

Integration durch Medien?

Das fremdsprachige Radioprogramm im nichtkommerziellen Rundfunk der Schweiz unter besonderer Berücksichtigung der Situation von Neuzuzügern

Forschungsbericht zuhanden der Eidgenössischen Kommission für Migration EKA

von

Jan Weyand

Institut für Soziologie, Universität Erlangen-Nürnberg / klipp & klang radiokurse, Zürich

**Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg**



Institut für Soziologie

Kochstr. 4

D-91054 Erlangen



klipp & klang radiokurse

Schöneeggstrasse 5

CH-8004 Zürich

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Inhaltsverzeichnis | 2 |
| 1 Einleitung und Problemaufriss | 3 |
| 2 Fragestellungen und Ergebnisse, Gegenstand und Methoden der Studie | 7 |
| 2.1 Programmerhebung | 11 |
| 2.2 Zugangswege | 13 |
| 2.3 Nutzungsverhalten | 15 |
| 2.4 Durchführung der Untersuchung | 16 |
| 3 Das fremdsprachige nichtkommerzielle Radioprogramm in der Schweiz unter besonderer Berücksichtigung von Neuzuzüglern | 18 |
| 3.1 Programminhalte | 18 |
| 3.2 Programmsprachen | 26 |
| 3.3 Zusammensetzung der ausländischen Wohnbevölkerung und Herkunft der Sendungsschaffenden | 28 |
| 3.4 Die Abhängigkeit der Programmausrichtung von der sozialen Lage der Sendungsschaffenden | 32 |
| 3.5 Rahmenbedingungen der Sendungserstellung | 38 |
| 3.6 Zusammenfassung | 41 |
| 4 Zugangswege von Neuzuzüglern zum fremdsprachigen Radioprogramm | 43 |
| 4.1 Zugangswege | 43 |
| 4.2 Rahmenbedingungen | 45 |
| 4.3 Folgerungen | 46 |
| 5 Nutzungsverhalten | 48 |
| 6 Stellungnahme: Die Funktion des fremdsprachigen Radios für die Integration | 49 |
| 6.1 Integrationsfunktion | 49 |
| 6.2 Die Neuzuzüglern im fremdsprachigen Radioprogramm und dessen Nutzung | 49 |
| 6.3 Nutzung der Programme durch die Administration | 50 |
| 6 Literatur | 53 |
| 7 Anhang | 58 |

1 Einleitung und Problemaufriss¹

Nach der Eidgenössischen Volkszählung 2000 war bei 9% der Schweizer Wohnbevölkerung keine der vier Schweizer Landesprachen die Hauptsprache (Lüdi / Werlen 2005: 7 f.). In der Zwischenzeit wird der Anteil von in der Schweiz lebenden Menschen, die nicht eine der Schweizer Landessprachen als Hauptsprache sprechen, gestiegen sein. Nach den Prognosen zur Entwicklung der Migration in und nach Europa im Allgemeinen und in die Schweiz im Besonderen kann man davon ausgehen, dass er weiter steigen wird.

In solchen Zahlen und Prognosen drückt sich ein tiefgreifender Strukturwandel hin zu einer globalisierten Wissensgesellschaft aus, mit dem die Schweiz – wie andere europäische Staaten auch – konfrontiert ist. Elemente dieses Strukturwandels sind

- ein gestiegenes und weiterhin steigendes Ausmass von Migration,
- eine zunehmende Migration aus dem aussereuropäischen Kulturraum,
- wachsende Abhängigkeiten der Schweizer Wirtschaft von internationaler Zusammenarbeit und dem Umgang mit transnational agierenden Organisationen,
- eine - vor dem Hintergrund einer zunehmend wissensbasierten Ökonomie - steigende Bedeutung von Bildungsinvestitionen und der Entwicklung von wirksamen Mechanismen zur Förderung lebenslanger (Weiter-)bildung im beruflichen und ausserberuflichen Bereich (vgl. Drucker 1994; Stehr 2001; Willke 2001; Willke 2002),
- ein zunehmendes Risiko des Ausschlusses aus gesellschaftlichen Funktions- und Teilhabesystemen (vgl. Kronauer 2004; Stichweh 2005) für die geringer qualifizierten Teile der Bevölkerung.

Da der Zugang zur gesellschaftlichen Wirklichkeit, zu den Teilsystemen, in denen gesellschaftliche Leistungen erbracht werden wie zur symbolischen Ordnung und Legitimation dieser Systeme, durch Sprache vermittelt ist, tragen Migrantinnen und Migranten ohne Kenntnis der Landessprache ein besonderes Risiko, aus gesellschaftlichen Funktions- und Teilhabesystemen ausgeschlossen zu werden. Wie mit diesen Risiken umgegangen werden kann – und das heisst

¹ Der vorliegende Forschungsbericht stellt eine Ergänzung und Spezifizierung zu dem vom BAKOM unterstützten Forschungsprojekt „Der Beitrag des öffentlichen, privaten und nichtkommerziellen Rundfunks zur Integration sprachkultureller Minderheiten“ dar. Dieses Projekt wurde von klipp&klang radiokurse in Kooperation mit dem IPMZ der Universität Zürich (Prof. Dr. Heinz Bonfadelli) durchgeführt. Die Teile des Berichtes, die sich auf identische Fragestellungen beziehen, sind identisch. Beide Projekte unterscheiden sich hinsichtlich des Focus: Während der Schwerpunkt der Studie für das BAKOM auf der Analyse der Programminhalte des fremdsprachigen Radioprogramms einerseits und auf der Funktion dieser Programme für die Integration von Migranten andererseits liegt, liegt der Schwerpunkt dieser Studie auf der Funktion der Programme für die Integration von Neuzuzüglern, den Zugangswegen der Neuzuzüger zum Radio und der Nutzung des Mediums Radio durch Neuzuzüger.

immer auch: wie mit Vielsprachigkeit umgegangen werden kann –, ist eine der Gegenwartsfragen, von deren Beantwortung die zukünftige soziale Stabilität nicht unwesentlich abhängt.

Migranten ohne Kenntnis der Landessprache sind oft Neuzuzüger. Deren Situation unterscheidet sich von der Situation von Migranten, die schon länger im Land leben, durch den Grad der Unvertrautheit mit gesellschaftlichen Funktions- und Leistungssystemen sowie den Sitten und Gebräuchen der aufnehmenden Gesellschaft. Typischerweise besteht von Seiten der Neuzuzüger ein starkes Interesse an einer Akkulturation und der damit in der Regel verbundenen Fähigkeit, sich in der neuen Lebenswelt orientieren und bewegen zu können sowie sich in die relevanten gesellschaftlichen Leistungssysteme integrieren zu können. Gleichzeitig besteht ein erhebliches administratives Interesse daran, Neuzuzüger mit Informationen zu versorgen, die eine Voraussetzung ihrer Integration in gesellschaftliche Leistungssysteme wie der kulturellen Integration (etwa: Spracherwerb) sind. Wenigstens in diesem Punkt einer der Akkulturation und Integration förderlichen Information besteht eine Interessenkonvergenz zwischen Administration des Aufnahmelandes auf der einen und neu zugezogenen Migranten auf der anderen Seite.

Die pragmatische Reaktion auf eine sprachlich, kulturell und sozial fremde Welt ist die Integration in eine migrantische Community, in der durch und die es den Neuzuzügern möglich wird, sich in einer fremden und – wörtlich – unverständlichen Welt zu orientieren und zurechtzufinden. Migrantische Communities sind Mittler zwischen anfangs fremden Migranten und Einheimischen; ihre sozialen Netze eröffnen Personen, die nicht die Landessprache, aber die der Community sprechen, Möglichkeiten zu ökonomischer Reproduktion, gesundheitlicher Versorgung usw. Die Kommunikationsnetze der Communities bieten Orientierung, sie strukturieren den sozialen Raum über Information zu Aufenthaltsorten, Plätzen usw.

Zu der Alltagspraxis in diesen Communities gehört selbstverständlich die Nutzung von Massenmedien in der jeweiligen Muttersprache. Waren bis in die 80er des letzten Jahrhunderts Zeitungen oder andere Schrift verwendende Medien ein zentrales Mittel der Information, so hat sich dies in den letzten Jahren rasant verändert. Inzwischen können Radio- und Fernsehprogramme aus dem Herkunftsland ohne große Probleme empfangen werden, die Etablierung von Regeln des kapitalistischen Marktes im Bereich des Radios und des Fernsehens hat nicht nur eine Reihe von kommerziellen Sendestationen hervorgebracht, sondern auch neue Nischen, etwa für Ethnomedien, eröffnet. Schließlich ist das Internet als ein neues Informations- und Kommunikationsmedium hinzugekommen.

Die vorliegende Studie untersucht einen bestimmten Ausschnitt der medialen Kommunikation in migrantischen Communities in der Schweiz, die fremdsprachigen Radioprogramme. Wie die

Kommunikation in der Community sind solche Programme eine Schnittstelle zwischen dem Alltagsleben, das sich in einer der Schweizer Landessprachen vollzieht, und dem Alltagsleben, das sich in einer Fremdsprache vollzieht.

Natürlich sind solche Radioprogramme nicht die einzige Antwort auf die Frage nach dem Umgang mit Vielsprachigkeit. Entscheidend für die Übersetzung (im Sinne von Renn 2006) von Lebenswelten sind viel mehr die Sprachmilieus selbst, in denen sich nicht der Landessprache mächtige Migrantinnen und Migranten alltäglich bewegen, ihre formellen und informellen Organisationsstrukturen, die Verfügung über Ressourcen, formelle und informelle Zugriffsmöglichkeiten auf Funktionssysteme wie insbesondere den Arbeitsmarkt usw. Trotzdem sollte man die Bedeutung der fremdsprachigen Radiosendungen nicht unterschätzen. Gerade weil das Radio ein Massenmedium ist, das in seiner Reichweite nicht zuerst sozial, sondern technisch beschränkt ist, d. h. für jede Hörerin und jeden Hörer in gleicher Weise, unabhängig von der Einbindung in soziale Milieus, verfügbar ist, wenn die technischen Voraussetzungen (Reichweite des Senders und Verfügbarkeit eines Empfangsgeräts) gegeben sind, nimmt es eine besondere Stellung ein: Anders als die Kommunikation in der Community, die über Einbindung in soziale Netze, über persönliche Kontakte funktioniert, deren Teil also nur sein kann, wer über die entsprechenden Kontakte verfügt, funktioniert die Kommunikation über das Massenmedium Radio ohne Ansehen der Person.

Mit im Herkunftsland produzierten Radio- und Fernsehsendungen hat das in der Schweiz produzierte fremdsprachige Radioprogramm gemein, dass die Sprache von Migranten und vor allem von Neuzuzügern verstanden wird. Von dem im Herkunftsland produzierten Programm unterscheidet sich das in der Schweiz produzierte fremdsprachige Radioprogramm in einem wesentlichen Punkt: Es handelt sich um ein Programm, das in der Schweiz für Migranten gemacht wird, die in der Schweiz leben – während das Radio- und Fernsehprogramm im Herkunftsland für Personen gemacht ist, die dort leben.

Das macht das fremdsprachige Radioprogramm auch unter integrationspolitischen Gesichtspunkten interessant. Sind aber die fremdsprachigen Radioprogramme überhaupt auf die Situation von Migranten im Allgemeinen und die von Neuzuzügern im Besonderen zugeschnitten? Und wie kommen Neuzuzüger zum Radioprogramm? Handelt es sich dabei um eine gleichsam naturwüchsige Folge der Integration in die migrantische Community, weil das Radio dort ein fest etablierter Bestandteil des kulturellen Alltagslebens ist? Oder werden Neuzuzüger eher zufällig Hörer fremdsprachiger Radiosendungen? Nutzen sie das Programmangebot überhaupt?

Die vorliegende Untersuchung fragt

- (1) nach den Inhalten des fremdsprachigen Radioprogramms und danach, ob in ihm die besondere Situation von Neuzuzügern berücksichtigt wird,

- (2) nach den Wegen, über und durch die Migrantinnen und Migranten von dem fremdsprachigen Radioprogramm erfahren und
- (3) nach dem Nutzungsverhalten der Migrantinnen und Migranten im Hinblick auf das fremdsprachige Radioprogramm.

Nach einer Übersicht über die eingesetzten Methoden und einer Beschreibung der Durchführung der Erhebungen (2) wird zunächst ein allgemeiner Überblick über die Struktur des fremdsprachigen Radioprogramms in der Schweiz unter besonderer Berücksichtigung der Neuzuzüger gegeben (3). Im Anschluss daran werden die Ergebnisse der Untersuchungen zu den Zugangswegen (4) und zum Nutzungsverhalten (5) vorgestellt. Eine abschliessende Stellungnahme diskutiert Möglichkeiten der administrativen Nutzung fremdsprachiger Radioprogramme und den Beitrag des fremdsprachigen Radioprogramms zur Integration von Migranten im Allgemeinen und zur Integration von Neuzuzüglern im Besonderen (6).

An dieser Stelle sei allen gedankt, ohne deren Mithilfe und Mitarbeit die Studie nicht hätte durchgeführt werden können: Den Produzentinnen und Produzenten der fremdsprachigen Radiosendungen für ihre Bereitschaft, an der Studie teilzunehmen und sich interviewen zu lassen, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der nichtkommerziellen Radios für ihre engagierte Mitarbeit und oft freundliche Unterstützung des Projekts, dem Forschungsteam um Heinz Bonfadelli für die gute Zusammenarbeit und die freundliche Überlassung einiger für diese Studie relevanter Teilergebnisse, Reto Friedmann von klipp&klang radiokurse für die organisatorische Abwicklung und Unterstützung, Ulrich Wenzel für die Unterstützung der Auswertung und insbesondere Nicole Burgermeister und Lucia Vasella, die das Projekt mit Engagement und Sachverstand durchgeführt haben. Lucia Vasella danke ich zudem für eine ausgesprochen hilfreiche Korrektur des vorliegenden Berichts.

2 Fragestellungen und Ergebnisse, Gegenstand und Methoden der Studie

Eine Untersuchung des fremdsprachigen Radioprogramms verbindet zwei Forschungsfelder, Medien- und Migrationsforschung.

Im Gebiet der soziologischen Medienforschung ist die derzeitige Forschungslage zur Bedeutung der Massenkommunikation für die Integration sprachkultureller Minderheiten durch weit reichende begriffliche Unklarheiten und Widersprüche bei der Konzeptualisierung der Integrationsfunktionen und –mechanismen von Massenkommunikation gekennzeichnet (zur Kritik vgl. z. B. Sutter/Charlton [Hrsg.] 2001; Wenzel 2001; Vlasic 2004). Untersuchungen über die Thematisierung von Migranten und Migrantenkulturen in Massenmedien sowie Untersuchungen über die Mediennutzung von Migranten selbst und die hiermit verbundenen Integrationswirkungen bzw. -potentiale nehmen in jüngerer Zeit zwar zu, verfügen aber in vielen Fällen über keine klare und tragfähige theoretische und empirische Grundlegung (vgl. die auf Deutschland konzentrierte Literaturübersicht in Geißler/Pöttker [Hrsg.] 2005 a und die zusammenfassende Bewertung in Geißler/Pöttker 2005 b). Das Forschungsfeld kann als umstritten und noch nicht tiefgehend erschlossen bezeichnet werden (vgl. Jarren 2000; Husband 2001; Imhof u. a. 2002; Busch 2003; Geißler/Pöttker 2006 a).

Im Gebiet der soziologischen Migrationsforschung ist die Funktion der Integration in eine Community für die Integration in die Aufnahmegesellschaft umstritten. Nach der einen Auffassung ist eine bessere Binnenintegration unter bestimmten Bedingungen der Integration förderlich (Elwert 1982), nach der anderen Auffassung ist sie der Integration von Migranten auf längere Sicht gesehen hinderlich (Esser 2000), weil sie durch das Angebot von Perspektiven im Binnenraum die Akkulturation von Migranten verhindere.

Die vorliegende Studie greift diese Auseinandersetzung auf. In Frage steht, inwiefern ein Medium, das seiner Struktur und Funktion nach Teil der Community ist und zu deren Binnenkohäsion beiträgt, einen Beitrag zur Integration von Migranten in die Schweiz leistet. Insofern zielt die Studie auf einen Beitrag zur Theorie und Praxis medialer Integration.

Um Aufschluss über den Inhalt und die Struktur des fremdsprachigen, nichtkommerziellen Rundfunkangebots zu bekommen, wurde über einen Zeitraum von vier Wochen eine Programmerhebung des fremdsprachigen Programmangebots bei den sechs nichtkommer-

ziellen Radiostationen Radio LoRa (Zürich), Radio RaBe (Bern), Kanal K (Aarau), Radio X (Basel), Radio RaSa (Schaffhausen) und Radio Cité (Genf) durchgeführt.²

Die Programmerhebung wurde durch Interviews mit ausgewählten Programmschaffenden ergänzt, in denen Daten zur organisatorischen Praxis der Sendungserstellung und zur Vernetzung (Formen der Arbeitsteilung, Informationsquellen, Kooperationen, soziale Einbettung) erhoben wurden. Im Mittelpunkt des Erkenntnisinteresses standen das Ausmass, die Orientierung und die Vernetzung des zivilgesellschaftlichen Engagements der Programmschaffenden. Welche Gestalt haben die sozialen Netze der Programmschaffenden und wie sind sie in die Herkunfts- und in die schweizerische Alltagskultur eingebunden? Welche Beziehung existiert zwischen dieser Einbindung und den Inhalten der Radioprogramme? Fungieren die Produzenten der migrantenspezifischen Rundfunkprogramme als kulturelle Übersetzer (im Sinne von Renn 2006) zwischen der aufnehmenden Kultur und der Herkunftskultur?

