögen Talk- und Gerichtsshow – und sie erinnern sich an „*türkische Machos*“ und „*kriminelle Ausländer*“. Diese stereotypen Darstellungen von Menschen mit ausländischem Hintergrund im Nachmittags- und Vorabendprogramm prägen das Ausländerbild von Heranwachsenden neben anderen Umwelteinflüssen entscheidend mit.

Auf diesen kurzen Nenner lassen sich die Ergebnisse einer unlängst veröffentlichten Studie* mit dem Titel: „*Was guckst du, was denkst du?*“ bringen. Die Untersuchung ging der Frage nach, welchen **Einfluss das Fernsehen auf das Ausländerbild von 9- bis 14-jährigen Heranwachsenden** hat. Sie wurde von den Landesmedienanstalten der Länder Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Bremen in Auftrag gegeben und vom Lehrstuhl für Medienpädagogik und Weiterbildung der Universität Leipzig in Zusammenarbeit mit dem JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis in München durchgeführt.

Im Folgenden werden, nach einer knappen Darstellung des Untersuchungsaufbaus, zentrale Ergebnisse der Studie dargestellt. Anschließend wird ein aus der Studie entwickeltes und bereits erprobtes Projekt für die medienpädagogische Praxis beschrieben.

Aufbau der Untersuchung

Die Untersuchung setzte sich aus **zwei Bausteinen** zusammen: der Programmanalyse und der Rezeptionsanalyse.

Die **Programmanalyse** fragte danach, **welche Vorstellungen von Ausländerinnen und Ausländern im Fernsehen vermittelt** werden. Im Frühjahr 2002 wurden 30 verschiedene Daily Talks, Gerichtsshow, Boulevardmagazine und Daily Soaps analysiert. Diese Genres stehen im Mittelpunkt der Programmanalyse, weil sie erstens den Sehzeiten und Sehvorlieben von Kindern und Jugendlichen entsprechen und zweitens, weil hier Bilder von ausländischen Menschen bzw. Kulturen vorkommen.

Die **Rezeptionsanalyse** lieferte **Antworten** auf die Frage, **welche Verallgemeinerungen Kinder und Jugendliche zu ausländischen Menschen äußern** und **inwieweit** sich diese verallgemeinerten Aussagen **aus dem Fernsehen** und aus anderen Informationsquellen speisen. Darüber hinaus wurde analysiert,

inwieweit diese Verallgemeinerungen von den Heranwachsenden mit Wertungen versehen werden und Einfluss auf ihr Denken, Fühlen und Handeln nehmen.

Für die Rezeptionsanalyse wurden 9- bis 14-jährige Kinder und Jugendliche aus deutschen und ausländischen Familien befragt. Neben einem ausgewogenen Ost-West-Verhältnis wurden als weitere Kriterien für die Auswahl der Heranwachsenden Alter, Geschlecht und Bildungshintergrund berücksichtigt. Die leitfadengestützten Intensivinterviews mit 41 Mädchen und Jungen fanden im Frühjahr 2002 statt. Im Mittelpunkt der Interviews standen drei Fragebereiche:

- Der **Umgang** der 9- bis 14-Jährigen **mit der Darstellung** von Ausländerinnen und Ausländern in den Genres Daily Talk, Gerichtsshow, Boulevardmagazin und Daily Soaps.
- Das **subjektive** und das **gesellschaftliche Ausländerbild** der Mädchen und Jungen.
- Die **personenbezogenen, sozialen und lebensweltbezogenen Kontexte**, die für ihr Ausländerbild prägend sind.

Die Ergebnisse der Programm- und der Rezeptionsanalyse wurden in der Auswertung zusammengeführt. Einzelne, aus den Untersuchungsergebnissen abgeleitete Schlussfolgerungen bilden zudem die Grundlage für die Konzeption eines medienpädagogischen Praxisprojektes.

Das Bild vom „türkischen Macho“

Sieht man sich die ausländischen Menschen in den untersuchten Fernsehangeboten an, dann fallen zwei Dinge auf: Es sind fast immer Männer und sie verkörpern meist bestimmte Typen. Die wichtigsten Typen sind **der südländische Macho** und **der kriminelle Ausländer**.

Der Typ „*südländischer Macho*“ aus Südeuropa ist oft, aber nicht immer türkischer Herkunft. Er ist zunächst erkennbar an äußerlichen Merkmalen wie dunkler Hautfarbe, dunklen, gelbten Haaren und einem meist recht „trendigen“ Outfit. Es ist ihm anzumerken, dass er Wert auf sein Äußeres legt. Weiterhin zeichnet sich dieser Typ in der Regel durch ein ganz bestimmtes Auftreten aus. Er zeigt sich sehr selbstbewusst und ist von der Richtigkeit seiner Meinung, die er sehr wortreich darstellt, absolut überzeugt. Der „*südländische Macho*“ vertritt ein traditionelles Bild von der Rolle der Frau bzw. des Mannes. In diesem Bild weiß der Mann, was gut für die Frau ist und was ihr wichtigstes Anliegen sein sollte

– dem Mann in jeder Hinsicht zu gefallen und ihm zu gehorchen.

