



**Karin Zauner: *Zuwanderung - Herausforderung für Österreichs Medien*,
Wien 2012: Holzhausen.**

255 Seiten, ISBN: 978-3854931997

Karin Zauner promovierte mit der vorliegenden Studie 2011 am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien nicht nur mit Auszeichnung, sondern erhielt dafür auch den Förderpreis für Medienforschung des Verbands Österreichischer Zeitungen (VÖZ). Sie rückt darin die MedienmacherInnen in den Blickpunkt: Bereits für ihre Magisterarbeit hatte sie 26 RedakteurInnen österreichischer Tageszeitungen und der APA befragt. In der vorliegenden Dissertation wertete sie nun qualitativ und quantitativ Interviews von 40 ChefredakteurInnen und GeschäftsführerInnen von Zeitung über Zeitschrift bis zu Radio und Fernsehen aus. Das Ergebnis ist ein Stimmungsbild der EntscheidungsträgerInnen in den österreichischen Medien zum Thema Zuwanderung und medialer Integration von ImmigrantInnen.

Zentrale Forschungsfrage der Studie war es, wie EntscheidungsträgerInnen von Medienbetrieben der Tatsache begegnen, dass sich die ethnische Zusammensetzung der Bevölkerung in Österreich und somit ihr Publikum verändert. Zauner geißelt den prekären Forschungszustand in Österreich zum Thema Zuwanderung und Massenmedien, zeigt zahlreiche inhaltliche blinde Flecken auf und benennt Ursachen dafür. Theoretisch lehnt sie sich an das Konzept der *medialen Integration* des Soziologen Rainer Geißler an. Im Mittelpunkt steht dabei zum einen die Auffassung des selbstbestimmt und eigenverantwortlich handelnden, aufgeklärten, autonomen Menschen, für den es um Chancengleichheit und Partizipationsmöglichkeit geht, sowie zum anderen die Idee einer „postmodernen Gesellschaft“, welche den Blick weg von einer „pseudohomogenen“, nationalen Gesellschaft in Richtung pluralistischer, diverser demokratischer Gesellschaften richtet (81) mit einem Bekenntnis zu einem diskriminierungsfreien Zusammenleben (101).

Im ersten Teil der Theorie verschafft Zauner einen kurzen Überblick über kulturtheoretische Ansätze sowie kommunikationstheoretische Konzepte. Es werden die

sich widersprechenden Argumentationsstränge in Bezug auf die Frage referiert, ob Medien überhaupt integrative Wirkungen haben oder nicht. Bündig wird ein Überblick über die Zuwanderungs- und Integrationspolitik und -entwicklung in Österreich gegeben. Ausführlicher wird die Entwicklung der österreichischen Medienlandschaft nachgezeichnet, wobei auf die desintegrative Wirkung einschlägiger Tageszeitungen genauso eingegangen wird wie auf den Mangel, dass es dem Österreichischen Presserat an einer gesetzlichen Basis für eine verpflichtende Teilnahme aller Medienbetriebe fehlt. Es findet sich eine Übersicht über die Landschaft der ethnischen Medien in Österreich, die zwar einen „Ethnomedien-Boom“ (134) erlebt, aber einen blinden Fleck in der Kommunikationswissenschaft darstellt. Zauner thematisiert deren integrationsfördernde Funktion und stellt die Unterschiede zu den Mainstream-Medien dar. Im Zusammenhang mit „Ethnomarketing“ weist Zauner darauf hin, dass es an Untersuchungen von ImmigrantInnen als Zielgruppe der Mediennutzung mangelt. Auch ein kurzer Überblick über den Forschungsstand von Inhaltsanalysen zum Migrationsdiskurs in den Medien fehlt nicht. Zauner macht deutlich, dass es bei der medialen Integration um einen Systemwandel gehen muss, um die Reflexion von Redaktionsroutinen vor allem durch die EntscheidungsträgerInnen, und zwar durch einen von der Führungsebene gestarteten Bewusstseinsbildungsprozess (167).

Im zweiten Teil werden dann die Ergebnisse der Studie präsentiert. Etwa wird deutlich, dass die journalistische Arbeit aus absatzstrategischen Gründen nicht als neutrale Berichterstattung, sondern als bewusste Verzerrung gesehen wird (192). Positive Berichterstattung würde hingegen als probates Mittel im Kampf etwa gegen Klischees eingeschätzt werden (193). Überwiegend besteht die Ansicht, dass ethnische Herkunft bei Kriminellen nur dann erwähnt werden sollte, wenn sie für den Sachverhalt eine Rolle spielt oder irgendwie mit dem Tatmotiv zusammenhängt (194). 40 Prozent der Befragten würden ethnische Diversität unter den MitarbeiterInnen für ein gutes Mittel halten, die Berichterstattung über Migranten zu verbessern; ebenfalls 40 Prozent lehnen dies aber ab (200ff).

Diese Studie ist erfreulich, nicht nur weil sie gut leserlich ist und ein deutliches Bild über das Selbstbild der österreichischen MedienmacherInnen zeichnet, sondern auch in konzentrierter Form einen theoretischen Überblick zur Integrationsthematik verschafft.

Armin Berger, JUFF – Fachbereich Integration