Zur Erhebung der Zugangswege wurden unterschiedliche Techniken der Sozialforschung eingesetzt. Die Aussagen zum Mediennutzungsverhalten basieren auf einer Online-Befragung.

Die Untersuchung zeigt **erstens**, dass die Binnenintegration in die Community und die Integration der Migranten in die Lebenswelt in der Schweiz einander nicht ausschliessen, sondern einander wechselseitig bedingen. Die **basale Funktion der Integration** fremdsprachiger Radiosendungen liegt darin, Migranten, die der Landessprache nicht mächtig sind, eine Lebenswelt in ihre Muttersprache zu übersetzen. Dadurch wird einerseits die Binnenkohäsion der Community gestärkt (das Radio ist ein Medium, in dem sich die Community symbolisch reproduziert), andererseits die Integration von Migranten in die Schweiz gestärkt. Ein nicht unwesentlicher Grund dafür ist der hohe Integrationsgrad der Sendungsschaffenden und die damit verbundene Orientierung an den Lebenszusammenhängen in der Schweiz.

Die Funktion der Integration mit Blick auf Neuzuzüger besteht **zweitens** darin, dass die Programme inhaltlich die Lebensverhältnisse von Migranten in der Schweiz thematisieren und Informationen verbreiten, die auch für Neuzuzüger relevant sind. Eine Orientierungsfunktion ist mit Sicherheit auf der Ebene der Lebenswelt gegeben (Orientierung im Alltag). Ein spezielles Angebot für Neuzuzüger wurde zum Zeitpunkt der Erhebung von keiner der untersuchten Radiostationen ausgestrahlt. Das Programmangebot für Neuzuzüger lässt sich auf folgende Formel bringen: Das bestehende Angebot ist für Neuzuzüger relevant, aber nicht speziell auf diese ausgerichtet. Dem korrespondiert auf Seiten der Radiostationen, dass eine besondere Werbung für Neuzuzüger praktisch nicht stattfindet. Die Gründe hierfür sind allerdings weniger auf Seiten der Motivation der Programmschaffenden oder der Organisation der Radiostationen

² Zu den Sendegebieten der Radiostationen vgl. Anhang A.

zu suchen, sondern vor allem anderen in der finanziellen Ausstattung der nichtkommerziellen Radiostationen, die die Handlungsmöglichkeiten der Akteure erheblich einschränkt.

Auf Seiten der Neuzuzüger entspricht diesem Befund - und das ist das **dritte** relevante Ergebnis -, dass der Weg zum Radio eher zufällig ist. Man kann daraus folgern, dass das fremdsprachige Radio zwar eine wesentliche und gleich näher zu erläuternde Rolle bei der Integration von Migranten spielt, dass es aber bei der Akkulturation von Neuzuzügern zu Anfang ihres Aufenthalts *keine* herausgehobene Funktion hat. Ob dies so bleibt oder nicht, ist vor allem anderen eine politische Frage – eine Veränderung der gegenwärtigen Situation ist mit Kosten verbunden.

In diesem Zusammenhang ist **viertens** festzustellen, dass das fremdsprachige Radioprogramm nicht nur in seiner derzeitigen Gestalt, sondern auch mit Blick auf das Nutzungsverhalten für Behörden als Informationsmedium sowohl für Migranten allgemein wie für Neuzuzüger im Besonderen derzeit eingeschränkt geeignet ist: Weder werden Neuzuzüger systematisch an das Programm herangeführt noch spielt das fremdsprachige nichtkommerzielle Radio in der Schweiz als Masseninformationsmedium eine Rolle. Für eine Änderung der derzeitigen Lage gilt das schon Gesagte: Nach der vorliegenden Untersuchung spricht auf einer grundsätzlichen Ebene nichts prinzipiell gegen eine Nutzung des fremdsprachigen Rundfunks als Informationsmedium – eine Veränderung der Situation wird aber mit Kosten verbunden sein. Nach den Ergebnissen dieser Studie scheint es sinnvoll, das Radio als *ein* Medium unter anderen Medien auch für administrative Zwecke zu nutzen – zumal die oben schon genannte Interessenkonvergenz von Neuzuzügern einerseits und Administration andererseits im Hinblick auf deren Akkulturation und Integration besteht.

Da Fragen zu integrativen Funktion von Medien auf der Grundlage begrifflicher Überlegungen gestellt und beantwortet werden, werden wir zunächst die Verwendung der grundlegenden Begriffe spezifizieren, d. h. der Begriffe Migration, Fremdsprachigkeit, Migrationshintergrund und Integration. Theoretisch schliesst die folgende Studie an die soziologische Handlungstheorie in der Tradition von Max Weber und Alfred Schütz an. In dieser Tradition stellt sich die Frage nach der Integration von Migranten als Frage nach dem Aufbau und der Struktur der alltäglichen Lebenswelt von Migranten im Aufnahmeland.

Als „**fremdsprachig**“ gelten Radiosendungen, die entweder nicht oder nicht ausschliesslich in einer der vier Schweizer Landesprachen ausgestrahlt werden oder sich an Migranten richten.³

³ Im Untersuchungsgebiet waren das Sendungen, die in der Deutschschweiz in einer nicht-deutschen Sprache oder in der französischen Schweiz nicht in französischer Sprache ausgestrahlt wurden oder sich auf französisch oder italienisch an Migrantinnen und Migranten richteten (Italiener bildeten in den

Als **Migranten** werden, im Anschluss an eine klassische Formulierung von Robert E. Park, Personen verstanden, die zwischen Staaten wandern und dabei den Wohnort wechseln (Park 1928). Der Wechsel zwischen unterschiedlichen Lebenswelten konstituiert das Phänomen der Fremdheit (vgl. Simmel 1992, Schütz 1972a, Schütz 1972b), d. h. der Unvertrautheit mit einer Lebenswelt – auf beiden Seiten, auf Seiten der Einheimischen wie auf Seiten der Migranten. Einen **Migrationshintergrund** haben Personen, deren Eltern oder Grosseltern migriert sind.

Auf Migration reagieren Programme der **Integration**. Integration kann nach Eisenstadt als ein dreistufiger Prozess beschrieben werden, in dem auf eine Phase der Akkulturation eine Phase der Integration und schliesslich eine der Assimilation folgt (Eisenstadt 1954). Integration vollzieht sich in mehreren Dimensionen (vgl. Esser 1980). Auf der Ebene der Person verändern sich die Deutungsformen und Wahrnehmungsweisen, mit Alfred Schütz gesprochen, die Wissensvorräte und damit Relevanzen und Typiken der Migranten, sozial bezeichnet Integration den Aufbau von Freundschafts- und Bekanntschaftsbeziehungen zwischen Einheimischen und Migranten, systemisch bezeichnet Integration schliesslich die Einbindung der Migranten in die gesellschaftlichen Funktionssysteme. Festzuhalten ist in diesem Zusammenhang, dass erstens jede Form von Integration sprachlich vermittelt ist und zweitens die basale Kompetenz im Umgang mit den Organisationen, Funktionssystemen und Milieus der aufnehmenden sozialen Einheit die Kenntnis der Landessprache ist. Eben weil diese in der Regel erst erworben werden muss, stellt sich ja die Frage nach der Erreichbarkeit des Teils der Migrantinnen und Migranten, der über diese Fertigkeit nicht verfügt.

Integration bezeichnet auf Seiten der Migranten die *Fähigkeit*, sich in den unterschiedlichen gesellschaftlichen Handlungsbereichen des den Migranten aufnehmenden Staates bewegen zu können. Integration bezeichnet auf Seiten des aufnehmenden Landes, Migranten die *Möglichkeit* zu eröffnen, sich in jenen Handlungsbereichen zu bewegen. Sowohl Möglichkeit wie Fähigkeit sind nicht einmal gegeben, sondern sind vielmehr Gegenstand alltäglicher Aushandlung unter wechselnden Bedingungen (die Integration in den Arbeitsmarkt etwa setzt neben Fähigkeiten auf Seiten der Migranten, etwa Sprachkompetenz, also eine gelungene Integration in die Systeme sekundärer Sozialisation bzw. in das Bildungssystem, die Bereitschaft auf Seiten der Arbeitgeber voraus, Migranten auch einzustellen, das wiederum ein kulturelles Klima, in dem Migranten nicht als Angehörige einer „Parallelgesellschaft“ typisiert werden. Die Integration von Migranten in das Bildungssystem etwa ist von Seiten des Bildungssystems von einer Vielzahl von aushandelbaren und wechselnden politischen Entscheidungen abhängig, etwa der Bewilligung oder Kürzung von Sprachförderprogrammen usw.).

50er und 60er Jahren des letzten Jahrhunderts die grösste Einwanderergruppe in die Schweiz (vgl. Hoffmann-Nowotny 2000: 14)). Vgl. zum Folgenden auch Vasella 2007.

In einer solchen Perspektive erscheint der Kristallisationspunkt der öffentlichen Debatte, die bejahende oder verneinende Antwort auf die Frage nach der kulturellen Assimilation, d. h. der Ähnlichkeit der habituellen Praxen, in denen das Alltagsleben von Migranten und Einheimischen bewältigt wird, als unterkomplex. Die Frage nach der Integration stereotyp mit kultureller Assimilation zu beantworten, führt nicht weiter. Erst wenn man sich davon löst, wird der Blick frei für relevante Fragen der gegenwärtigen Integrationspolitik, etwa, wie moderne Gesellschaften mit Vielsprachigkeit umgehen und in wie weit und unter welchen Bedingungen in diesem Zusammenhang eine Stärkung oder eine Schwächung der Binnenintegration von Communities auf längere Sicht zur Integration von Migranten in das Aufnahmeland beiträgt. Der Diskussion dieser Frage in einem Ausschnitt, dem fremdsprachigen Radioprogramm, dient die vorliegende Studie.

Zur Erhebung der Übersicht über Struktur, Aufbau und Inhalt der fremdsprachigen Radiosendungen und ihrer Berücksichtigung der besonderen Situation von Neuzuzügern wurde ein quantitatives Erhebungsinstrument entwickelt (2.1). Um die Frage zu beantworten, wie Neuzuzüger an eine Radiosendung in ihrer Muttersprache gelangen, wurden in diesen Programmen Hörerumfragen durchgeführt, Interviews mit Programmschaffenden, Expertengespräche mit Verantwortlichen der Radiostationen und eine Online-Umfrage geführt (2.2). Das Nutzungsverhalten schliesslich wurde im Rahmen einer Online-Befragung in einem vom BAKOM finanzierten und von der Forschungsgruppe um Heinz Bonfadelli an der Universität Zürich durchgeführten Forschungsprojekt erhoben (2.3).

2.1 Programmerhebung

Zur Erstellung der Übersicht über das Programm der fremdsprachigen Radiosendungen der nichtkommerziellen Radiostationen wurde das Programmangebot über einen Zeitraum von vier Wochen (15. Januar 2006 – 11. Februar 2006) mit Hilfe zweier standardisierter Fragebögen erhoben. In diesem Zusammenhang wurden auch Daten zur Ausrichtung der Programme auf Neuzuzüger sowie zu spezieller Sendungswerbung bei Neuzuzügern erhoben. Die Erhebung wurde als Totalerhebung durchgeführt. Eine Stichprobe hätte Kriterien vorausgesetzt, nach denen diese gezogen hätte werden und durch die ihre Repräsentativität hätte gewährleistet werden können. Da die Voraussetzung auf Grund der Unerschlossenheit des Feldes nicht gegeben war und das Feld zudem recht dynamisch ist, war eine Totalerhebung der einzig mögliche Weg der Datenerhebung.

Die Fragebögen wurden im Rahmen von Interviews erhoben, die Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter des jeweiligen Radios mit den Sendungsmacherinnen und Sendungsmachern führten. Die

Fragebögen waren in deutscher bzw. französischer Sprache abgefasst. Gegen ein solches Vorgehen lassen sich grundsätzliche Einwände erheben, die die Sprache der Fragebögen (1) und die Erhebung von Programmdaten über Befragungen betreffen (2).

(1) Gegen die Abfassung der Fragebögen in Deutsch bzw. Französisch lässt sich einwenden, dass – neben erwartbaren Verständigungsschwierigkeiten – nur die Vertreterinnen oder Vertreter einer Sendungsgruppe befragt werden können, die einer der beiden Sprachen mächtig sind. Damit wird die Fähigkeit des Befragten, sich in einer der Landessprachen auszudrücken, zu *dem* Kriterium seiner Befragung. Die Anlage der Untersuchung führt folglich dazu, dass nur solche Personen befragt werden, die auf der basalen Ebene der Sprache integriert in dem Sinne sind, dass sie sich in der Landessprache verständigen können. Nicht nur steht daher zu erwarten, dass die Daten eher die Position der – wenigstens auf der Ebene der Sprache – gut integrierten Migrantinnen und Migranten wiedergeben, auch das anfangs zitierte Zehntel der Bevölkerung, das keine der Schweizer Landessprachen spricht, ist so von vorneherein von der Untersuchung ausgeschlossen.

(2) Gegen eine Programmanalyse über eine Befragung der Produzenten der Programme lässt sich einwenden, dass nicht mehr kontrollierbar ist, ob die Antworten das tatsächliche Programm oder doch nur die Annahmen des Interviewten hinsichtlich der Erwünschtheit bestimmter Antworten widerspiegeln. Dass die Interviews zudem von Funktionsträgern in den Radios geführt wurden, verstärkt die Vermutung, dass sich die Antworten weniger auf das tatsächliche Geschehen und mehr auf das als erwünscht vermutete Geschehen beziehen.

Beide (und einige weitere) Einwände sind vor Beginn der Studie ausführlich diskutiert worden. In beiden Fällen gilt, dass die Berücksichtigung des Einwands den personellen und damit auch den finanziellen Aufwand für die Erstellung der Studie potenziert hätte: Um beiden Einwänden zu begegnen, hätte man die Programmanalyse durch das Abhören der jeweiligen Sendungen in der Landessprache durchführen müssen. Da dies knapp 30 verschiedene Sprachen betrifft, wäre nicht nur das bewilligte Budget durch erforderliche Mittel für zusätzliches Personal und Übersetzungen gesprengt worden. Auch wäre das Mass zwischen eingesetzten Mitteln und erzieltm Ertrag verloren worden.

Wir gehen davon aus, dass die Ergebnisse den in den beiden Punkten genannten Einflüssen unterliegen. Allerdings sind die Ergebnisse in vielen Punkten so eindeutig, dass wir begründet annehmen können, dass eine andere Untersuchung, die die Einwände beherzigt hätte, zwar zu quantitativ genaueren, nicht aber zu qualitativ anderen Ergebnissen gekommen wäre. Entsprechend beanspruchen wir Validität nicht für exakte quantitative Angaben wie etwa die Aussage, dass 38% der Sendungen mehrsprachig sind. Die Angabe gilt zwar für unser Sample, ob sie sich aber unter anderen Untersuchungsbedingungen exakt bestätigen würde, ist

ungewiss. Wir beanspruchen Validität allerdings für die damit verbundene Folgerung, dass die fremdsprachigen Sendungen auf der Ebene der Sprache Teil kultureller Integration sind (zur Begründung der Folgerung: s. u.). Denn für die Folgerung ist es in der Tat nicht entscheidend, ob nun mit Blick auf alle ausgestrahlten Sendungen der Prozentsatz etwas darunter oder etwas darüber liegt.

Für den Einsatz von Radiomitarbeiterinnen und –mitarbeitern zur Datenerhebung sprachen mehrere Gründe:

Erstens erwarteten wir dadurch eine erhebliche Steigerung der Teilnahmebereitschaft der Sendungsmacherinnen und –macher. Schriftliche Befragungen können je nach Erhebungsmethode mit so erheblichen Ausfallquoten verbunden sein (vgl. exemplarisch Atteslander 2000: 147), dass das Untersuchungsziel gefährdet wird. Insbesondere wegen der Sprache, in der die Erhebung durchgeführt wurde, hielten wir diese Befürchtung für nicht unrealistisch, so dass vorab Massnahmen zur Reduktion der Ausfallquoten zu treffen waren. Zweitens wurde angenommen, dass durch die Bekanntheit von Interviewer und Interviewtem ein mögliches Misstrauen der Interviewten gegenüber den Zielen der Erhebung reduziert werden würde. Drittens sollte auf diesem Weg das Sprachproblem zwar nicht gelöst, aber gemildert werden: Die Interviewerinnen und Interviewer wurden so ausgewählt, dass eine Sprachkompetenz in den häufigsten Sendungssprachen sichergestellt war (d. h. in den Sprachen Französisch, Italienisch, Spanisch, Türkisch und Englisch). Dem gegenüber stand die Befürchtung, dass durch den Einsatz der Radiomitarbeiterinnen und –mitarbeiter die Wahrscheinlichkeit sozial erwünschter Antworten zunimmt. Dieses Risiko haben wir angesichts der Vorteile in Kauf genommen.

Insgesamt wurden elf Interviewerinnen und Interviewer eingesetzt, ausnahmslos Radiojournalisten mit Erfahrung in der journalistischen Interviewführung und in der Regel mit Kenntnissen in einer der häufig gesprochenen Migrantensprachen. Die Interviewerinnen und Interviewer wurden vorab geschult, d. h. über das Vorhaben informiert (insbesondere über Zweck und Rahmenbedingungen der Studie sowie über den geplanten Ablauf der Interviews). Die Interviewerinnen und Interviewer erhielten eine Aufwandsentschädigung.