Häufig anzutreffen ist der Typ „südländischer Macho“ vor allem in den Daily Talks. In der Regel wird er nicht als Ausländer angekündigt, allerdings gibt sein Name einen Hinweis auf seinen nicht-deutschen Hintergrund. Im Laufe der Diskussion wird oftmals auch seine Herkunft angesprochen. Er darf sich meist zu solchen Themen äußern, die sich um **Beziehung, Sexualität** und **Aussehen** drehen. Gerade dieses Themenspektrum bietet ihm ein ideales Parkett, um seine Ansichten zu vertreten. Wirft man einen genaueren Blick darauf, wie mit dem Verhalten und den Ansichten des Typs „südländischer Macho“ in den Daily Talks umgegangen wird, zeigt sich zweierlei: Von Seiten der Moderation wird den teilweise recht extremen Ansichten der Männer meist nichts entgegen gesetzt und sie werden nicht in Frage gestellt. Das Publikum wie auch die anderen Talkgäste reagieren in der Regel aufgebracht und antworten auf die Äußerungen des Machos mit „Buh“-Rufen und lautem, höhnischem Gelächter.

In der **Rezeptionsanalyse** hat sich gezeigt, dass auch in der Wahrnehmung der befragten Kinder und Jugendlichen dieser Typ Ausländer vorherrscht: Sie denken beim Stichwort Ausländer im Fernsehen überwiegend an türkische Männer in Talkshows. Die Mädchen und Jungen ordnen die südländischen Männer als Türken ein. Den in der Programmanalyse gefundenen „südländischen Macho“ nehmen sie als „türkischen Macho“ wahr. Den Begriff „Macho“ verwenden die Mädchen und Jungen in diesem Zusammenhang selbst.

In den Augen der Heranwachsenden treten türkische Männer zu Themen wie *„Ich bin der Größte und Schönste“* oder: *„Mich macht jede an“* auf. Sie äußern sich in den Shows zu Fragen nach dem richtigen Outfit sowie zu Beziehung und Sexualität. In Bezug auf Äußerlichkeiten und Verhaltensweisen sieht das Bild der Kinder und Jugendlichen von Türken folgendermaßen aus: Sie erkennen diese Ausländer an der etwas dunkleren Hautfarbe und an den gegelten Haaren. Außerdem sprechen sie von „coolen“ Klamotten wie Lederjacke oder Hosen, die bis in die Kniekehlen hängen, aber auch von Goldschmuck. Eine der am häufigsten genannten Eigenschaften, die Türken zugeschrieben werden, ist die, dass sie von sich selbst sehr überzeugt sind. Viele der Befragten schreiben den als „Machos“ wahrgenommenen türkischen Männern generell übertriebenes Männlichkeitsgehalte zu.

Bemerkenswert ist an dieser Stelle, dass sich mehrere der befragten Mädchen und Jungen an denselben Türken erinnern, den sie in einer Talkshow gesehen haben.

Er nennt sich *„Playboy 51“* und inszeniert sich selbst als unwiderstehlichen Frauenheld. **Die Vermarktung des jungen Mannes übernahm eine Agentur, die ihn an zahlreiche Talkshows des deutschen Fernsehprogramms vermittelte.** In den Auf-

zeichnungen für die Programmanalyse ist „Playboy 51“ allerdings nicht mehr vertreten, weil seine Auftritte im Fernsehen schon einige Zeit zurückliegen. In der Erinnerung der Kinder und Jugendlichen ist er jedoch als Prototyp eines „Macho“-Türken erhalten geblieben. Von Einzelfällen wie „Playboy 51“ schließen sie auf türkische Männer schlechthin und verallgemeinern: *„Türken sind Machos!“*.

Das Bild der Kinder und Jugendlichen vom „türkischen Macho“ speist sich aus dem Fernsehen und dem sozialen Umfeld der Heranwachsenden. Unter diesen Quellen ragt insbesondere das Genre **Daily Talk** heraus. Für einen Teil der Befragten sind diese medialen Informationen sogar die einzigen, auf deren Grundlage sie Türken charakterisieren. Anderen Heranwachsenden geraten „türkische Machos“ auch in ihrer Umgebung ins Blickfeld. Es lässt sich nicht sagen, zu welchen Anteilen die Beobachtungen von türkischen Talkshowgästen und die von türkischen Männern im eigenen Umfeld die Grundlage für die Verallgemeinerung vom „türkischen Macho“ bilden. Klar ist allerdings, dass die **Inszenierung der Daily Talks** in jedem Fall zur **Pauschalisierung beitragen**.