2.2 Zugangswege

Die Frage, wie Migranten eigentlich zum Radio kommen, ist nicht ganz leicht zu beantworten. Man kann nur die fragen, die Radio hören, erfährt also nur etwas über realisierte Zugangswege. Wir müssen folglich unterstellen, dass in der Vergangenheit realisierte Zugangswege in der Gegenwart von Relevanz sind (zur Problematik dieser Unterstellung: s. u.). Um die

Zugangswege zu erheben, wurden mehrere Methoden eingesetzt: Hörerumfragen, Interviews mit Sendungsschaffenden, Interviews mit Radioverantwortlichen und eine Online-Befragung.

Alle Verfahren sind mit gewissen Schwierigkeiten verbunden, die nicht ohne Einfluss auf die Ergebnisse bleiben. Zunächst gelten bei den Interviews wegen der Interviewsprache natürlich die gleichen Einwände, die schon gegen die Durchführung der quantitativen Erhebung ins Feld geführt wurden. Vielleicht mehr noch als bei der standardisierten Erhebung wäre es hier wünschenswert gewesen, die Interviews in der jeweiligen Landessprache zu führen. Auch hier gilt, dass die Realisierung dieses methodisch gebotenen Vorgehens (vgl. exemplarisch: Reichertz 2007) den vorgegebenen Kostenrahmen gesprengt hätte. Die Zugangswege, die über Interviews mit Sendungsschaffenden erhoben werden können, sind sozial hoch selektiv, da es sich bei den Sendungsschaffenden typischerweise um in ihre Community hoch integrierte Personen handelt.⁴

Für die Hörerbefragungen wurden Sendungsschaffende von fremdsprachigen Sendungen gesucht, die in ihrer Sendung bereit waren, die Hörer zu bitten, telefonisch auf drei Fragen zu Antworten:

- 1 Wann hast Du das erste Mal von unserer Sendung oder einer anderen in dieser Sprache bei unserem Radio gehört?
- 2 Wie hast Du von unserer Sendung erfahren?
- 3 Wie lange lebst Du schon in der Schweiz?

Die Fragen wurden in der Ausstrahlungssprache der jeweiligen Sendungen gestellt, so dass auch solche Personen angesprochen werden konnten, die einer der Schweizer Landessprachen nicht mächtig sind. Allerdings gilt auch hier, dass es kein methodisches Verfahren gibt, mit dem die Repräsentativität der Anrufenden hätte sichergestellt werden können. Man kann erwarten, dass sich vor allem die melden, die sich dem Radio aus welchen Gründen auch immer verbunden fühlen.

Durch Interviews mit Radioverantwortlichen erfahren wir etwas über die Einschätzung typischer Zugangswege von mit dem Untersuchungsfeld bestens vertrauten Personen, aber wir haben keine Möglichkeit, die Sachhaltigkeit dieser Einschätzungen zu kontrollieren.

Online-Befragungen schließlich sind wegen der vorausgesetzten Medienkenntnisse sozial hoch selektiv; schriftliche Befragungen allgemein wegen der vorausgesetzten Sprachkenntnisse.

⁴ Die Kriterien für die Auswahl der Interviewpartnerinnen und -partner wurden nach einer ersten Grobauswertung der in der Programmerhebung gewonnenen Daten festgelegt. Auswahlkriterien waren die Aufenthaltsdauer (fünf oder weniger Jahre/ mehr als fünf Jahre/ in CH geboren), der Themenschwerpunkt der Sendung (Schweiz/ Herkunftsland/ Musik und Unterhaltung), die Ein- oder Mehrsprachigkeit der Sendung und schließlich die Zugehörigkeit der Sendungsmacherin bzw. des Sendungsmacher zu einer zum Zeitpunkt der Einwanderung zahlenmäßig relevanten Einwanderungsgruppe.

Daraus folgt erstens, dass die Ergebnisse nicht als repräsentativ angesehen werden können. Umgekehrt scheint es in diesem noch wenig erschlossenen Forschungsfeld ratsam, zu Beginn der Forschungen weniger auf repräsentative und mehr auf explorative, das Feld erschliessende Überlegungen zu setzen, die später ggf. in quantitativen Studien überprüft werden können.

Zweitens aber folgt, dass die Aussagen über die Zugangswege dann in einem qualitativen Sinn als gültig angesehen werden können, wenn die einzelnen Erhebungsmethoden zu vergleichbaren Ergebnissen kommen. Da die eingesetzten Untersuchungsmethoden recht unterschiedliche Schwachpunkte aufweisen, ist davon auszugehen, dass mit dem Grad der Übereinstimmung der Ergebnisse auch die Gültigkeit der Ergebnisse zunimmt.

2.3 Nutzungsverhalten

Untersuchungen zum Nutzungsverhalten sollten Auskunft zu der Frage geben, wie verbreitet das fremdsprachige Radio als Informationsquelle unter Migranten ist. Um das Nutzungsverhalten zu erheben, wurde von der Forschungsgruppe um Bonfadelli eine Online-Befragung durchgeführt. Im Rahmen dieser in zwei der Schweizer Landessprachen, Deutsch und Französisch, durchgeführten Erhebung wurde das subjektive Verhalten bezüglich der Nutzung von Massenmedien erfragt.

Für diese Erhebung gelten die schon diskutierten Einwände hinsichtlich der Untersuchungssprachen. Online-Befragungen in Deutsch oder Französisch setzten einen hohen Grad kultureller Integration voraus. Darüber hinaus sind Online-Befragungen sozial hoch selektiv: Sie setzen erstens Fertigkeiten im Umgang mit dem Internet voraus, über die keineswegs alle Migranten verfügen und sie setzen zweitens eine intrinsische Motivation auf Seiten des Befragten voraus, an der Befragung teilzunehmen. Man kann daher einen hohen Anteil an hoch gebildeten Personen erwarten. Das ist deshalb besonders misslich, weil nach Studien zum Mediennutzungsverhalten dieses Verhalten nicht unwesentlich abhängt vom Bildungsgrad der Befragten. Wir können also nur Aussagen über eine spezifische Gruppe von Migranten treffen.

Aber auch für diese Erhebung gilt, dass es uns nicht darum geht, möglichst verallgemeinerbare Daten zu produzieren, sondern Daten, bei deren Erhebung erstens Ertrag und Aufwand in einem vertretbaren Verhältnis stehen, die zweitens in einem explorativen Sinne zur Felderschliessung beitragen und die drittens die Forschungsfragen beantworten können. Ganz unabhängig von der sozialen Selektivität der Erhebungsmethode sind die Ergebnisse der Online-Befragung so eindeutig, dass diese Kriterien als erfüllt angesehen werden können.

2.4 Durchführung der Untersuchung

Da das Gelingen der Datenerhebung wesentlich von der Unterstützung durch die Radiostationen abhängig war, wurde von Anfang an Wert auf eine gute Zusammenarbeit gelegt. Die Radios wurden frühzeitig über Zweck und Inhalt der Studie informiert. Nicht bei allen Radiostationen konnten auf diesem Wege Misstrauen und Skepsis gegenüber der Studie abgebaut werden. Entsprechend verhalten war die Zusammenarbeit in einzelnen Fällen. Insgesamt war die Offenheit gegenüber der qualitativen Erhebung bei den Radiostationen größer.

Im Dezember 2006 wurde ein Pretest des Erhebungsinstruments durchgeführt. Die Erhebung konnte bei einem Radio nicht zwischen dem 15.1.2007 und dem 12.2.2007 durchgeführt werden. Hier wurden die Daten in den vier Wochen bis zum 15. März erhoben.

Da sich ein großer Teil der erhobenen Daten auf die ausgestrahlte Sendung bezog, diese Daten aber über den Umweg einer Befragung der Sendungsmacherinnen und –macher erhoben wurden (zur Begründung vgl. 2.1), sollte die Datenerhebung möglichst kurz nach der ausgestrahlten Sendung erfolgen. Entsprechend fanden die Interviews in der Regel in den Radiostationen statt. Die zeitliche Nähe zwischen Interview und Sendung konnte nicht in allen Fällen, aber doch überwiegend, gewahrt werden.

Während der Dauer der Erhebung wurde zwischen Forschungsteam und Interviewern ein intensiver Kontakt zur möglichst kurzfristigen Bearbeitung möglicherweise auftretender Probleme und zur Motivation der Interviewer gepflegt. Die ersten beiden von den Interviewern zurückgesandten Fragebögen wurden auf Vollständigkeit und Korrektheit überprüft. Im Fall unvollständig oder unkorrekt ausgefüllter Bogen wurden die Interviewer kontaktiert und auf das korrekte Verfahren hingewiesen. Dieses Verfahren funktionierte in 2/3 der Fälle. In den restlichen Fällen wurden die Bögen von den Interviewern zu spät oder gar nicht zurückgesandt.

Der Leitfaden für die Interviews wurde parallel zur Auswahl der Interviewpartnerinnen und –partner entwickelt und einem Pretest unterzogen. Alle ausgewählten elf Interviewpartnerinnen und –partner willigten ein. Die Interviews wurden im April und im Mai 2007 von den beiden Projektmitarbeiterinnen geführt; sie dauerten zwischen 30 und 45 Minuten und fanden in den meisten Fällen in den Radiostationen statt. Auch hier stellte die Sprache das größte Problem dar: In einigen Fällen hatten die Interviewten Schwierigkeiten, die Fragen in ihrer Bedeutung zu verstehen. Dies führte zu einem teilweise etwas stockenden Verlauf der Gespräche und zu Metakommunikationen, d. h. Verständigungen über das Thema des Interviews. Was für das Verstehen der Frage gilt, gilt auch für die Artikulation der Antwort. Den Interviewten fiel es nicht immer leicht, die Antwort in der deutschen Sprache zu artikulieren, d. h. sie konnten sich nicht immer so ausdrücken, wie sie selbst es gewollt und gewünscht hätten.

Von den Interviewten lebten 4 seit weniger als 5 Jahren in der Schweiz, 5 lebten länger als 5 Jahr hier, zwei waren hier geboren. Vier der Sendungen hatten einen Schwerpunkt auf Schweizer Themen, vier auf eher ausländischen Themen, drei auf Musik und Unterhaltung. Drei der Interviewten vertraten mehrsprachige Sendungen. Die Herkunftsländer verteilen sich wie folgt: Türkei (Kurdistan) (2x); Spanien, Sri Lanka, Kosovo, Italien, Kolumbien, Argentinien, Bolivien, Schweiz (mit Migration der Eltern aus Kroatien bzw. Italien).

Die Hörerbefragungen wurden von den Sendungsschaffenden selber in ihrer Muttersprache entweder live oder off-air durchgeführt, die Antworten auf Deutsch in ein Formular eingetragen. Die Durchführung der Umfrage erwies sich in zwei Punkten als ausgesprochen schwierig. Erstens war es nicht leicht, die Sendungsschaffenden zur Durchführung der Umfrage zu motivieren. Zweitens traten erhebliche Verständigungsschwierigkeiten zwischen Sendungsschaffenden und Projektmitarbeiterinnen hinsichtlich der Durchführung der Umfrage auf. Diese waren nur mit sehr grossem Aufwand und nur teilweise zu reduzieren.

Insgesamt sind 13 Sendungen in den folgenden Sprachen gebeten worden, die Umfrage in ihrer Sendung durchzuführen: Spanisch (Lateinamerika, 2x), Albanisch (Kosovo, 2x), Italienisch (3x), Kroatisch (2x), Englisch (2x), Portugiesisch, Türkisch. Tatsächlich durchgeführt wurde die Umfrage in sechs Sendungen mit den Sendungssprachen Albanisch (2x), Portugiesisch, Türkisch, Italienisch und Spanisch. Die Ergebnisse waren eher bescheiden: 17 Hörer und Hörerinnen haben auf die Aufrufe reagiert. Dies ist vor allem deshalb bedauerlich, weil in der Hörerbefragung auch solche Migranten zu Wort hätten kommen können (und sollen), die nicht oder nur schlecht Deutsch oder Französisch sprechen.

Eine Erklärung für die geringe Beteiligung ist mit Sicherheit darin zu suchen, dass die Beteiligung an Umfragen, für die Hörerinnen und Hörer keine Gegenleistung erhalten, sowohl im fremdsprachigen wie im deutschsprachigen Programm eher gering ist. Hinzu kommen in einzelnen Fällen sprachliche Verständigungsschwierigkeiten zwischen Forschungsteam und Sendungsschaffenden. Trotzdem sind die Ergebnisse gut verwertbar, da sie mit Ergebnissen der anderen Erhebungen übereinstimmen.

Die Befragung der Experten in den Radios wurde in etwa parallel mit den Interviews mit den Sendungsschaffenden durchgeführt. Zur Befragung wurde ein Gesprächsleitfaden entwickelt.

Die Online-Befragung zum Nutzungsverhalten schliesslich wurde im Schneeballsystem zirkuliert. Ausgewertet werden konnten 61 französische und 362 deutsche Fragebögen. Auch hier gilt, dass die Ergebnisse gut verwertbar sind, da sie mit den Ergebnissen der anderen Erhebungen weitgehend übereinstimmen und sich die Ergebnisse daher wechselseitig stützen.

3 Das fremdsprachige nichtkommerzielle Radioprogramm in der Schweiz unter besonderer Berücksichtigung von Neuzuzügern

Um die Ergebnisse der Untersuchung zum Programmangebot speziell für Neuzuzüger im Kontext des fremdsprachigen Sendungsangebots der nichtkommerziellen Sender in der Schweiz einordnen zu können, fassen wir die für diese Einordnung relevanten Ergebnisse der Programmerhebung zunächst zusammen (3.1 und 3.2) und diskutieren im Anschluss daran zwei Punkte, die für die Frage einer Nutzung des fremdsprachigen Radioprogramms zur Information von Neuzuzügern hoch relevant sind: Die Zusammensetzung der ausländischen Wohnbevölkerung und die Verteilung der Sendungen (3.3) sowie die Abhängigkeit der Ausrichtung der Sendungen von der sozialen Lage der Programmschaffenden (3.4). Schließlich gehen wir – kurz – auf die Rahmenbedingungen ein, unter denen die Sendungen produziert werden (3.5).

3.1 Programminhalte

Im Erhebungszeitraum wurden 355 fremdsprachige Sendungen ausgestrahlt. Diese verteilten sich auf 115 fremdsprachige Sendegefässe. Pro Gefäss wurden zwischen einer (monatlich) und acht (zwei pro Woche) Sendungen ausgestrahlt.

Anzahl Sendegefässe und ausgestrahlte Sendungen pro Radiostation

| Radiostation | Sendegefässe | Ausgestrahlte Sendungen im Erhebungszeitraum |
|---------------------|---------------------|---|
| Radio LoRa | 58 | 179 |
| Kanal K | 22 | 60 |
| Radio RaBe | 18 | 52 |
| Radio Cité | 7 | 32 |
| Radio RaSa | 6 | 16 |
| Radio X | 4 | 16 |
| Summe | 115 | 355 |

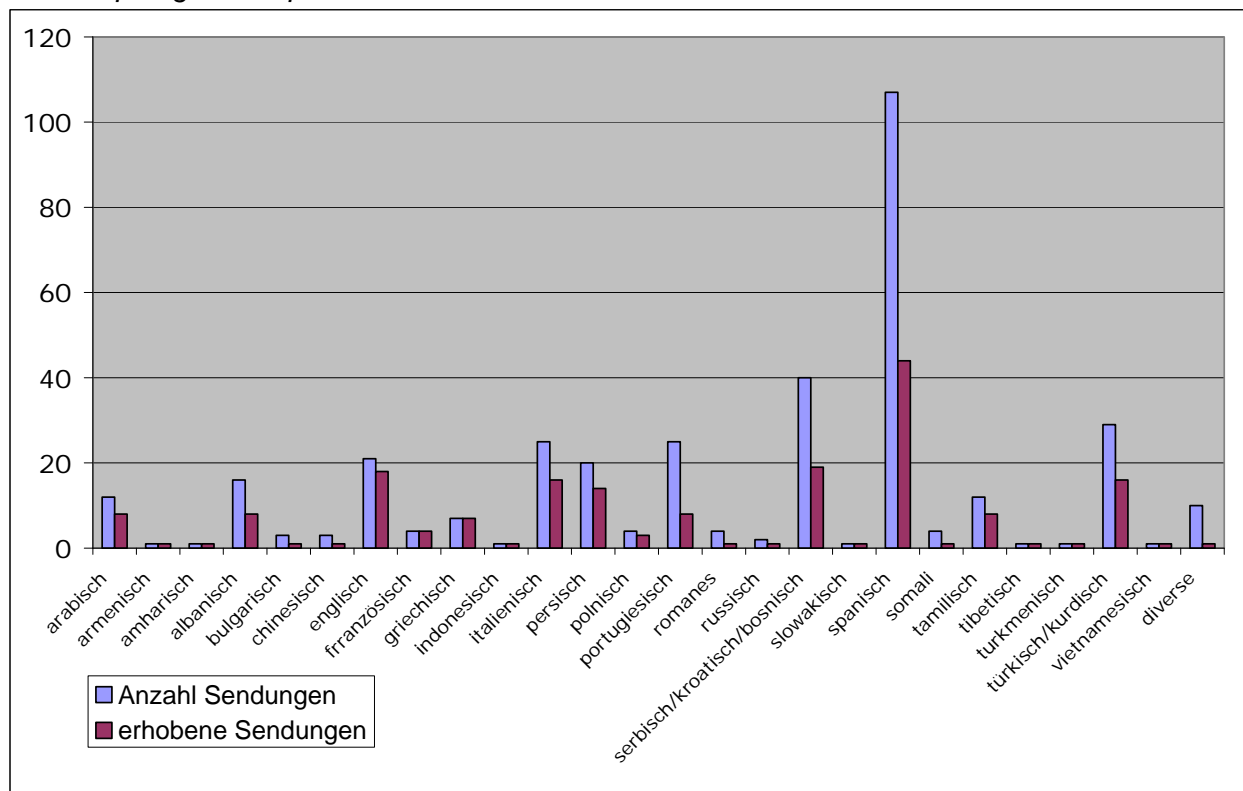
Von den insgesamt 115 Sendegefässen haben 29 nicht an der Erhebung teilgenommen. Folglich haben sich 75% aller Sendegefässe an der Befragung beteiligt. Von diesen 86 Sendegefässen haben 8 nur Angaben zur aktuellen Sendung und keine Angaben zur Sendungsgruppe gemacht. Zu 186 Sendungen aus 78 Sendegefässen wurden Daten erhoben.