Viele Heranwachsende schließen nicht nur von Einzelfällen auf türkische Männer im Allgemeinen – sie gehen weiter und positionieren sich diesen Männern gegenüber. Die Mädchen und Jungen haben eine ablehnende Haltung entwickelt. Dabei richten sie ihren Blick vor allem darauf, wie sich Türken in ihrer Rolle als Mann präsentieren. Sie lehnen deren „Männlichkeitsgehebe“ ab und beziehen es auf die Nationalität.

Die Jungen, die sich damit beschäftigen, wie sie selbst die Männerrolle ausfüllen wollen, lehnen den „türkischen Macho“ als Vorbild für ihre Vorstellungen vom Mann-Sein ab: Sie wollen nicht so werden. Exemplarisch für die Jungen steht der 14-jährige Jörg. Über Türken, die er auch in Talkshows immer wieder sieht, sagt er: *„Die wollen eben nur mal immer 'ne Frau für eine Nacht, und denen ist eine Beziehung scheißegal, die finden das schwachsinnig, wenn man jetzt mit 'ner Frau vier Jahre zusammen ist. [...] Die reden oberflächlich mit den Mädchen und sind auch ziemlich oberflächlich.“*

Die befragten Mädchen bewerten die Türken aus einer anderen Perspektive. Das Bild vom „türkischen Macho“ entspricht nicht ihrem Ideal eines Partners. So hat zum Beispiel die 12-jährige Katja – typisch für die Mädchen – vor allem das Miteinander von Mann und Frau in einer Beziehung im Blick. Auch Katja bezieht ihre Informationen über Türken in erster Linie aus dem Fernsehen und dort vorwiegend aus Talkshows. Deshalb meint sie zu wissen: *„Die Türken denken auch, dass die Frau ihnen gehört. Und damit hängt zusammen, dass die sich einbilden, dass die dann so Macho sein können, dass die dann jede Frau kriegen.“* Mit Blick auf die Gleichberechtigung in einer Partnerschaft lehnt die 12-Jährige Beziehungen ab, bei denen es ein Ungleichgewicht von Macht und Einflussnahme gibt und den Männern der „Bestimmer“-Status

im zwischengeschlechtlichen Miteinander vorbehalten ist.

An der Darstellung türkischer junger Männer in Daily Talks wird deutlich, wie **Vorurteile**, die in der **Gesellschaft** existieren, **aufgegriffen** werden. Hier wird von Macherseite mit den Mitteln des Genres ein „Typ“ gestaltet und in der Show in Szene gesetzt. Die Heranwachsenden nehmen diesen Typ – den „türkischen Macho“ – in den Sendungen wahr, durchschauen jedoch dessen Inszeniertheit nicht. **Durch die gezielte und zugespitzte Darstellung von Türken verstärkt und verfestigt das Fernsehen so undifferenziert Menschenbilder.**

Das Bild vom „kriminellen Ausländer“

Der zweite Typ, der im analysierten Sendungsspektrum häufig vorkommt, ist der kriminelle männliche Ausländer. Anders als im Fall des „südländischen Machos“ wird beim Typ „krimineller Ausländer“ in den Fernsehsendungen kein Zweifel daran gelassen, dass es sich tatsächlich um einen Ausländer handelt. In der Regel wird er von vornherein mit vollem Namen und seinem Herkunftsland eingeführt. In den meisten Fällen stammt er aus der Türkei oder aus Osteuropa und gehört damit einer der großen Migrantengruppen in Deutschland an. Auch der „kriminelle Ausländer“ ist in der Regel dunkelhäutig und dunkelhaarig. Im Gegensatz zum südländischen „Macho“ ist seine Kleidung bzw. sein gesamtes Äußeres aber eher unauffällig. Das Spektrum der Straftaten, in die Ausländer in den analysierten Sendungen verwickelt sind, reicht vom Raubüberfall über Drogendelikte bis zu Vergewaltigung und Kindesentführung.