Das entspricht einem Ausschöpfungsgrad

- bei den Sendungen von 52% und
- bei den Sendegefäßen von 68%.

Der Ausschöpfungsgrad variiert erheblich hinsichtlich der Sendungssprachen und der Radiostationen (bei den Sendungen zwischen 38% (Radio RaSa) und 100% (Radio X)).

Ausschöpfung nach Sprachen



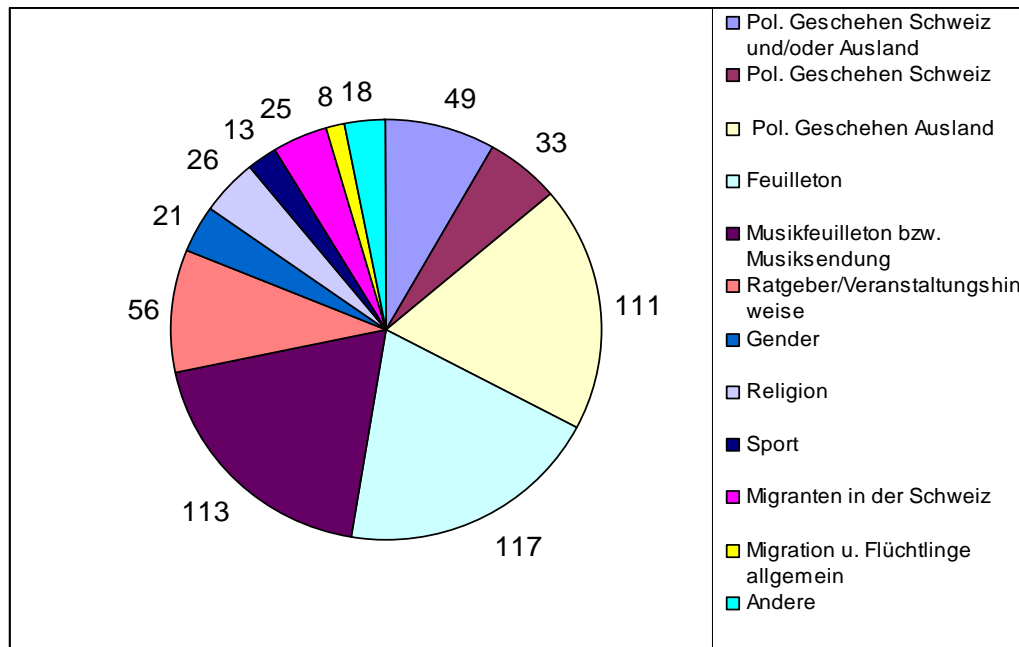
Auffällig sind die deutlich über dem Durchschnitt liegenden Ausfälle bei den häufigen Sendungssprachen Spanisch, Portugiesisch und Bosnisch/Kroatisch/Serbisch mit jeweils über 50%. Bei den selteneren Sendungssprachen liegt der Ausschöpfungsgrad oft zwischen 75% und 100%. Die Gründe für dieses Muster (mehr Ausfälle bei den häufig gesprochenen Sprachen als bei den selten gesprochenen) sind offen.⁵

Um eine inhaltliche Programmübersicht erstellen zu können, wurden die Programmschaffenden gebeten, die Themen der letzten Sendung zu nennen. Dabei konnten bis zu sechs Themen pro

⁵ Zur Diskussion der Ausfallgründe vgl. Jan Weyand, Integrationspotentiale fremdsprachiger Radiosendungen. Programm und Programmschaffende, in: Heinz Bonfadelli, Migration, Medien und Integration, Forschungsbericht an das BAKOM. April 2008.

Sendung genannt werden. Die Nennungen waren frei. Daher ist die folgende Klassifikation der zentralen Bezugspunkte der in den Sendungen behandelten Themen den Programmschaffenden nicht vorgegeben gewesen, sondern vielmehr das Ergebnis der Auswertung ihrer freien Nennungen auf die Frage nach den Inhalten der letzten Sendung.

Programminhalte (insgesamt: 590 Beiträge)



Prozentual verteilen sich die Beiträge in der folgenden Weise:

| | |
|---|-----|
| Politisches Geschehen in der Schweiz und / oder im Ausland ⁶ | 8% |
| Politisches Geschehen Schweiz | 6% |
| Politisches Geschehen Ausland | 19% |
| Feuilleton | 20% |
| Musiksending/Musikfeuilleton | 19% |
| Ratgeber/Veranstaltungshinweise | 10% |
| Weitere Themen | 19% |

⁶ Eine Nennung wurde dieser Klassifikation subsumiert, wenn sich entweder der Beitrag sowohl auf das politische Geschehen in der Schweiz wie auf das im Ausland richtete oder nicht erkennbar war, ob er sich auf das eine oder das andere richtete.

Die eher selten genannten „Weiteren Themen“ werden in der folgenden Tabelle aufgeschlüsselt:

| | |
|--------------------------|------|
| Gender | 3,6% |
| Religion | 4,4% |
| Sport | 2,2% |
| Migranten in der Schweiz | 4,2% |
| Migration allgemein | 1,4% |
| Andere | 3,1% |

Die Hauptbestandteile des ausgestrahlten Programms verteilen sich auf politische (33%) und feuilletonistische Beiträge (inklusive Musikbeiträge: 39%, exklusive: 20%). Kulturelle und politische Themen zusammen (ohne Musikbeiträge) machen etwas mehr als die Hälfte des Programms aus (53%).

Rechnet man zu den politischen Themen noch die selteneren Themen „Gender“,⁷ „Migranten in der Schweiz“ und „Migration allgemein“ hinzu, machen die politischen Beiträge 42% aller Beiträge aus. Danach sind über 40% aller Beiträge im fremdsprachigen Radioprogramm der Schweiz auf politische Themen bezogen. Über 60% aller Beiträge bestehen aus politischen oder kulturellen Themen.

Die Themenschwerpunkte der Sendungen sind geografisch keineswegs vor allem im Ausland zu verorten. Bezieht man die Sendungen auf geografische Regionen, zeigt sich folgendes Bild: Von den explizit politischen Beiträgen, die immerhin 33% aller Beiträge im Erhebungszeitraum ausmachen, beziehen sich knapp die Hälfte auf das politische Geschehen in der Schweiz oder auf das politische Geschehen in der Schweiz und im Ausland.

Zählt man die selteneren Themen „Gender“, „Migranten in der Schweiz“ und „Migration allgemein“ hinzu und geht davon aus, dass sich die Genderthemen im Durchschnitt der anderen Themen auf die Schweiz bzw. das Ausland verteilen, so sind 25% der politischen Beiträge auf das Ausland bezogen, 19% der Beiträge auf die Schweiz. **Etwa jeder fünfte Beitrag erörtert also Themen, die in der Schweiz relevant sind, unter politischen Gesichtspunkten.**

Diese Beiträge sind direkt integrationsrelevant, da sie Ereignisse und Geschehnisse, die im politischen System der Schweiz thematisch werden, in einer Sprache erörtern, die den Hörern gut verständlich ist. Direkte Integrationsrelevanz bedeutet, dass die Thematisierung von in der Schweiz relevanten politischen Ereignissen oder Geschehnissen de facto auch die Funktions-

⁷ Auffallend bei den selteneren Themen ist der geringe Anteil an Gender-Themen. Da es Sendungen gibt, die sich speziell diesem Thema widmen, kann man sagen, dass ausserhalb dieser Sendungen das Gender-Thema im fremdsprachigen Rundfunk der Schweiz keine Rolle spielt.

weise des politischen Systems in der Schweiz mitthematisiert, und zwar unabhängig vom konkreten Inhalt der Beiträge und von ihrer politischen Ausrichtung. Solche Beiträge ermöglichen also Migranten in einer ihnen gut verständlichen Sprache eine alltagsweltliche Veränderung ihres Wissensvorrats, d. h. den Aufbau eines Wissens über die Funktionsweise und Themen des politischen Systems in der Schweiz. Wenn wir dies vor dem Hintergrund klassischer Studien zur Lebenswelt von Migranten (Simmel 1992; Schütz 1972a und 1972b) betrachten, dann bedeutet dies, dass die fremdsprachigen Radiosendungen durch die Thematisierung politischer Ereignisse in der Schweiz zur Veränderung der Relevanzsysteme und Wissensvorräte von Migranten beitragen oder Teil der Akkulturation von Migranten sind. Dies gilt auch und insbesondere für Neuzuzüger, da wir bei diesen davon ausgehen können, dass sie weder eine der Landessprachen sprechen noch akkulturiert sind.

Dass jeder vierte Beitrag auf politische Themen im Ausland bezogen ist, bestätigt die – naheliegende – Annahme, dass das Herkunftsland in seiner politischen Entwicklung nach erfolgter Migration in der Regel relevant bleibt (so, wie für einen ausgewanderten Schweizer die Geschehnisse in der Schweiz in der Regel noch relevant sind).

Die gelegentlich in der Öffentlichkeit artikulierte Befürchtung, die fremdsprachigen Sendungen trügen zum Aufbau oder zur Aufrechterhaltung bzw. Stabilisierung von „Parallelwelten“ oder „Parallelgesellschaften“ bei, wird durch eine Analyse der Programminhalte dieser Sendungen nicht bestätigt. Dafür ist erstens das Programm in seiner Ausrichtung viel zu differenziert. Zweitens ist der Anteil an Beiträgen, der sich explizit mit der Lebenssituation in der Schweiz auseinandersetzt, zu hoch, als dass eine solche Annahme plausibel wäre. Drittens zeigen die Interviews, dass die Motivstruktur in den Fällen, in denen das Geschehen im Herkunftsland im Zentrum steht, typischerweise viel mehr aus Bedürfnissen nach Selbstvergewisserung⁸ oder der Erinnerung an eine vergangene Lebenswelt gespeist wird als aus Bestrebungen, die sich auf Abgrenzung richteten. Eine solche Motivation taucht in unserem Material nicht auf. Viertens und mit Blick auf die Neuzuzüger ist zu betonen, dass eine Akkulturation grundsätzlich nur dann in einer Schweizer Landessprache erfolgen kann, wenn der Migrant diese vor der Migration schon erworben hat. Da dieser Fall eher selten ist und wir vielmehr davon ausgehen können, dass die Akkulturation typischerweise in der Muttersprache erfolgt, ist es unumgänglich, Neuzuzügern Angebote in ihrer Sprache zu machen.

Diese Ergebnisse bieten einen Anlass, typische Wahrnehmungsmuster wie das, dass fremdsprachige Sendungen nicht zu einer Akkulturation in der Schweiz, sondern zu einer Akkulturation in der jeweiligen fremdsprachigen Community führen und daher eher zu Segregation

⁸ Mit Blick auf die Forschung zur Ausbildung und Aufrechterhaltung personaler Identität lässt sich sagen, dass die Aktualisierung der früheren Lebenswelt allerdings konstitutiv für die Konstruktion der eigenen Identität ist, weil sich jede Identität in der Zeit verortet.

denn zu Integration führten, noch einmal zu überdenken. Solche Muster sind zu einfach, um die Vielschichtigkeit von Integrationsprozessen zu erfassen. Selbst wenn wir für einen Moment zu Zwecken der Vereinfachung davon abstrahieren, dass die migrantischen Communities keine homogenen, sondern in sich hoch differenzierte Gebilde sind, so folgt aus dem bisherigen, dass Binnenintegration der Community und Akkulturation in der Schweiz sich keineswegs ausschliessen, sondern in unserem Fall offenbar typischerweise aufeinander verweisen.

Aus den Interviews, die mit einigen Programmschaffenden im Anschluss an die Programmerhebung geführt wurden, lässt sich ein in diesem Zusammenhang interessantes Detail extrapolieren: Eine Motivation, in der Herkunftssprache Sendungen über das Herkunftsland auszustrahlen, obwohl doch dank des medientechnischen Fortschritts sowohl Radio- als auch Fernsehprogramme aus dem Herkunftsland in der Regel empfangen werden können, besteht darin, dass die im Herkunftsland produzierten Sendungen für Personen gemacht sind, die dort leben, nicht aber für Personen, die dort nicht mehr leben. Diese Differenz konstituiert einen anderen Erfahrungsraum (vgl. zu diesem Begriff Koselleck 1989), in dem sich andere Fragen stellen und in dem sich eine andere Perspektive auf Geschehnisse im Herkunftsland ergibt, was wiederum in Sendungen zum Ausdruck kommt, die sich von den Sendungen unterscheiden, die im Herkunftsland produziert worden sind. Es handelt sich also hier um Sendungen, die von Migranten in der Schweiz für Migranten in der Schweiz über Themen gemacht werden, die aus der Perspektive dieser Migranten über das Herkunftsland berichtenswert sind. Dem korrespondiert erstens, dass auf die Frage nach den Zielgruppen des Radioprogramms, bei der mehrere Antwortvorgaben bejaht oder verneint werden konnten, 86% der Befragten „Schweizer und Angehörige der eigenen Sprachgruppe“ als Zielgruppe angegeben haben; zweitens, dass die Frage nach externen Einflüssen auf das aktuelle Programm zwar von 27% bejaht wurde, von diesen aber wiederum nur 4% als Einflussfaktor staatliche oder politische Organisationen des Herkunftslandes angeben.

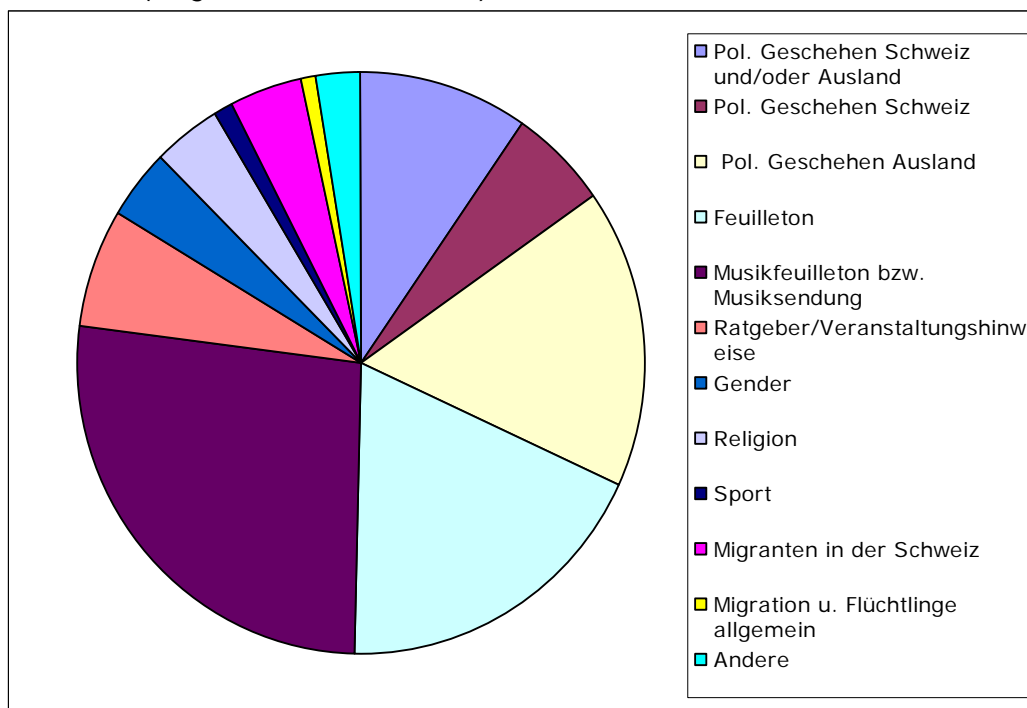
Natürlich gibt es Sendungen, die sich stark auf das politische Geschehen im Herkunftsland konzentrieren und die auf dieses auch im Rahmen der eigenen Möglichkeiten Einfluss nehmen wollen. Nicht alle Sendungen sind in diesem Sinne integrationsrelevant. Aber die überwiegende Mehrheit der Sendungen ist integrationsrelevant, und das in einem Ausmass, das wir vorher nicht erwartet hätten.

So fallen knapp 10% aller Beiträge unter die Klassifikation Ratgeber/Veranstaltungshinweise. Dabei handelt es sich um Themen, die sich entweder auf den Umgang mit den Besonderheiten der migrantischen Lage beziehen (etwa: Ratgeber im Umgang mit Behörden, Informationen usw.) oder um Hinweise auf Veranstaltungen. Da solche Hinweise sich auf lokale Veranstaltungen in der Schweiz beziehen, kann man folgern, dass 10 % aller Beiträge mit einer originären

Integrationsfunktion befasst sind, nämlich der Information über lokale Veranstaltungen oder der Beratung in einem lokalen Raum in einer den Hörern verständlichen Sprache. Sofern die Hörer einer der Schweizer Landessprachen nicht oder nicht gut mächtig sind, bieten Informationen und Ratgeber in der eigenen Sprache eine *conditio sine qua non* der Information und der Bewältigung des alltäglichen Lebens in der Schweiz. Diese Beiträge sind unmittelbar und weitgehend unabhängig von ihrem konkreten Inhalt, d. h. unabhängig davon, ob etwa über eine Veranstaltung in der Community oder über eine ausserhalb der Community informiert wird, relevant für die Akkulturation von Neuzuzügern: In beiden Fällen eröffnen sie Möglichkeiten zur alltagsweltlichen Aneignung einer fremden Lebenswelt.