Kriminelle Ausländer sind vor allem in **Boulevardmagazinen** und in **Gerichtsshows** zu sehen. Dabei ist es vom Genre abhängig, wie die Männer inszeniert werden. Während in den Boulevardmagazinen die Straftat im Vordergrund steht, ist es in den Gerichtsshows der Täter. Konkret bedeutet das, dass in einem Boulevardmagazinbeitrag Wert darauf gelegt wird, das kriminelle Vergehen möglichst genau zu schildern und den Stand der Ermittlungen darzustellen. Wenn man darüber hinaus noch etwas über den Täter erfährt, sind das Dinge wie z. B.: War es die erste Tat? Ist er bei der Polizei bekannt? Anders verhält es sich in den Gerichtsshows. Hier wird der ausländische Kriminelle inszeniert. Zwar wird auch hier zunächst die Straftat vorgestellt, im Folgenden hat aber der Angeklagte die Möglichkeit, seine Sicht der Dinge darzustellen. Während er dies tut, legt er häufig Verhaltensweisen an den Tag, die schon im Zusammenhang mit dem südländischen „Macho“ beschrieben wurden. Auch er tritt sehr selbstbewusst und von sich überzeugt auf. Darüber hinaus weist er jede Schuld an einer Straftat von sich. So ist beispielsweise ein Türke als Angeklagter in einer Gerichtsshow dargestellt, der seine Frau in der Hoch-

zeitsnacht angekettet und vergewaltigt hat. Er lehnt jegliche Anklage ab und meint, das Recht zu einem solchen Verhalten zu haben, da seine Frau nicht mehr unberührt war, wie es die moslemische Religion verlangt. In diesem Zusammenhang bezeichnet der angeklagte Türke sie als „second hand“ – also als „gebraucht“.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass **straffällige männliche Ausländer** vor allem **in den Boulevardmagazinen** recht häufig vertreten sind. Fast jeder dritte dargestellte Täter hat einen ausländischen Hintergrund. Führt man sich vor Augen, dass die polizeiliche Kriminalstatistik etwa jeden fünften Tatverdächtigen als Ausländer identifiziert, wird deutlich, dass hier die Wirklichkeit in verzerrter Weise dargestellt wird – zu Ungunsten der Ausländer. In den Gerichtsshows wird der kriminelle Ausländer sehr einseitig inszeniert, womit eine bestimmte Vorstellung von männlichen Ausländern befördert wird. Unterstützt wird dies zusätzlich dadurch, dass männliche Ausländer nur **selten in der Rolle der Geschädigten** zu sehen sind.

Auch der „*kriminelle Ausländer*“ ist in der Wahrnehmung der Kinder und Jugendlichen präsent. Sie sehen kriminelle Ausländer in Boulevardmagazinen und noch häufiger in Gerichtsshows. In beiden Genres sind die ausländischen Personen, die Kinder und Jugendliche wahrnehmen, in erster Linie Türken, und zwar in der Rolle der Täter. Sie erkennen diese Männer an der akzentgefärbten Sprache und am Aussehen. In den Fällen, von denen die befragten Heranwachsenden berichten, geht es meist um Gewalt; um Körperverletzung, um Kindesmisshandlung, um Vergewaltigung.

Der „kriminelle und aggressive Ausländer“, den Kinder und Jugendliche im Fernsehen wahrnehmen, findet sich auch in ihrem Ausländerbild wieder. Die Zuschreibung, dass Ausländer aggressiv und gewalttätig seien, machen viele der befragten Mädchen und Jungen. Der 13-jährige Jörg meint beispielsweise: *„Ausländer sind total aggressiv. Die randalieren viel, prügeln sich viel, bedrohen, schießen und so was.“* Hendrik, ebenfalls 13 Jahre, stellt Ähnliches fest: *„Manche Ausländer, die schlagen sich halt gleich, wenn du irgendein falsches Wort sagst und so.“* Ein Teil der Kinder und Jugendlichen bezieht die pauschale Aussage vom „kriminellen und gewalttätigen Ausländer“ auf bestimmte Nationalitäten. So findet die 12-jährige Bianca Türken *„ein bisschen aggressiv“* und vergleicht sie mit den Italienern: *„Die Italiener sind nicht so aggressiv wie die Türken.“* Biankas Verallgemeinerung von „kriminellen Ausländern“ beinhaltet zudem eine Rangfolge – für sie gibt es Nationalitäten, die krimineller sind als andere.

Die Kinder und Jugendlichen leiten ihre pauschalen Aussagen aus verschiedenen Informationen und Eindrücken ab. Zum Teil greifen sie ausschließlich auf Medienerfahrungen zurück, zum Teil reproduzieren sie Vorurteile von Bezugspersonen, nur wenige verallgemeinern ganz konkrete eigene Erlebnisse

mit Ausländern in ihrem Alltag. Über alle Kinder und Jugendlichen hinweg, die Ausländern kriminelles und aggressives Verhalten zuschreiben, lässt sich allerdings feststellen: Sie sehen als kriminell und gewalttätig dargestellte Ausländer im Fernsehen und dort überwiegend in den Gerichtsshows. Wahrnehmungen aus den Medien und aus dem sozialen Umfeld der Heranwachsenden ergänzen sich gegenseitig, sie bestätigen und verstärken das Bild vom kriminellen und gewalttätigen Ausländer.

Als mediale Quelle für das Bild vom „kriminellen und gewalttätigen Ausländer“ kommt **Boulevardmagazinen** und **Gerichtsshows** insofern eine besondere Bedeutung zu, als Kinder und Jugendliche diese Genres als **reales Geschehen** oder zumindest als **nachgestellte Realität** sehen. Der 12-jährige Sven zum Beispiel findet seine Annahme, Ausländer seien kriminell, in den Gerichtsshows bestätigt: Wenn dort Ausländer vorkommen, sind sie seiner Meinung nach Angeklagte. Es ist für Sven ganz logisch, dass sich seine Beobachtungen aus der Realität im Fernsehen wieder finden, denn er ist der Meinung: *„Gerichtsshows beruhen ja im Prinzip auf der Realität, bloß mit anderen Leuten und anderen Namen.“* **Dass Gerichtsshows nicht nachgespielt, sondern inszenierte Fiktion von Fernsehredakteurinnen und -redakteuren sind, erkennt nur eine Minderheit unter den Ältesten der Befragten.**

Die Kinder und Jugendlichen lehnen Gewalt ab und deshalb lehnen sie Ausländer ab, die sie mit Gewalt verbinden. Das Bild vom „kriminellen und gewalttätigen Ausländer“ ist damit für die Kinder und Jugendlichen immer mit einer negativen Bewertung von Ausländern verbunden. Im sozialen Umfeld nehmen sie die Bewertung von selbst vor, sofern sie aggressives Verhalten mit eigenen Augen beobachtet haben, oder sie übernehmen Vorurteile erwachsener Bezugspersonen, die Ausländer für Gewalt und Kriminalität verantwortlich machen. In Gerichtsshows wird den Heranwachsenden die Sanktionierung gleich mitgeliefert. Dort wird das Verhalten ausländischer Angeklagter öffentlich aufgedeckt und abgestraft. Dieses Ritual, der Sieg des Guten und Gerechten über das (oft ausländische) Böse, zählt zur Inszenierung der Fernsehgerichte, die Kinder und Jugendliche überwiegend selbstverständlich und unhinterfragt annehmen.

Mit der Inszenierung des „kriminellen Ausländers“ in den Gerichtsshows findet eine Fortführung des Typs „Südländischer Macho“ aus den Daily Talks statt. Hier wird das Vorurteil „Ausländer sind Verbrecher“ in doppelter Weise verstärkt: Erstens zeigen die Gerichtsshows Ausländer vorrangig in einer bestimmten Rolle, nämlich in der der Täter. Zweitens wird das Fehlverhalten der ausländischen Angeklagten häufig mit ihrem kulturellen Hintergrund in Verbindung gebracht – indem explizit darauf hingewiesen wird und indem Ausländer mit Kleidung, Verhalten und Sprache als „fremd in Deutschland“ inszeniert werden.

Schlussfolgerungen

Die Ergebnisse der Programm- und der Rezeptionsanalyse lassen Schlussfolgerungen zu, bei denen sich zwei Schwerpunkte abzeichnen. Der erste Schwerpunkt richtet sich auf die Heranwachsenden und die alters- und geschlechtsspezifischen Muster in Bezug auf ihr Ausländerbild. Der zweite Schwerpunkt bezieht sich darauf, was im Fernsehen nicht vorkommt, was Kinder und Jugendliche über ausländische Mitbürgerinnen und Mitbürger aber erfahren wollen.

Der Zusammenhang von Alter, Geschlecht und Ausländerbild

Um das elfte Lebensjahr ist eine klare Veränderung des Ausländerbildes der Heranwachsenden zu konstatieren. **Die Jüngeren speisen ihr Ausländerbild entscheidend aus dem eigenen subjektiven Erfahrungsraum.** Sie beurteilen Menschen mit ausländischem Hintergrund nicht nach ihrer Nationalität, sondern danach, wie ihnen diese Einzelpersonen – zum Beispiel der ausländische Junge aus der Klasse oder die ausländische Freundin aus der Wohnung nebenan – im Alltag begegnen. Im Jugendalter bestimmen nicht mehr einzelne ausländische Menschen aus dem privaten Freundeskreis das Ausländerbild, sondern sind eher die Ausnahme davon. **Die älteren Heranwachsenden suchen in ihrer Umgebung – und das betrifft Fernsehen, Elternhaus und Schule – nach Orientierungen für ihre Einschätzung von und ihr Verhalten gegenüber Ausländerinnen und Ausländern. Dabei nähern sie sich auch gesellschaftlichen Vorurteilen an.** Die Ausdifferenzierung des Ausländerbildes von oberflächlichen Zuschreibungen bis hin zu begründeten Urteilen, die auch bei Erwachsenen zu finden sind, wird in diesem Alter angelegt.