Betrachtet man die Dauer der Beiträge, verschieben sich die Gewichte im Vergleich zu den Themen etwas:

Zeitanteile (insgesamt: 7047 Minuten)



Wie zu erwarten steigt der Anteil der Musiksendungen bzw. des Musikfeuilletons. Dieses Wachstum fällt indes geringer aus als erwartet aus.⁹

Auffallend ist das deutlich geringere Gewicht der Beiträge in der Rubrik Ratgeber/Veranstaltungshinweise. Daraus lässt sich schliessen, dass der Anteil kurzer Veranstal-

⁹ Das Schaubild gibt eine Tendenz wieder; die Angaben decken sich in der Tendenz mit den Angaben zu den Wort- und Musikanteilen vgl. Jan Weyand, Integrationspotentiale fremdsprachiger Radiosendungen. Programm und Programmschaffende, a. a. O.

tungshinweise im Vergleich zu Beratungssendungen recht hoch ist.¹⁰ Entsprechend steigt die Bedeutung solcher Beiträge für die Akkulturation von Neuzuzügern.

Die Ergebnisse der Online-Befragung des IPMZ legen – auch unter Berücksichtigung der diskutierten Einschränkung der Aussagekraft der Ergebnisse – nahe, dass der Anteil der Information im fremdsprachigen Radioprogramm deutlich erhöht werden kann: Die Hörer wünschen sich insbesondere zu den Themen Arbeit, Gesundheit, Freizeit und Behörden mehr Information.

Alle Sendungsschaffenden wurden auch danach gefragt, ob sie in ihren Sendungen ein Angebot speziell für Neuzuzüger bereitstellen. Diese Frage wurde mit Blick auf die aktuelle Sendung für 37 Sendungen oder 21% (n=176) bejaht. Eine Übersicht über die Antworten zeigt indes, dass die Frage von den Interviewten unterschiedlich verstanden wurde. Diese Frage wurde bejaht, wenn Beiträge gesendet wurden, die sich speziell auf die Situation von Neuzuzügern bezogen oder wenn Beiträge gesendet wurden, die sich auf Veranstaltungen bezogen, die für Neuzuzüger besonders interessant sind. Die Frage wurde aber auch bejaht, wenn die Beiträge sich allgemein an Migranten richteten. Aus diesem Grund ist davon auszugehen, dass der Anteil der Sendungen mit Programmbestandteilen, die sich speziell an Neuzuzüger richten, deutlich unter den genannten 21%, vermutlich eher bei 10%, liegt.

Auf der Ebene der Themen, so lässt sich daraus folgern, spielt die spezifische Situation von Neuzuzügern im fremdsprachigen Radio keine herausgehobene Rolle. Das Themenspektrum, insbesondere die Teile, die Akkulturation und Integration in soziale Leistungssysteme betreffen (vor allem Themen zu Migranten in der Schweiz, zum politischen Geschehen in der Schweiz sowie Ratgeber/Veranstaltungshinweise), ist zwar für Neuzuzüger relevant, das fremdsprachige Radioprogramm legt aber keinen Schwerpunkt auf die Neuzuzüger.

Dieses Ergebnis wird auch dadurch bestätigt, dass auf die Frage nach einer Sendungswerbung speziell für Neuzuzüger nur 5% (n=186) bejahend antworten (zu den Gründen dafür: s. u.).

Für die Frage nach der Akkulturation von Neuzuzügern sind indes nicht nur Sendungen relevant, die sich speziell mit deren Situation auseinandersetzen. Dies gilt auch für Sendungen, die sich mit der Situation von Migranten im Allgemeinen und mit der von Migranten in der Schweiz im Besonderen auseinandersetzen. Das sind knapp 6% aller Themen. Mit der Situation von Migranten in der Schweiz setzen sich 4% der Themen auseinander. Allerdings verteilen sich diese Themen sehr unterschiedlich auf die einzelnen Radiostationen: Bei Kanal K sind 11% aller

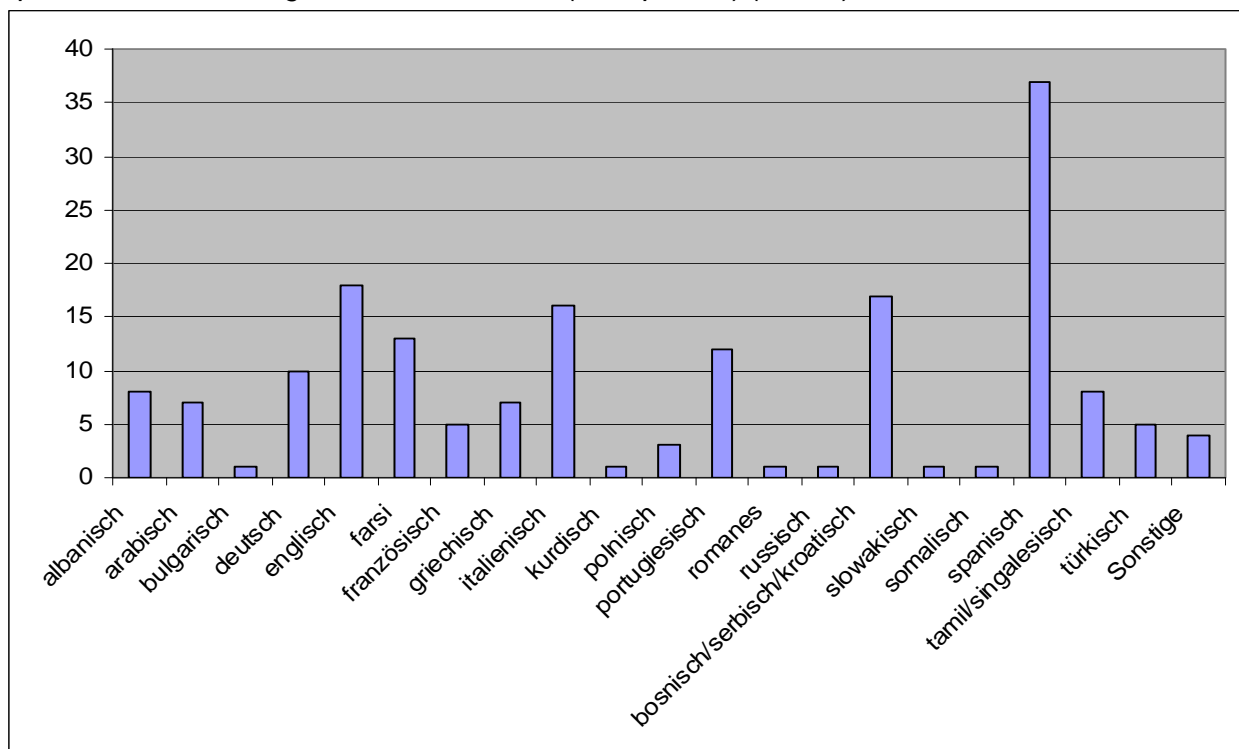
¹⁰ Zur weiteren Differenzierung von Programminhalten und Zeitanteilen vgl. Jan Weyand, , Integrationspotentiale fremdsprachiger Radiosendungen. Programm und Programmschaffende, a. a. O.

Themen auf die Situation von Migranten in der Schweiz bezogen, bei den anderen Stationen zum Teil erheblich weniger. Diese Differenz – die auch für das Programmangebot insgesamt gilt¹¹ - erklärt sich aus der unterschiedlichen Tradition und der unterschiedlichen Ausrichtung der einzelnen Radiostationen. Radio X gibt den Lokalbezug der fremdsprachigen Radiosendungen in seinen Statuten als Bedingung für die Zuweisung eines Sendeplatzes vor. Diese Orientierung wird im Programmangebot – wie bei Kanal K auch – eher durchgesetzt, da Radio X und Kanal K das fremdsprachige Sendungsangebot selbst aktiv aufbauen, während die anderen Stationen sich stärker als Mittler begreifen.

3.2 Programmsprachen

Das nichtkommerzielle fremdsprachige Rundfunkprogramm in der Schweiz wird in über 25 Sprachen ausgestrahlt. Die Verteilung der Häufigkeit, in der bestimmte Sprachen verwendet werden, ist recht unterschiedlich, wie die folgende Aufschlüsselung zeigt:

Sprachen der Sendungen, absolute Zahlen (Erstsprache) (n=186)



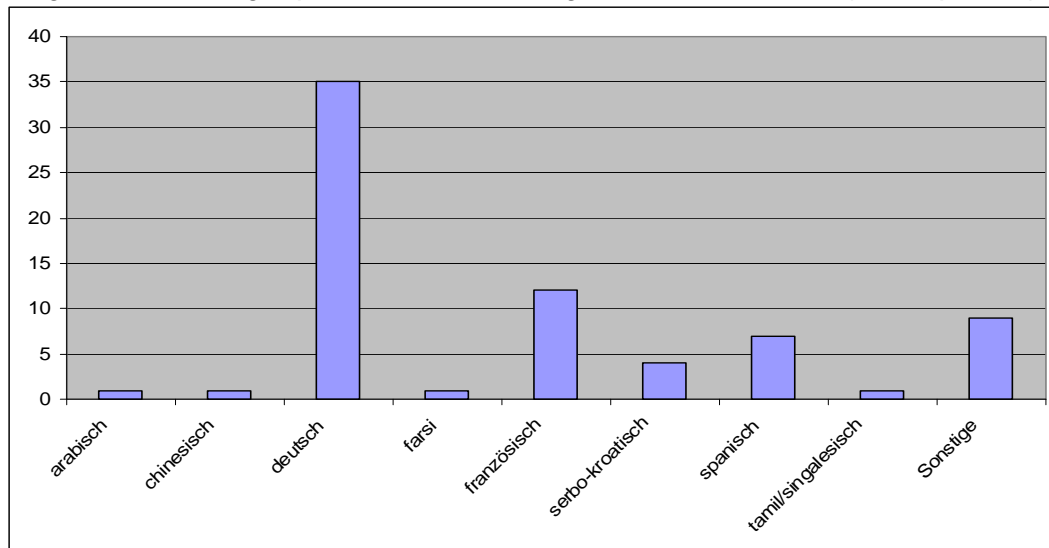
Die deutlich überwiegende Sprache, in der die erhobenen Sendungen ausgestrahlt wurden, ist Spanisch. 20% aller erhobenen Sendungen wurden auf Spanisch ausgestrahlt. 10% Sendungen mit der Erstsprache „deutsch“ bezeichnen Sendungen, die zweisprachig ausgestrahlt werden, d.

¹¹ Vgl. dazu Jan Weyand a. a. O.

h. in denen neben der in der Sendung überwiegenden Sprache deutsch noch eine weitere Sprache über An- und Abmoderation hinaus gesprochen wird.

Von den 186 Sendungen waren 71 mehrsprachig. Das sind 38% aller erhobenen Sendungen. Die Zweitsprachen der Sendungen verteilen sich wie folgt:

Programmerhebung: Sprachen der Sendungen, absolute Zahlen (Zweitsprache) (n=71)



Während bei der Erstsprache Spanisch deutlich überwiegt, ist bei 36 Sendungen, also in 52% aller zweisprachigen Sendungen, die zweite Sprache Deutsch. Sieben Sendungen, das sind knapp 4%, sind mehr als zweisprachig.

Da es keine Auflagen von Seiten der Radios gibt,¹² Deutsch als zweite Sprache zu verwenden, ist die Folgerung zwingend, dass die damit verbundene integrative Leistung den Sendungsmacherinnen und -machern zuzurechnen ist. Die zentrale Erkenntnis, die sich daraus ableiten lässt, lautet:

Die fremdsprachigen Radiosendungen tragen zur Integration - und durch ihre Zweisprachigkeit zur kulturellen Integration - nicht deshalb bei, weil sie dazu aus formalen Gründen, etwa durch Auflagen o. ä., genötigt sind, sondern weil die Sendungsschaffenden das überwiegend wollen.

Das Ergebnis bestätigt die oben entwickelte Einschätzung, dass das fremdsprachige Radioprogramm thematisch nicht auf die spezifische Situation von Neuzuzügern ausgerichtet ist: Für Neuzuzüger ist die Mehrsprachigkeit der Sendungen – anders als für Migrantenpopulationen,

¹² Erst in jüngster Zeit wird von Seiten einiger Radios verstärkt versucht, mehrsprachige Sendungen besonders zu fördern. Zum Zeitpunkt der Untersuchung war die Einsprachigkeit einer Sendung in jedem Fall kein Ausschlusskriterium.

die schon länger in der Schweiz leben – nicht von herausgehobener Relevanz, für sie geht es in der Regel zunächst darum, eine – muttersprachlich artikuliert – Möglichkeit zur Orientierung zu haben.

3.3 Zusammensetzung der ausländischen Wohnbevölkerung und Herkunft der Sendungsschaffenden

Für die Beantwortung der Frage, ob und in welchem Umfang das fremdsprachige Radioprogramm auch für administrative Zwecke, etwa der von Migranten selbst gewünschten Information zum Umgang mit Behörden, genutzt werden kann, ist die Auskunft über die Häufigkeitsverteilung der Ausstrahlungssprachen der Sendungen zwar insofern relevant, als sie Aufschluss darüber gibt, in welchen Sprachen überhaupt gesendet wird. Darüber hinaus ist aber zu untersuchen, welche Beziehung zwischen den Ausstrahlungssprachen (unter Berücksichtigung der Nationalitäten) und den Anteilen der ausländischen Wohnbevölkerung besteht. Eine Nutzung des fremdsprachigen Radios für administrative Zwecke und mit Blick auf Neuzuzüger setzt voraus, dass es für die entsprechenden Herkunftsgruppen überhaupt Sendungen gibt.

73 Sendungsmacherinnen und –machern sind Migranten; fünf sind in der Schweiz geborene Kinder von Migranten.

Die Befragten verteilen sich auf folgende Herkunftsländer:

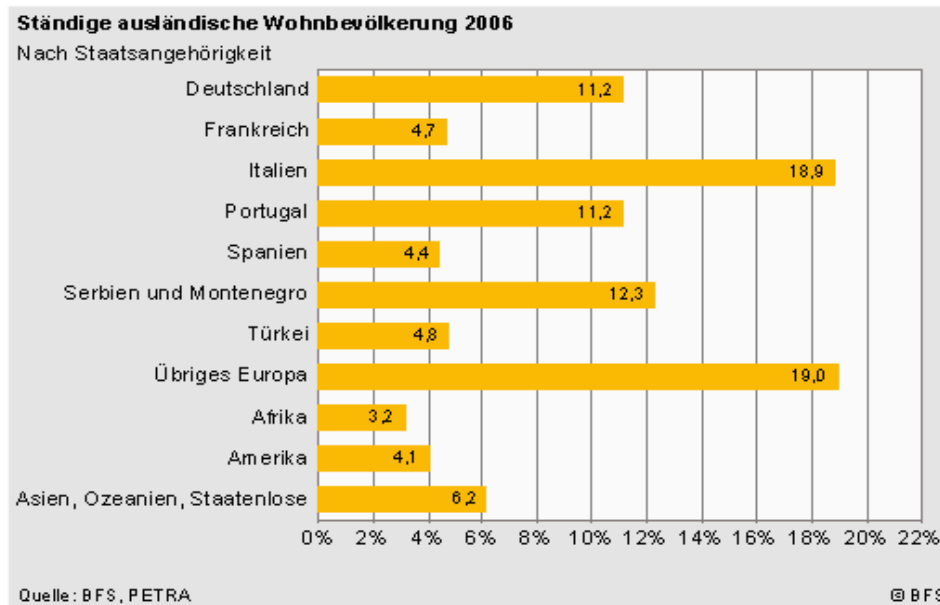
| Geburtsland | Häufigkeit |
|------------------------|------------|
| 1 Portugal | 2 |
| 2 Spanien | 3 |
| 3 Italien | 4 |
| 4 Polen | 1 |
| 5 Schweiz | 5 |
| 10 Russland | 1 |
| 11 Slowakei | 1 |
| 20 Türkei | 6 |
| 21 Griechenland | 3 |
| 22 Kosovo | 3 |
| 23 Bosnien | 4 |
| 24 Mazedonien | 2 |
| 30 Argentinien | 5 |
| 31 USA | 7 |
| 32 Brasilien | 3 |
| 33 Mexiko | 4 |
| 34 Kolumbien | 5 |
| 35 Bolivien | 2 |
| 36 Kuba | 1 |
| 37 Domenikan. Republik | 1 |
| 38 Chile | 1 |
| 40 Somalia | 1 |
| 41 Tunesien | 1 |
| 42 Elfenbeinküste | 1 |
| 43 Ägypten | 1 |
| 50 Iran | 4 |
| 51 Sri Lanka | 3 |
| 52 China | 1 |
| 53 Turkmenistan | 1 |
| Gesamt | 77 |

Nach Herkunftsregionen verteilen sich die Sendungsschaffenden (n=77) wie folgt:

Regionale Herkunft Sendungsschaffende

| Herkunftsregion | Anzahl | Prozent |
|-------------------------|--------|---------|
| West- und Zentraleuropa | 15 | 19% |
| Ost- und Südosteuropa | 20 | 26% |
| Amerika | 29 | 38% |
| Afrika und Asien | 13 | 17% |
| | 77 | 100% |

2006 verteilte sich die ständige ausländische Wohnbevölkerung in der Schweiz nach Berechnungen des Bundesamtes für Statistik wie folgt:



Nach Angaben des Bundesamtes für Statistik besitzen 87% der ständigen ausländischen Wohnbevölkerung der Schweiz die Staatsangehörigkeit eines europäischen Staates. Die stärkste Migrantengruppe bilden nach wie vor die Italiener (18,9%), gefolgt von Staatsangehörigen aus Serbien und Montenegro (12,3%), Portugal (11,2%) und Deutschland (11,2%).