Zwischen den Geschlechtern ist in Bezug auf die Wahrnehmung von Ausländerinnen und Ausländern kein Unterschied festzumachen. Begründungen und Erklärungen des Ausländerbildes sind jedoch bei Jungen und Mädchen unterschiedlich. Jungen ziehen vor allem Fakten und Beschreibungen heran, Mädchen suchen eher nach Ursachen und sie versuchen, das Verhalten von ausländischen Menschen im Kontext zu beschreiben und zu verstehen. Dafür bekommen vor allem die Mädchen im Fernsehen zu wenige Informationen.

Was im Fernsehen nicht vorkommt

Sowohl aus der Programmanalyse als auch aus den Beschreibungen der Kinder und Jugendlichen ist erkennbar, dass **wichtige Themenbereiche** in Bezug auf das Leben von ausländischen Menschen in Deutschland ebenso wie **Erklärungen, Hintergründe** und **Ursachen** nicht **angesprochen** werden. Für die Kinder und Jugendlichen – das geht aus den Interpretationen der Aussagen hervor – bleiben im

Fernsehen Fragen offen, die sie interessieren: *Warum mögen manche Deutsche Ausländerinnen und Ausländer nicht? Wie ist das alltägliche Leben ausländischer Familien in Deutschland? Wie ist das alltägliche Leben ausländischer Familien in ihren Herkunftsländern? Welche anderen Sitten und Bräuche haben Ausländerinnen und Ausländer und warum? Warum kommen Ausländerinnen und Ausländer nach Deutschland?* Die 14-jährige Cora zum Beispiel fordert: *„Also wirklich mal so die Hintergründe erklären in so einem Taff, warum die Ausländer zu uns nach Deutschland kommen.“* Grundsätzlich besteht bei vielen Kindern und Jugendlichen dieser Untersuchung ein Aufklärungsbedürfnis: Um ein eigenes Urteil fällen zu können, erwarten die Heranwachsenden mehr Hintergrundinformationen im aktuellen Fernsehprogramm, die zudem sachlich und ernsthaft aufbereitet sein sollen. Den Daily Talks kommt hierbei eine besondere Relevanz zu. Da sie einerseits bei den 9- bis 14-Jährigen sehr beliebt sind, andererseits aber auch mit stereotypen Darstellungen einzelner Nationalitäten arbeiten, haben Talkshows – wie in der Ergebnisdarstellung deutlich wurde – Einfluss auf das Ausländerbild von Kindern und Jugendlichen. Diese zwei Aspekte – die Begeisterung für das Genre Daily Talk und die Kritik an der unzulänglichen Darstellung von Menschen mit ausländischem Hintergrund – können in einem medienpädagogischen Praxisprojekt aufgegriffen und zusammengeführt werden. Ein solches Projekt, in dem Heranwachsende eine Talkshowsendung nach ihren eigenen Vorstellungen inszenieren, wurde auf Grundlage der Untersuchungsergebnisse entwickelt und bereits an einer Schule getestet.

Ein medienpädagogisches Praxisprojekt

Medienprojekttag in einem Leipziger Gymnasium: Die Schüler und Schülerinnen wollen eine Talkshow zum Thema *„Ausländer in Deutschland“* gestalten. Bevor sie sich der Inszenierung ihrer Show widmen, setzen sich die Heranwachsenden damit auseinander, was sie über Ausländerinnen und Ausländer wissen, was sie über Menschen mit ausländischem Hintergrund denken und woher sie diese Informationen und Ansichten haben. Nicht selten kommen dabei auch einzelne Talkshows zu Sprache, in denen ausländische Menschen auftraten und die den Heranwachsenden in Erinnerung geblieben sind.

Die Mädchen und Jungen beschäftigen sich nicht nur mit ihrem eigenen Bild von Ausländerinnen und Ausländern, sie befragen auch Menschen auf der Straße zu deren Meinung und bekommen von vielen eine Antwort, die so oder ähnlich lautet: *„Ich habe nichts gegen Ausländer, solange sie sich hier ordentlich benehmen.“* Für die Jugendlichen scheint damit klar, dass die Menschen auf der Straße Ausländerinnen und Ausländern gegenüber positiv eingestellt sind. Beim mehrmaligen Anhören der Aufnahmen wird

ihnen allerdings bewusst, dass diese Aussagen in der Tendenz negativ sind, weil Menschen mit ausländischem Hintergrund pauschal unterstellt wird, dass sie sich nicht ordentlich benehmen.

Bereits in dieser ersten Projektphase steht die **aktive Auseinandersetzung** der Heranwachsenden mit den Themen Ausländer und Daily Talks im Mittelpunkt. Basierend auf den Prinzipien praktischer Medienarbeit geht es darum, das **kritische Bewusstsein** und die **Eigenaktivität** der Heranwachsenden in den Mittelpunkt zu stellen. So werden sie befähigt, gewonnene Einsichten und Standpunkte anderen gegenüber zu kommunizieren. Das vorgestellte Schulprojekt verfolgt **zwei Hauptziele**: die **Sensibilisierung** der Mädchen und Jungen für ihr **subjektives** und das **gesellschaftliche Ausländerbild** sowie die **Befähigung**, die in **Daily Soaps** inszenierten „Ausländer-Typen“ **kritisch zu hinterfragen** und ihnen **eigene Konzepte** entgegenzusetzen. Die im Rahmen eines solchen Projektes angewandten Methoden müssen diesen Zielstellungen gerecht werden und entdeckendes Lernen fördern. Für die Interviews der Studie wurde ein Assoziationspiel entwickelt, das auch in diesem Schulprojekt Anwendung findet. Bei dem Spiel sollen die Heranwachsenden spontan fünf Begriffe nennen, die ihnen bei dem Wort *„Ausländer“* in den Sinn kommen. Diese Begriffssammlung sowie die bereits erwähnte Umfrage auf der Straße stellen im Praxisprojekt den Ausgangspunkt für die Diskussion um das Thema *„Ausländer in Deutschland“* dar. In anschließenden Gesprächen geht es nicht nur darum, woher die Heranwachsenden ihre Vorstellungen von Ausländerinnen und Ausländern haben, sondern auch darum, was sie tatsächlich über ausländische Menschen und ihr Leben in Deutschland wissen und vor allem – welche Informationen ihnen fehlen. Vor diesem Hintergrund nimmt die Idee der Inszenierung einer Talkshow nach den Vorstellungen und Maßgaben der Heranwachsenden Gestalt an. Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten ein Sendungskonzept und erhalten die Möglichkeit, ihre Forderung nach einer sachlichen und informativen Diskussion zwischen ausländischen und deutschen Menschen selbst zu verwirklichen. Ihre *„Talkshow“* sollte auf jeden Fall veröffentlicht werden. Die Präsentation vor einem Publikum wirkt sich motivierend auf den Projektverlauf und die Auseinandersetzung mit dem Thema aus. Die Heranwachsenden müssen ihre Sichtweisen und ihre Umsetzung vor einer Öffentlichkeit vertreten.

Die Talkshow mit dem Titel *„Ich habe nichts gegen Ausländer, aber ...“* der Leipziger Gymnasiastinnen und Gymnasiasten wurde im Rahmen einer Veranstaltung der gesamten Schule, zu der auch die Eltern eingeladen waren, *„ausgestrahlt“*. Die Jugendlichen zeigten in ihrer Show, wie sie sich eine **konstruktive Talkrunde**, in der auch Emotionen und Befindlichkeiten zur Sprache kommen, vorstellen. Die von den Schülerinnen und Schülern gespielten Talkshowgäste kamen aus den verschiedensten Kulturkreisen

und vertraten zunächst sehr ambivalente Meinungen, was die Ausländerthematik betraf. Zu Wort kamen auf der einen Seite eine junge Afghanin, die in Deutschland bisher keine negativen Erfahrungen gemacht hat, ein junger Türke, der sich in Deutschland wohl fühlt und eine eigene Firma leitet sowie ein alternativer Jugendlicher, der Ausländerinnen und Ausländer als eine Bereicherung für unser Land und die deutsche Kultur ansieht. Auf der Seite der eher ausländerfeindlich eingestellten Gäste stand eine junge deutsche Mutter, die schon lange keine Arbeit mehr gefunden hat, und ein Rentner, der Vorbehalte gegen Ausländerinnen und Ausländer hat, weil diese sich nicht ordentlich benehmen würden. Es entwickelte sich eine Diskussion, in der sich die Leipziger Schülerinnen und Schüler in ihrer jeweiligen Rolle bemühten, ihre kontroversen Positionen aufzuweichen und einen Konsens zu finden. Es wurde deutlich, dass die Heranwachsenden nicht für alle Probleme schnelle Lösungen erwarten. Für sie kam die Talkshow zu einem „guten“ Ende, weil sich Gäste mit verschiedenen Ansichten zugehört und aufein-

ander zu bewegt haben. So wurde beispielsweise der latent ausländerfeindlichen deutschen Arbeitslosen ein Job in der Firma des jungen türkischen Mannes angeboten. Die Schülerin, die sich für die Rolle der arbeitslosen Frau entschieden hatte, war es auch, die im nachbereitenden Gespräch feststellte: „Eigentlich ist es viel einfacher, für Ausländer zu sein. Da hat man viel mehr Argumente.“