Der Anteil von Angehörigen aussereuropäischer Herkunftsländer steigt kontinuierlich (von 7% 1980 auf 13,5% 2006).¹³

Ein Vergleich ausgewählter Herkunftsländer von Migranten mit den Herkunftsländern der Sendungsschaffenden ergibt folgendes Bild:

| Herkunftsland/Herkunftsregion (ausgewählte) | Wohnbevölkerung 2006 % | Anteil Sendungsschaffende (Anfang 2007 in %) |
|---|------------------------|--|
| Italien | 18,9 % | 5,2 % |
| Portugal | 11,2 % | 2,6 % |
| Serbien und Montenegro | 12,3 % | 3,9 % |
| Bosnien | 2,6% | 5,2% |
| Türkei | 4,8 % | 7,8 % |
| Amerika | 4,1 % | 37,7 % |
| Afrika | 7 % | 5,2 % |

¹³ <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/01/07/blank/key/01/01.html> (23.02.2008)

Während 87% der ständigen ausländischen Wohnbevölkerung aus Europa stammten, ist dies nur bei 45,5% der Sendungsmacherinnen und -macher der Fall; umgekehrt verhält es sich mit Migrantinnen und Migranten aus Amerika: Hier liegt der Anteil der Sendungsmacherinnen und -macher bei 37,7%, der Anteil der Wohnbevölkerung bei 4,8 %.

Auffällig ist, dass keine Beziehung zwischen der Grösse der Migrantengruppe und den Anteilen dieser Gruppe am fremdsprachigen nichtkommerziellen Radioprogramm besteht. Die Zeitpunkte der Einwanderung und insbesondere der stärkeren Einwanderung der entsprechenden Gruppen spielen in diesem Zusammenhang keine Rolle: Serben und Montenegriner sind mit Blick auf die Anteile an der ausländischen Wohnbevölkerung im Programm unter-, Bosnier überrepräsentiert. Ebenso spielt die Unterschiedlichkeit der Zeitpunkte stärker Einwanderung bestimmter Gruppen keine Rolle: Italiener und Portugiesen sind mit Blick auf die Anteile an der ausländischen Wohnbevölkerung im Programm unterrepräsentiert, aber auch Migranten aus Afrika, bei denen die Einwanderung erst in jüngster Zeit zunimmt.

Wir können aus diesem Vergleich trotz aller methodischen Problematik, die an dieser Stelle nicht zu diskutieren ist, die Tendenz entnehmen, dass

- (1) die Verteilung der fremdsprachigen Radiomacherinnen und -macher in keiner Weise der Verteilung der ausländischen Wohnbevölkerung entspricht,
- (2) Sendungsmacherinnen und -macher aus Europa unterrepräsentiert sind, während
- (3) Sendungsmacherinnen und -macher aus Amerika im Vergleich zur ausländischen Wohnbevölkerung erheblich überrepräsentiert sind.

Weil die Verteilung der fremdsprachigen Radiosendungen und die Verteilung der muttersprachlich fremdsprachigen Bevölkerung derart auseinander weisen, können wir folgern, dass

- (1) eine flächendeckende Information der muttersprachlich fremdsprachigen Bevölkerung über die fremdsprachigen Radiosendungen nicht nur wegen der eingeschränkten Reichweite der Sender, sondern auch wegen der genannten Diskrepanz nicht gewährleistet werden kann und
- (2) daher eine Nutzung der fremdsprachigen Sendungen zu Zwecken administrativer Information nur im Fall einzelner Sprachgruppen überhaupt möglich ist.
- (3) Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass der Anteil der jeweiligen Sprachgruppe an der Wohnbevölkerung und der Anteil dieser Gruppe am Programm in der Regel auseinander weisen.

Gerade wenn wir große Gruppen wie die der Italiener, Portugiesen und Ex-Jugoslawen betrachten, können wir davon ausgehen, dass die Mechanismen interner sozialer Differenzierung in den Communities stärker auf die Hörgewohnheiten durchschlagen als dies in den kleineren Communities der Fall ist. Es reicht dann nicht, dass es überhaupt eine fremdsprachige Sendung gibt, wie dies bei einer kleinen Community der Fall sein mag. Die oben präsentierten Zahlen legen aber – wegen der geringen Anteile dieser Gruppen am Programm – nahe, dass gerade diese soziale Differenzierung der Hörgewohnheiten bei den großen Gruppen in den Sendungen keinen Ausdruck findet.

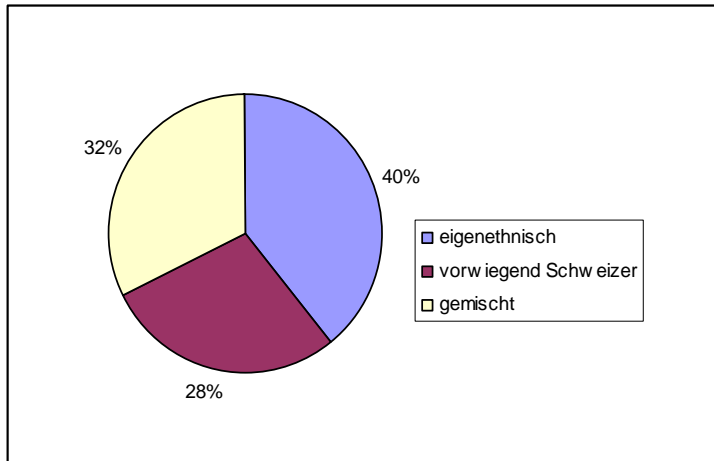
3.4 Die Abhängigkeit der Programmausrichtung von der sozialen Lage der Sendungsschaffenden

Das fremdsprachige Radioprogramm in der Schweiz wird von ehrenamtlich aktiven Personen getragen. Anders als im kommerziellen Rundfunk sind hier die Einflussmöglichkeiten der Sender auf die Sendungen stärker beschränkt oder die Sendungsschaffenden in der Strukturierung und inhaltlichen Gestaltung ihrer Sendungen erheblich freier. Wenn wir nach der Ausrichtung der Sendungen – etwa auf Neuzuzüger – fragen, reicht es daher nicht, in die Programmstatuten zu schauen. Vielmehr müssen wir uns zur Beantwortung der Frage nach den Gründen der jeweils spezifischen Ausrichtung der Programme die soziale Lage der Programmschaffenden selbst ansehen. Dies gilt natürlich in besonderem Masse, wenn nach Möglichkeiten einer administrativen Einflussnahme auf die Sendungen gefragt wird – wenn wir verstehen, welchen sozialen Regeln eine spezifische Ausrichtung der Sendungen, z. B. auf die besondere Situation von Neuzuzügern oder auf die Verbreitung der Kultur des Herkunftslandes oder etwas anderes, folgt, können wir besser verstehen, wo sich überhaupt Möglichkeiten einer Einflussnahme auf tun und wo nicht.

Auffallend an der Gruppe der Sendungsschaffenden ist zunächst ihr überdurchschnittlicher Bildungsgrad, ihre Mehrsprachigkeit und ihre Verfügung über breite soziale Netze sowohl in die eigene Community wie zu Schweizern.¹⁴ Bei den Sendungsschaffenden handelt es sich um eine Gruppe, die mit Herkunftskultur und aufnehmender Kultur vertraut ist und im sozialen wie im sprachlichen Sinn als Übersetzer zwischen beiden fungieren kann. Das wird deutlich beispielsweise an der ethnischen Orientierung des Engagements ausserhalb des Radios.

¹⁴ Die soziale Lage der Programmschaffenden wird ausführlich in Jan Weyand, a. a. O., diskutiert.

Engagement ausserhalb des Radios: Gruppenzusammensetzung



In 28% der Fälle sind die Gruppen, in denen die Sendungsschaffenden ausserhalb des Radios aktiv sind, vorwiegend aus Schweizern zusammengesetzt, in 32% sind sie gemischt,¹⁵ in 40% der Fälle stammen die Angehörigen vorwiegend aus der eigenen community. Folglich überwiegt eine nicht eigenethnische Zusammensetzung. Die Sendungsschaffenden sind oft gut in die eigene Community integriert und gut ausserhalb der eigenen Community sozial integriert. Dem entspricht, dass die ethnische Zugehörigkeit der Freunde und Bekannten in der überwiegenden Anzahl der Fälle heterogen ist.¹⁶

Das Ausmass an Aktivitäten in nicht eigenethnisch zusammengesetzten Gruppen ist höchst bemerkenswert. Man kann daraus folgern, dass es unter den Sendungsschaffenden eine starke Aussenorientierung gibt, die sich in gleichem Masse auf Schweizer Bürger wie auf Angehörige unterschiedlicher Ethnien richtet. Das bedeutet, dass die Lebenswelt der Sendungsschaffenden mehrheitlich nicht eigenethnisch geprägt ist – nicht, dass das eigenethnische Engagement in der Community keine Rolle spielen würde, im Gegenteil: Die Sendungsschaffenden zeichnen sich mehrheitlich dadurch aus, dass sie sich offenbar in einer kulturell pluralen Alltagswelt bewegen können. Diese Offenheit gegenüber Lebensformen entwickelt und verändert sich im Prozess der Integration. Diese Entwicklung, d. h. die Stellung der Sendungsschaffenden im Prozess der Integration wiederum strukturiert die Sendungen dem Inhalt und der Ausrichtung nach. Dieser Zusammenhang wird nun diskutiert.

Die mit den Sendungsschaffenden geführten Interviews zeigen, dass ein Zusammenhang zwischen Motivstruktur und Sendungsausrichtung auf der einen Seite und der sozialen Lage des

¹⁵ Dies trifft überwiegend bei den Sendungsschaffenden aus Süd- und Mittelamerika zu.

¹⁶ Vorwiegend aus dem Herkunftsland oder vorwiegend aus der Schweiz kommen bei den Freunden zusammen 21% (n=77), bei den Bekannten zusammen 18% (n=78). Alle anderen verweisen auf unterschiedliche Herkunft von Freunden und Bekannten.

Sendungsschaffenden auf der anderen Seite besteht: Typischerweise hängt die Orientierung der Sendung von der lebensweltlichen Einbettung der Sendungsschaffenden in der Schweiz und der von ihnen damit verbundenen Perspektive ab. Praktisch alle Sendungsschaffenden, die schon länger Sendungen machen, berichten von Veränderungen in der Ausrichtung der Programme: Beispielsweise berichtet der Sendungsverantwortliche einer Sendung aus dem asiatischen Raum über die Entwicklung der Themenwahl: Während früher Berichte über politische Ereignisse im Herkunftsland im Vordergrund gestanden hätten, seien heute verstärkt auch Themen im Programm, die sich mit der Situation in der Schweiz beschäftigten. Tatsächlich hat sich die Perspektive vieler Mitglieder dieser Gruppe verändert: War man früher von einem längeren, aber doch zeitlich absehbaren Exil ausgegangen, wird heute eher von einem dauerhaften Aufenthalt in der Schweiz ausgegangen, auch deshalb, weil sich die betreffenden Personen, in grösserer Zahl vor etwas über zwanzig Jahren eingewandert, mit ihren Kinder und teilweise auch Enkeln in der Schweiz inzwischen eingelebt haben. Damit verändern sich lebensweltliche Präferenzen, etwa, sich in der Schweiz eine gesicherte Existenz auch im Alter aufzubauen. Das bedeutet natürlich, auf die gleichen Fragen Antworten zu suchen (oder suchen zu müssen) wie die Einheimischen auch, Fragen etwa nach dem Aufbau einer sinnvollen Altersversorgung usw. Gerade für die erste Generation, in der viele die Landessprache nur begrenzt beherrschen, bleibt die Information zu solchen Themen in der Muttersprache zentral. Für diese Generation bleibt das Geschehen im Herkunftsland, und das ist ja in der Regel das Land, in dem der Migrant seine Kindheit verbracht hat, von herausgehobenem Interesse. In diesem Sinne entwickelt sich die Themenwahl von Themen, die stärker auf das Herkunftsland bezogen waren, zu einem Mix von auslands- und inlandsbezogenen Themen.

Diese Form von Veränderung in der Themenwahl ist charakteristisch für Sendungsschaffende, die schon seit längerer Zeit Radio machen und seit längerer Zeit in der Schweiz leben. Die damit verbundene Veränderung von Relevanzsystemen wird besonders deutlich in der Selbstbeschreibung eines Sendungsschaffenden, der zum Zeitpunkt des Interviews seit 40 Jahren in der Schweiz lebte. Früher, so berichtet er, habe man Radio für die italienische Community in der Schweiz gemacht. Heute mache man italienisches Radio. Die Perspektive der Sendungsschaffenden (und grosser Teile ihres Publikums) ist die Perspektive von Schweizern, die aus Italien zugewandert sind und nun hier sesshaft geworden sind. Das sind Personen, die mehr oder minder assimiliert sind. Das fremdsprachige Radio spiegelt in seinen Sendungen nichts anderes als den Prozess der Integration und die in diesem Prozess sich verändernden Relevanzen. Diese Verschiebung von Relevanzen wird auch in einem Interview eines Südeuropäers deutlich, der seit nun fünfzehn Jahren in der Schweiz lebt: Früher habe er politische Ereignisse in seinem Herkunftsland oft kritisch kommentiert. „Irgendwann hab ich da auch nicht mehr den Sinn dahinter gesehen. Ich wohne nicht mehr dort.“ (Interview BS, 384 f.).

Eine solche Perspektive wäre für einen Neuzuzüger kaum denkbar, weil sie wenig mit seiner Lebenssituation zu tun hat, die nicht von Vertrautheit, sondern eben durch Fremdheit gekennzeichnet ist. Für Neuzuzüger wie auch diejenigen, die noch nicht so lange in der Schweiz leben, sind die Relevanzen oft stärker am Herkunftsland orientiert. Hier kann das Bestreben eine Rolle spielen, in der Fremde sich einen Raum der Vertrautheit zu schaffen – das beginnt bei der Sprache und geht über die Musik bis zu den Berichten, die sehr stark auf das Herkunftsland fokussiert sind. Dies den Sendungsschaffenden als einen „Mangel“ an Integrationswillen o. ä. auszulegen, würde der Situation der Fremdheit, in der diese sich befinden, nicht gerecht. Oft geht es dabei darum, in einer objektiven Situation von Fremdheit Ankerpunkte zu schaffen, die vertraut sind (das gilt in gleicher Weise für die Hörer). Dies ist der Beginn eines Prozesses, der – sofern der Migrant länger in der Schweiz bleibt – typischerweise in der eben beschriebenen Weise endet, nämlich bei Sendungen, die stärker auf das Leben in der Schweiz konzentriert sind. Diese Entwicklung ist in der Lebenswelt der Migranten im Aufnahmeland *selbst angelegt*. Wenn auch die Sendungen von Migranten, die noch nicht so lange in der Schweiz leben, oft dazu dienen, eine „Brücke in mein Land“ zu schlagen – wie es einer der Interviewten ausdrückt, der noch keine fünf Jahre in der Schweiz lebt –, so ist es doch eben eine Brücke, die von der Schweiz aus geschlagen wird. Und genau darin unterscheiden sich diese Sendungen von dem heutzutage über das Internet oder Satelliten empfangbaren Rundfunk- und Fernsehprogrammen des Herkunftslandes. Dabei handelt es sich um Sendungen, die für Menschen gemacht sind, die im Herkunftsland leben, nicht aber für Menschen, die im Ausland leben. Ausnahmslos alle Sendungsschaffenden, auch die, die erst ausgesprochen kurz in der Schweiz sind, reflektieren die Differenz zwischen diesen Programmen und ihrem Radioprogramm, die eben darin besteht, dass es sich bei letzterem um ein Programm handelt, dass für Migranten gemacht ist.

Von diesen beiden Typen lässt sich ein dritter Typus unterscheiden, der Sendungsschaffende mit Migrationshintergrund, das Kind oder der Enkel von Migranten. Diese Sendungsschaffenden stehen lebensweltlich nicht vor einer Situation mehr oder minder grosser Fremdheit, die langsam überwunden wird, es sind vielmehr Personen, die in der Schweiz aufgewachsen sind, die ihre Kindheitserinnerungen mit dem Alltagsleben in der Schweiz verbinden – auf der Ebene des Wissens und der Integration in Funktionssysteme unterscheiden sie sich kaum¹⁷ von den Kindern von Schweizern. Hier sind der Motivzusammenhang für die und auch die Ausrichtung der Radiotätigkeit typischerweise anders gelagert: Nicht Fragen des Alltagshandelns, sondern Fragen der Selbstvergewisserung stehen im Zentrum. Die Sendungen sind eine Vergewisserung über die „eigenen Wurzeln“, thematisch daher weniger auf Handlungsprobleme von Personen

¹⁷ Diese Aussage gilt in dieser Deutlichkeit nur für die Gruppe der Sendungsschaffenden und ist nicht verallgemeinerbar. Je nach Größe und Struktur der Community sowie dem Integrationsgrad der Eltern kann in der zweiten Generation auch das oft beschriebene Phänomen auftreten, dass die eigene Sozialisation als eine in „zwei Welten“ erfahren wird.

gerichtet, die sich in der Schweiz orientieren müssen. Möglicherweise ist es kein Zufall, dass die beiden Interviewpartner, die in der Schweiz geboren worden sind, für Sendungen stehen, die einen Schwerpunkt auf Musik und auf Kultur haben: Beides sind akzeptierte Medien und akzeptierte Ausdrucksformen der Selbstvergewisserung und –zurechnung. Diese Sendungen verstehen sich als ein „Sprachrohr“ der Community, d. h. der Vereine und Organisationen, in denen das Herkunftsland kulinarisch, musikalisch, folkloristisch usw. repräsentiert wird. Der entscheidende Punkt dabei ist, dass es sich dem Selbstverständnis nach nicht um ein Radio für Ausländer handelt, sondern eben für „Secondos“, d. h. für Schweizer mit Migrationshintergrund. Im Zentrum steht hier nicht Fremdheit, sondern Selbstverortung.