Anmerkungen:

- 1) Bernd Schorb, Katrin Echtermeyer, Achim Lauber, Susanne Eggert: „Was guckst du, was denkst du? Der Einfluss des Fernsehens auf das Ausländerbild von Kindern und Jugendlichen“, herausgegeben von der ULR, Kiel 2003. Kostenlos zu beziehen bei: Unabhängige Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien (ULR), Fon 0431/97456-0 oder 0431/97456-22, E-Mail ulr@ulr.de

Mag. Katrin Echtermeyer und Mag. Iren Schulz sind am Institut für Kommunikationswissenschaft an der Universität Leipzig tätig.

**PRESE
INFO**

**Umfassendes Angebot für Lehren und Lernen in Köln
Rund 800 Anbieter zur didacta 2004 erwartet**

Neue Hallenbelegung, neue Themenschwerpunkte

PISA und die Folgen: Kompletter Umbau des Bildungswesens, Lernförderung im Kindergarten, Ganztagschule, neue Schulfächer, neue Schulbücher und Unterrichtsmedien, Hochschulreform – alle diese Themen finden auf der didacta vom 9. bis 13. Februar 2004 in Köln ihren Niederschlag. Europas größte Bildungsmesse beschränkt sich jedoch nicht nur auf die Bereiche Erziehung, Schul- und Hochschulbildung, Ausbildung und Qualifikation, sondern umfasst gleichzeitig die gesamte Bandbreite von Weiterbildung und Training, denn längst ist „lebenslanges Lernen“ Voraussetzung für beruflichen und persönlichen Erfolg. Die didacta Köln 2004 präsentiert in klar strukturierten Angebotsschwerpunkten das gesamte Spektrum an Hard- und Software für alle Bildungsbereiche – von Einrichtungen und Ausstattungen über Lehr-, Lern- und Arbeitsmittel bis zu Neuen Medien, Bildungskonzepten, Organisations-

und Verwaltungssystemen. Rund 800 Anbieter aus 10 Ländern werden in den Kölner Messehallen erwartet. Ihr Produkt- und Dienstleistungsangebot wird von zahlreichen Foren, Fachtagungen und Symposien mit bildungspolitischer Kompetenz und Prominenz, Workshops und Sonderschauen begleitet. Besucherzielgruppen sind vor allem Erzieher, Pädagogen aller Schul-, Berufs- und Hochschulformen, Trainer und Consulter sowie Beschaffungsentscheider aus Verwaltung, Industrie, Handel und Dienstleistung. Darüber hinaus wendet sich die didacta auch an das allgemeine Publikum, denn „Bildung geht alle an“.

• **Kindergarten – spielerische Lernförderung im Blickpunkt**

Der Angebotsbereich Kindergarten präsentiert sich wie gewohnt in Halle 4, begleitet von den KIGA-Seminaren, der Livebühne Kinderkultur, dem Forum Kindergarten, Sonderschauen, Workshops und Fachtagungen. Themenschwerpunkte sind Entwicklungspsychologie, Bildungsprozesse, Folgen der PISA-Studie für Erzieherinnen und Kinder, die bundesweite Qualitätsdiskussion im Kindergarten, Medienerziehung, Aus- und Fortbildung, Leitung/Management von Kindertagesstätten und interkulturelle Erziehung.

• **Schule/Hochschule – im Zeichen des Umbruchs**

Dieser größte Angebotsbereich der didacta wird in den Hallen 11.1, 11.2 und 13.2 neu strukturiert. Im Vordergrund stehen neue Schulbücher und neue Konzepte, weiterentwickelte didaktische und methodische Konzepte, Lernsoftware und Bildungsportale sowie das Lernen mit neuen Medien. Ein umfassendes Rahmenprogramm mit Foren und Sonderschauen ist geplant: das „forum bildung“ als bildungspolitisches und pädagogisches Leitforum, das „Forum Multimedia“ mit neuen Lernkonzepten für Schule & Hochschule sowie das Symposium „Integrationspädagogik: Chancen und Schwierigkeiten einer Schule für alle“, das Meilensteine für neue pädagogische Wege markieren wird. Das geplante Themenspektrum der Sonderschauen reicht von Globalen Partnerschaften und Lernprojekten im Internet über Hochbegabtenförderung, Erleben lernen von Landwirtschaft und Ernährung, Lehrerbildung für selbstständige Schulen, Lernen in Netzen, Medienkompetenz-Förderung und Privatschule bis zur „Rollenden Waldschule“ und Sonderschauen über Musikerziehung.