Wenn wir also die Sendungsschaffenden vorläufig typisieren, so können wir auf der Grundlage der Interviews drei Typen bilden, die sich in den Motiven zur und der Art und Weise der Sendungsproduktion unterscheiden. Den *ersten Typus* bezeichnen wir als den sich akkulturierenden und integrierenden Migranten und meinen damit einen Sendungsschaffenden, der zwar in seiner Community hoch integriert ist, in seinen Relevanzen und in seiner Perspektive sich aber nicht oder noch nicht in der Schweiz niedergelassen hat. Er ist ein Fremder nicht im Simmelschen Sinne (fremd nach Simmel ist der, der „heute kommt und morgen bleibt“), sondern in dem Sinne, dass das „morgen“ noch unklar ist - vielleicht bleibt er, vielleicht geht er, vielleicht wird er gezwungen, zu gehen. Diese Unklarheit manifestiert sich einerseits in einer starken Orientierung der Sendungsthemen am politischen Geschehen im Herkunftsland, andererseits in einer starken Orientierung an der Community in der Schweiz – die in der Regel das Bindeglied zu den unterschiedlichen Funktionssystemen darstellt.

Der *zweite Typus* ist der integrierte Migrant. Dieser lebt schon länger mit einer dauerhaften oder wenigstens langfristigen Perspektive in der Schweiz, oft verbunden mit Familiengründung und Elternschaft. Dieser Typus ist nicht nur in der Community hoch integriert, sondern auch in das Schweizer Alltagsleben unabhängig von der Vermittlung desselben durch die Community. Das ist im Grunde der Simmelsche Fremde, nur dass er eben nicht mehr im eigentlichen Sinne fremd ist. Seine Sendungen sind stärker an Schweizer Themen und an der Community orientiert als die des ersten Typs.

Auf den *dritten Typus* trifft am ehesten zu, was in der postmodernen Diskussion unter dem Titel fragmentierte Identität (Bhabha 2000, Hall 1999) diskutiert wird. Wir bezeichnen ihn als identitätssuchenden Migranten. Nach dem anfangs zitierten Verlaufsschema von Integration von Eisenstadt steht dieser Typus kurz vor der Assimilation. Dieser Typus macht viel eher als die anderen beiden Sendungen, die sich auf das Herkunftsland der Eltern oder Grosseltern beziehen, in der Regel musikalisch – kulturell orientierte Sendungen, die der eigenen Suche nach Verortung in einer Welt Ausdruck geben, die passende Angebote kaum bereitzustellen in

der Lage ist. Diese Kinder und Enkel von Migrantinnen und Migranten kennen die Schweizer Nationalmythen wie alle andern Schweizer auch, aber sie funktionieren nicht als zureichende Identitätsangebote. Auch hier täte der öffentlichen Diskussion weniger Aufgeregtheit gut: Man muss nicht gleich Integration für gescheitert halten, weil die zweite Generation sich anders zugehörig fühlt. Das kann auch eine Form der Distanzierung von den Eltern bedeuten, die ihr Leben mit dem Aufbau einer neuen Lebenswelt zugebracht haben – mit anderen Worten: es kann sich auch um einen Generationenkonflikt handeln.¹⁸

Die Ausrichtung der Sendungen hängt in diesem Sinne von der sozialen Lage der Migranten, die soziale Lage wiederum von der *sozialen* Aufenthaltsdauer ab.¹⁹ Nur auf den ersten Blick muss die Korrespondenz von Sendungsausrichtung und Integrationsgrad erstaunen. Auf den zweiten Blick liegt sie nahe. Denn mit der Akkulturation beginnt ein Prozess der Veränderung der Wissensvorräte, Relevanzen und Typiken, der sich gleichsam „hinter dem Rücken“ der Beteiligten vollzieht und sich deshalb vom Individuum kaum beeinflussen lässt – wohl aber von sozialen Organisationen. Eine gelungene Integrationspolitik – und das heißt: Unterstützung der Akkulturation nach politisch definierten Kriterien – beschleunigt diesen Prozess, eine misslingende verlangsamt ihn. Zumindest mit Blick auf die fremdsprachigen Radiosendungen lässt sich sagen, dass eine moderne Integrationspolitik über die direkte Förderung der Akkulturation durch Sprachförderung und die Inklusion in gesellschaftliche Leistungs- und Funktionssysteme hinausgehen sollte: Die Förderung von Akkulturation und Integration kann auch die Förderung von fremdsprachigen Medien bedeuten.

Aus der engen Beziehung zwischen den Integrationsgrad der Sendungsschaffenden und der Ausrichtung der Sendungen lässt sich mit Blick auf die Hörerschaft eine weitere Folgerung ziehen, die zudem für die Beantwortung der Frage nach der administrativen Nutzung der fremdsprachigen Programme nicht unerheblich ist: Bisher haben wir vor allem zu Zwecken der Darstellung so getan, also ob eine Migrantengemeinschaft eine in sich mehr oder minder homogene Einheit sei, als ob also diese nicht wie *jede* bekannte Form der Vergemeinschaftung Muster sozialer Differenzierung aufweisen würde. Das ist natürlich eine Vereinfachung, die in keiner Weise der sozialen Realität von Vergemeinschaftungen gerecht wird und die unreflektiert das Stereotyp bedient, die Gruppen der Migranten seien in sich homogen. Abgesehen davon, dass migrantische Communities wie alle anderen Vergemeinschaftungen auch in sich sozial hoch differenziert und stratifiziert sind – und sich die Hörgewohnheiten selbstverständlich entlang solcher Differenzierungen und Stratifizierungen unterscheiden –, lässt sich aus der engen Beziehung zwischen Integrationsgrad der Sendungsschaffenden und der Ausrichtung der

¹⁸ Vgl. dazu die in FN 17 gemachte Einschränkung zum Gültigkeitsbereich der Aussage.

¹⁹ Mit dem Terminus „soziale Aufenthaltsdauer“ wird der Umstand bezeichnet, dass die zeitliche Aufenthaltsdauer allein und für sich genommen wenig über den Grad der Integration aussagt.

Sendungen folgern, dass sich auch die Hörerschaft entsprechend der Orientierung der Sendungen differenziert: Die Sendungen werden – ganz unabhängig davon, was die Sendungsschaffenden für Vorstellungen davon haben, welche Zielgruppen sie ansprechen wollen – eine Hörerschaft finden, die sich in einer vergleichbaren Lage – mit Blick auf den Stand der Integration – befindet. Die einzelnen Sendungen also werden eine sozial *und* der sozialen Aufenthaltsdauer nach differenzierte Hörerschaft haben. Daraus folgt für die Frage nach der administrativen Nutzung, dass diese berücksichtigen muss, dass die Hörerschaft sich nicht nur nach dem Stand der eigenen Integration differenziert, sondern auch sozial.

3.5 Rahmenbedingungen der Sendungserstellung

Das nichtkommerzielle fremdsprachige Radioprogramm in der Schweiz wird in einem spezifischen Rahmen hergestellt, der eine Determinante des Programmangebots darstellt. Zwei zentrale Kontextbedingungen, erstens die Nichtkommerzialität der Sendungen (3.5.1) und zweitens die unterschiedliche Geschichte und Ausrichtung der einzelnen Radiostationen (3.5.2), werden hier diskutiert. Beide Kontextbedingungen sind sowohl für die Ausgestaltung der Programme selbst wie für die Frage ihrer Nutzung für administrative Information hoch relevant.

3.5.1 Nichtkommerzialität der Programme

Im Unterschied zum staatlichen Rundfunk hat das fremdsprachige Radioprogramm private Träger, im Unterschied zum kommerziellen Rundfunk in der Schweiz ist es nicht kommerziell ausgerichtet. Zumindest die Unterscheidung zum kommerziellen Rundfunk ist hoch plausibel, da die Gesamtheit der möglichen Hörer auch bei den großen Sprachgruppen doch so klein ist, dass eine kommerzielle Ausrichtung der Programme sich nicht tragen würde. Für die Ausstrahlung des fremdsprachigen Radioprogramms im nichtstaatlichen Rundfunk spricht weniger eine systematische als eine historische Überlegung: Als das fremdsprachige Radioprogramm begann, war der Umgang mit Vielsprachigkeit kein Thema öffentlicher Auseinandersetzung (und er ist es bis heute nicht). Inwieweit ein fremdsprachiges Radioprogramm auch im staatlichen Rundfunk sinnvoll sein kann, wird am Ende dieses Berichts kurz diskutiert. An dieser Stelle geht es um die Konsequenzen, die sich aus der Nichtkommerzialität der Programme ergeben.

An erster Stelle ist die Ehrenamtlichkeit des Engagements auf Seiten der Sendungsschaffenden zu nennen. Die Sendungen zeichnen sich durchschnittlich durch einen – im Vergleich – hohen Wortanteil aus; entsprechend aufwändig ist die Herstellung der einzelnen Sendungen. 60% der Sendungen (n=168) sind innerhalb von vier Stunden produziert. Nimmt man noch hinzu, dass die Gruppe der Sendungsschaffenden, wie unsere Studie für das BAKOM gezeigt hat,

typischerweise sozial und systemisch gut integriert ist, d. h. ihr Engagement für das fremdsprachige Radioprogramm neben einer Berufstätigkeit ausübt, kann man annehmen, dass die intrinsische Motivation der Sendungsschaffenden ausgesprochen hoch ist.

Zwar müssen die Sendungen mit den Redaktionsstatuten der Radiostationen in Einklang stehen und die Sendungsschaffenden in der Regel mit den Techniken der Sendungserstellung vertraut sein oder diese Techniken im Rahmen von Kursen erwerben, doch ist darüber hinaus die Ausrichtung und Ausgestaltung der Sendungen weitgehend in das Belieben der Sendungsschaffenden gestellt. Ohne diese Freiheit und Feizügigkeit wäre ein nichtkommerzielles Radioprogramm auch kaum vorstellbar. Im Grund kann man eine direkte Beziehung herstellen zwischen der Kommerzialität der Sendungserstellung und der Kontrolle der Ergebnisse: Je weniger kommerziell, desto mehr liegt die Verantwortung für das Ergebnis und die Kontrolle über seine Herstellung bei den Produzenten. Deshalb ist eine stärkere Kontrolle der Programme grundsätzlich mit dem Risiko verbunden, dass die Motivation und das Engagement der Sendungsschaffenden in dem Masse abnimmt, wie die Kontrolle zunimmt.

Die große Freiheit bei Auswahl und Bearbeitung der Themen ist verbunden mit der Freiwilligkeit des Engagements der Sendungsschaffenden. Dazu gehört, eine neue Sendung zu beginnen wie eine alte zu beenden. So, wie die Radiostationen nur einen bescheidenen Einfluss auf Themenwahl und –bearbeitung haben, haben sie auch nur einen ausgesprochen begrenzten Einfluss auf die Dauer einer Sendung. Zwar ist sowohl die innere Stabilität der Sendungsgruppen ausgesprochen hoch, d. h. die Fluktuation in den Gruppen niedrig und auch die Kontinuität des Engagements in Anbetracht seiner Freiwilligkeit ausgesprochen hoch (die Hälfte der Befragten machte zum Zeitpunkt der Befragung seit über 7 Jahren Radio; die Hälfte der Sendungen existierte seit mindestens 6 Jahren),²⁰ doch folgt aus der Freiwilligkeit des Engagements strukturell die Möglichkeit einer stärkeren Fluktuation beim Sendungsangebot. Und tatsächlich wechseln die Sendungen – sieht man von dem erwähnten stabilen Kern ab – häufig.

Aus dieser Überlegung folgern wir an dieser Stelle, dass das integrative Potential der fremdsprachigen Radiosendungen vor allem anderen der intrinsischen Motivation der Akteure zuzurechnen ist und dass eine Nutzung der Programme für administrative Zwecke erstens der jetzigen Struktur des fremdsprachigen Radios nicht entspricht, insofern diese auf Freiwilligkeit und der intrinsischen Motivation der Akteure aufbaut. An dieser Struktur ändert sich auch nichts durch die Unterstützung der Radiostationen mit öffentlichen Mitteln, da diese sich auf die Stationen bezieht. Jede Form der Nutzung des fremdsprachigen Radioprogramms wird in die bestehende Struktur verändernd eingreifen müssen, d. h. in irgendeiner Weise finanzielle Mittel zur

²⁰ Vgl. dazu Jan Weyand, a. a. O.

Realisierung der eigenen Zwecke bereitstellen müssen, die auf welchen Wegen auch immer den Sendungsschaffenden zugute kommen.

Zweitens entsprechen sich das eher auf Langfristigkeit angelegte Interesse administrativer Information und die auf Freiwilligkeit angelegte Struktur des Radioprogramms nicht. Die mit der Freiwilligkeit des Engagements verbundene Möglichkeit auf Seiten der Sendungsschaffenden, das Engagement auch beenden zu können und die empirische Beobachtung, dass sich die Programminhalte im fremdsprachigen Radioprogramm in etwa der Hälfte der Fälle doch eher rasch verändern, führen zu der Folgerung, dass eine Nutzung der Programme für die Zwecke administrativer Information Wege finden müsste, eine größere Kontinuität der Sendungen zu erreichen. Solche Wege (etwa finanzielle Unterstützungsleistungen) laufen in jedem Fall aber dem Prinzip der Ehrenamtlichkeit und der Freiwilligkeit des Engagements entgegen.

Grundsätzlich bedeutet das Prinzip der Freiwilligkeit, dass die Sendungsschaffenden nicht zur Ausstrahlung von Informationen verpflichtet werden können, die sie nicht ausstrahlen wollen. Dies gilt natürlich umso mehr, wenn die Institutionen, die Informationen verbreiten wollen, die Kosten für Übersetzung usw. nicht selbst tragen, sondern den Sendungsschaffenden aufbürden wollen.

Deswegen kann drittens unter Beibehaltung des Prinzips der Freiwilligkeit und der Ehrenamtlichkeit die Verbreitung von administrativen Informationen nur darauf setzen, dass diese von den Sendungsschaffenden weiter gegeben werden *wollen*. Dafür ist eine minimale Bedingung, den zusätzlichen Aufwand (Übersetzungskosten usw.) zu vergüten. Eine Kooperation setzt in diesem Fall wechselseitiges Vertrauen voraus und könnte daher sinnvoll über gemeinsame Projekte eingeleitet werden.

3.5.2 Ausrichtung der Radiostationen

Das fremdsprachige Radioprogramm in der Schweiz unterscheidet sich von Radiostation zu Radiostation in seiner inhaltlichen Zusammensetzung.²¹ Diese Unterschiede hängen mit Ausrichtung und Geschichte der einzelnen Radiostationen zusammen. An dieser Stelle gehen wir auf die Unterschiede ein, die mit Blick auf die Erreichbarkeit von Neuzuzügern relevant sind.

Bei Radio LoRa läuft die Programmwerbung über die Sendungen selbst. Die Größe des Senders auf der einen sowie die finanzielle Ausstattung und die damit verbundene Ressourcenknappheit auf der anderen Seite machen es auf Seiten des Radios kaum möglich, als eigenständiger Akteur aufzutreten. Dem Radio kommt viel eher die Funktion eines Mittlers zu. So ist auch die Situation bei Radio RaBe. Im Unterschied dazu ist das Radio als eigenständiger Akteur

²¹ Zur Analyse vgl. Weyand, a. a. O.

bei Radio X und Kanal K stärker aktiv: Bei Kanal K geht das Engagement auf den Verein BabylonSchweiz zurück, der von Sendungsschaffenden gegründet wurde. Dieser Verein hat den interkulturellen Dialog als Vereinsziel formuliert und fördert nicht nur im Radioprogramm selbst, sondern auch darüber hinaus in Veranstaltungen die Auseinandersetzung mit Migration, Akkulturation und Integration in der Schweiz. Durch die gute Vernetzung des Vereins findet eine – weitgehend ehrenamtliche – breite Information über das Radioprogramm statt, z. B. bei monatlich veranstalteten Nachtessen in Durchgangszentren. Auch hier stellen die finanziellen Ressourcen eine erhebliche Schranke der Aktivität dar. Radio X verfügt im Unterschied zu den anderen Radiostationen über das Projekt „Information ist Integration“ über finanzielle Mittel, um den Aufbau eines Netzwerkes und den Informationsaustausch mit Kulturvereinen, Integrationsstellen, Beratungsstellen und Ämtern voranzutreiben.

3.6 Zusammenfassung

Die Untersuchung zum fremdsprachigen Radioprogramm und zu den Programmschaffenden weist

- (1) auf ein erhebliches Integrationspotential dieser Sendungen hin, das aber
- (2) für die spezifische Situation von Neuzuzüglern nur mit erheblichen Einschränkungen gilt:
Für Neuzuzüger gibt es praktisch kein eigenständiges Angebot, wohl aber ein Angebot, das geeignet ist, die Akkulturation von Neuzuzüglern zu befördern. Dies gilt auf mehreren Ebenen, von denen zwei an dieser Stelle herausgehoben werden sollen, auf der Ebene der Information über Ereignisse und Veranstaltungen in der Schweiz und auf der Ebene der Herstellung von Vertrautheit mit einer für Neuzuzüger fremden Lebenswelt.

Die Beobachtung, dass die Sendungen zwar in der Regel der Akkulturation von Neuzuzüglern förderlich, aber nicht auf diese ausgerichtet ist, erklärt sich auch daraus, dass die Sendungen in der Mehrzahl (2/3) von Personen gemacht werden, die über 10 Jahre, teilweise auch erheblich länger, in der Schweiz leben (63%; n=72). Diese Sendungsschaffenden sind in der Regel mehrsprachig und sozial, systemisch und kulturell gut integriert. Da sie insgesamt ein Programm machen, das – ganz unabhängig von der Zurechnung zu einem spezifischen Genre – sich vor allem an Personen richtet, die mit Blick auf den Stand ihrer Integration sich in einer vergleichbaren Lage befinden, liegt es nahe, dass der auf Fragen der Akkulturation gerichtete Anteil der Sendungen nicht im Fokus steht. Diese Situation ist unter der Voraussetzung der Freiwilligkeit und Ehrenamtlichkeit des Engagements auf Seiten der Sendungsschaffenden sowie finanziell knappen Ressourcen der Radiostationen kaum zu ändern. Eine stärkere

Ausrichtung der Sendungen auf Neuzuzüger oder die Erstellung eines speziellen Programms für Neuzuzüger setzte die Bereitstellung finanzieller Mittel voraus.

Zwischen der prozentualen Verteilung der ausländischen Wohnbevölkerung und dem Anteil der jeweiligen Gruppen am fremdsprachigen Radioprogramm bestehen keine Zusammenhänge. Dies bedeutet, dass neben den Reichweiten der Sender auch die Zusammensetzung der Sendungsgruppen eine erhebliche Einschränkung einer administrativen Nutzung des fremdsprachigen Rundfunks bildet.

Schliesslich ändern sich die Ausrichtungen der Sendungen abhängig von der Integration der Sendungsschaffenden. Damit verändert sich auch die Hörerschaft.

4 Zugangswege von Neuzuzügern zum fremdsprachigen Radioprogramm

Für die Beantwortung der Frage, inwieweit das fremdsprachige Radio in der Schweiz nicht nur der technischen Bedeutung nach, sondern auch der sozialen Funktion nach ein Massenmedium ist, das auch und gerade von Neuzuzügern genutzt wird, ist es wichtig zu wissen, auf welchen Wegen Neuzuzüger zum Radio kommen. Denn seine Funktion als Massenmedium, über das ein Hörer auch unabhängig von der Einbindung in soziale Netze verfügt, kann das fremdsprachige Radio nur erfüllen, wenn die Zugangswege in irgendeiner Weise formalisiert, in jedem Fall unabhängig von der Einbindung der Neuzuzüger in die sozialen Netze der Community sind. Im Folgenden wird die Frage nach den Zugangswegen in zwei Abschnitten diskutiert, zuerst mit Blick auf die Zugangswege selbst (4.1), dann mit Blick auf Möglichkeiten und Grenzen, sie zu verändern (4.2).

Die Antwort ist auch für die Frage nach der Nutzung des fremdsprachigen Radioprogramms für den administrativen Zweck der Information von Neuzuzügern wichtig: Als Informationsmedium für Neuzuzüger hat das Radio erstens nur Sinn, wenn sichergestellt werden kann, dass es den Neuzuzügern bekannt ist. Das Radio bringt zweitens gegenüber den in der Community etablierten Kommunikationsnetzen, zu denen in der Regel über herausgehobene Personen in herausgehobenen Funktionen Kontakte bestehen, nur dann einen wesentlichen Vorteil, wenn es andere Personen und vor allem Personen bzw. Neuzuzüger unabhängig von den Kommunikationsnetzen der Community erreichen kann.

4.1 Zugangswege

Eine Erhebung von Zugangswegen, darauf wurde in Kapitel 2 schon hingewiesen, führt eine eigene Problematik bei sich: Weil sie nur immer schon realisierte Zugangswege erheben kann, setzt eine solche Erhebung voraus, dass der Schluss von den Zugangswegen der Vergangenheit auf die Zugangswege der Gegenwart zulässig ist. Gerade in einer Zeit, in der die Medienlandschaft von rasanter Entwicklung und Veränderung gekennzeichnet ist, wird die Problematik jenes Schlusses virulent: In der Gegenwart sind beispielsweise Zugänge zum Radio möglich, etwa über das Internet, die es in der Vergangenheit gar nicht gab. Wenn wir die Ergebnisse interpretieren, müssen wir uns dieser Problematik bewusst sein, d. h. berücksichtigen, dass die Ergebnisse eine systematische Verzerrung aufweisen, insofern sie neue Zugangswege (wie z. B. das Internet) nicht in dem Ausmass berücksichtigen können, in dem sie heute eine Rolle spielen.

Ganz unabhängig von der Erhebungsmethode verweisen die Ergebnisse auf zwei vorherrschende Zugangswege zum fremdsprachigen Radioprogramm, die nach den bisherigen Überlegungen zur Einbindung des fremdsprachigen Radioprogramms in die Community nicht überraschen: **Zufall** (z. B. zufälliges Hören) und **persönliche Kontakte** sind **die Zugangswege** zum fremdsprachigen Radioprogramm.

Zu den einzelnen Erhebungsmethoden:

Hörerumfragen

Bei den Hörerumfragen gaben 2/3 der Hörer an, durch Freunde und Bekannte auf die Sendung aufmerksam geworden zu sein, 1/3 durch Zufall (in der Regel beim Suchen von Sendern im Radio).

Zwischen der Aufenthaltsdauer und dem Zugang lassen sich aufgrund der geringen Fallzahlen keine belastbaren Beziehungen herstellen. Eine klare Tendenz ist nicht erkennbar: In einigen Fällen beginnt die Bekanntschaft mit der Sendung schon im Jahr des Zuzugs (dann typischerweise durch Freunde und Bekannte vermittelt), in anderen liegen mehrere Jahre dazwischen.

Interviews mit Sendungsschaffenden

Ein vergleichbares Bild ergibt die Analyse der Interviews mit den Sendungsschaffenden: Sofern die elf interviewten Sendungsschaffenden schon vor der Produktion ihrer eigenen Sendung als Hörer in Kontakt mit dem fremdsprachigen Radio waren (was in der Hälfte der Fälle so ist), ist die Mehrheit über Bekannte und Freunde auf das fremdsprachige Radioprogramm gestossen, der Rest per Zufall. In vielen dieser Fälle sind die Sendungsschaffenden durch ihre Aktivität in anderen Gruppen auf die Radioprogramme aufmerksam geworden. Die Einschätzung der Zugangswege anderer Migranten zum Radio durch die Sendungsschaffenden entspricht den eigenen Zugangswegen und den anderen Ergebnissen: Mehrheitlich werden persönliche Kontakte als Zugangsbedingung angenommen.

Auch hier sind keine Tendenzen mit Blick auf eine Beziehung zwischen Aufenthaltsdauer und Bekanntschaft mit dem muttersprachlichen Radioprogramm erkennbar.

Online-Befragungen

Die Online-Befragungen ergeben das gleiche Bild: Von den 101 Personen, die angaben, eines der nichtkommerziellen Radioprogramme häufig, gelegentlich oder selten zu hören, kommen die mit Abstand meisten Hörer über Bekannte zum Radio, gefolgt von der Gruppe, die über Zufall auf das Radio stösst.

Interviews mit Radioverantwortlichen

Das Bild bestätigt sich in den Interviews mit den Radioverantwortlichen: Auf die Frage, wie der eigenen Einschätzung nach Neuzuzüger typischerweise von den Programmen erfahren, wird entweder auf Zufall oder auf persönliche Bekanntschaft verwiesen. Der persönliche Kontakt wird von den Radioverantwortlichen als wichtigerer Weg eingeschätzt – auch das entspricht den bisherigen Ergebnissen.

Daraus folgt für die Frage nach der Erreichbarkeit von Neuzuzüglern durch das fremdsprachige Radioprogramm:

- 1 Das Medium Radio wird derzeit nicht systematisch unter Neuzuzüglern bekannt gemacht. Einige hören sehr schnell nach ihrer Ankunft in der Schweiz von den Sendungen, andere nicht.
- 2 Vom fremdsprachigen Radioprogramm erfahren die Neuzuzüger überwiegend durch persönliche Kontakte. Dies sind in der Regel Kontakte, die über die Infrastruktur der Community vermittelt sind, jedenfalls nicht über Schweizer Behörden (mit denen ja alle legal in die Schweiz einreisenden Migranten in irgendeiner Weise in Kontakt treten müssen, die sich also als Instrument für die Bekanntmachung solcher Radios anbieten). Daraus folgt, dass die Wahrscheinlichkeit, dass ein Neuzuzüger von dem fremdsprachigen Radioangebot erfährt, von der Funktionsweise der Kommunikationsnetze der Community abhängt: Je besser die Community funktioniert, desto höher die Wahrscheinlichkeit.
- 3 Aus der in (2) genannten Überlegung folgt, dass die Information über die Existenz der fremdsprachigen Sendungen von der Einbindung in die sozialen Netze der Community abhängt.

4.2 Rahmenbedingungen

Der gleichlautende Befund, der Zugang zum fremdsprachigen Radioprogramm erfolge zufällig, weist in jedem Fall darauf hin, dass es bisher keinen systematisch beschrittenen Weg gibt, der unabhängig von der Einbindung in die sozialen Netze der Community zu den Programmen führt. Insbesondere gibt es bisher in diesem Punkt keine Zusammenarbeit zwischen staatlichen Stellen, die ja von allen legal in die Schweiz einreisenden Neuzuzüglern aufgesucht werden müssen, und dem fremdsprachigen Radioprogramm. Wenn wir uns an das anfangs erwähnte

deckungsgleiche Interesse von Behörden und Neuzuzügern an einer gelingenden Akkulturation und Integration erinnern, muss dieser Befund erstaunen.

Zunächst ist festzuhalten, dass – wie oben schon erwähnt – überhaupt nur 5% der Sendungen (n=186) Werbung speziell für Neuzuzüger machen. Der Großteil dieser Sendungen wiederum kann den beiden in diesem Bereich eher aktiven Radiostationen Kanal K und Radio X zugerechnet werden. Insgesamt gilt, dass die Schranke hier weniger auf Seiten der Motivation der Sendungsschaffenden oder der Akteure bei den Radios liegt, sondern auf der Seite der finanziellen Ausstattung. Von den Akteuren wird viel eher betont, dass eine breitere Bewerbung sinnvoll, aber eben nicht leistbar sei. Ausnahmen bestätigen hier die Regel: Das Engagement von Radio X in diesem Gebiet sowie die Hinweise auf das Radioprogramm bei den Neuzuzügerbegrüßungen sind die Folge von Projekten, in deren Rahmen entstehende Kosten gedeckt werden können.

4.3 Folgerungen

Aus der bisherigen Untersuchung der Zugangswege zum fremdsprachigen Rundfunk können wir folgern, dass

- (1) die unsystematische Information von Neuzuzügern ihre Gründe vor allem in unzureichenden Ressourcen auf Seiten der Sendungen und Radiostationen zu suchen sind. Wenn Neuzuzüger über das fremdsprachige Radioprogramm mit administrativen Informationen versorgt werden sollen, müssen – unter Berücksichtigung der in Kapitel 3 diskutierten Einschränkungen – Wege gefunden werden, wie diese systematischer als bisher mit dem Programm vertraut gemacht werden können. In der Gegenwart hat sich eine Situation etabliert, die dadurch gekennzeichnet ist, dass diejenigen, die in der Community mehr oder minder gut integriert sind, auch diejenigen sind, die am ehesten über Bekannte von der Existenz des Programms erfahren. Das sind aber auch diejenigen, bei denen man am ehesten davon ausgehen kann, dass wichtige administrative Informationen über persönliche Netze auch wahrgenommen werden. Diejenigen, die in der community nicht so gut integriert sind, erfahren typischerweise seltener von dem Programmangebot. Und genau diese Gruppe ist die Gruppe, die auch über soziale Netze seltener mit relevanten administrativen Informationen versorgt wird, da sie über diese Netze in geringerem Ausmass verfügt.
- (2) Für die Frage nach Möglichkeiten zur Erreichbarkeit von Migranten im Allgemeinen und Neuzuzügern im Besonderen bedeutet dies, **dass der große Vorteil des Massenmediums Radio, die Unabhängigkeit von der Person, im Ethnorundfunk derzeit keine bzw. nur eine untergeordnete Rolle spielt oder nicht zum Tragen kommt.** Die Kenntnis der

Sendungen setzt die Einbindung in die sozialen Netze der Community voraus oder basiert auf Zufall.

- (3) Für die Aufrechterhaltung des status quo (gut in die Community Integrierte sind in der Regel gut informiert über Erfordernisse im Aufnahmeland, schlecht Integrierte in der Regel schlecht) bedeutet dieser Befund, dass der fremdsprachige Rundfunk dafür eigentlich nicht nötig ist: Ein gutes Netz zu den Verantwortlichen in den jeweiligen Communities besteht in der Regel und ist auf Grund der Unabhängigkeit von den Zufällen individueller Entscheidungen, das Radio an- oder abzuschalten, ein effektiverer und effizienterer Weg zur Verbreitung von Information.
- (4) Eine Veränderung des status quo (Verbesserung der Akkulturation von in die Community nicht gut integrierten Neuzuzügern) setzt eine Formalisierung der Informationswege, über die Neuzuzüger von den Sendungen erfahren, voraus. Dies erfordert erstens finanzielle Mittel und zweitens eine Zusammenarbeit zwischen Behörden und Radiostationen, da sich – jedenfalls legal eingereiste – Neuzuzüger systematisch und unabhängig von ihrer jeweiligen Einbindung in die Community gut über die Behörden erreichen lassen, mit denen sie in Kontakt treten müssen.

5 Nutzungsverhalten

Für die Beantwortung der Frage, ob das Massenmedium Radio als eine Informationsquelle für Migranten im Allgemeinen und für Neuzuzüger im Besonderen genutzt werden kann, ist das Mediennutzungsverhalten eine relevante Determinante: Schon im Begriff *Massenmedium* ist der Verweis auf eine relevante Zahl an Nutzern enthalten.

Nach den Ergebnissen der Online-Befragung wird eine muttersprachliche Zeitung von 55% der Befragten häufig, gelegentlich oder selten gelesen (n=214), ein muttersprachliches Radioprogramm aus der Schweiz von 50% häufig, gelegentlich oder selten gehört (n=202) und ein muttersprachliches Internetportal von 45% häufig, gelegentlich oder selten besucht (n=202).

Von diesen 50%, die muttersprachliche Radiosendungen aus der Schweiz hören, tun dies

32% regelmäßig,

26% gelegentlich und

42% selten.

Auch wenn wir bei diesem Ergebnis berücksichtigen, dass die Ergebnisse der Befragung sozial hoch selektiv sind (47% (!) der Befragten verfügen über einen Hoch-/ Fachhochschul-/ oder Universitätsabschluss) und berücksichtigen, dass die Nutzung von Ethnomedien hinter der Nutzung des Fernsehens deutlich zurückbleibt, so ist unter Berücksichtigung schliesslich der im letzten Kapitel diskutierten Abhängigkeit der Kenntnis des Mediums von der Einbindung in die Community der Verbreitungsgrad doch erstaunlich hoch. Gleichwohl ist eine häufige Nutzung des fremdsprachigen Radioprogramms in der Schweiz eher selten (32% der Radiohörerinnen und Radiohörer schalten „häufig“ ein; wenn wir die Gesamtzahl der Teilnehmer an der Befragung berücksichtigen, schalten 15% „häufig“ ein).

Die Zahlen geben zwar keine genaue Auskunft darüber, wie hoch der tatsächliche Anteil der Radiohörer in den jeweiligen Sprachgruppen ist, sie lassen sich aber dahingehend interpretieren, dass das fremdsprachige Radio auf jeden Fall ein relevantes Ethnomedium ist – und darüber hinaus ein Medium, in dem sich der von den Migranten selbst geäußerte Bedarf an muttersprachlicher Information über integrationsrelevante Themen befriedigen lässt.

6 Stellungnahme: Die Funktion des fremdsprachigen Radios für die Integration

Die Ergebnisse dieser Studie ergeben ein unterschiedliches, aber klares Bild hinsichtlich der Beantwortung der drei Teilfragen nach der Funktion des fremdsprachigen Radioprogramms für die Integration von Migranten (6.1), der Funktion für die Akkulturation von Neuzuzügern (6.2) und Möglichkeiten, das Programm für administrative Information zu nutzen (6.3).

6.1 Integrationsfunktion

Das fremdsprachige Radioprogramm in der Schweiz kann insgesamt als hoch integrativ bezeichnet werden. Seine integrative Funktion liegt erstens darin, Migrantinnen und Migranten über die alltägliche Lebenswelt und die gesellschaftlichen Funktionssysteme in der Schweiz zu informieren und so ihren Wissenshorizont zu verändern – in einer Weise, der es Migrantinnen und Migranten ermöglicht, sich besser und selbstverständlicher in der Schweiz zu bewegen. Eine zweite integrative Funktion des Programms liegt gewiss in der Mehrsprachigkeit der Sendungen, durch die Migrantinnen und Migranten die fremde Sprache zwar nicht lernen, aber mit ihr und dem Umgang mit ihr vertraut werden.

Das fremdsprachige Radioprogramm in der Schweiz stärkt die Binnenkohäsion der jeweiligen Communities und erleichtert Migrantinnen und Migranten den Zugang zu der mehr oder minder fremden Lebenswelt in der Schweiz. Zwischen einem starken migrantischen Milieu und einer gelungenen Integration besteht nicht nur kein Widerspruch, beide verweisen vielmehr aufeinander.

6.2 Die Neuzuzüger im fremdsprachigen Radioprogramm und dessen Nutzung

Die besondere Situation der Neuzuzüger spielt im fremdsprachigen Radioprogramm der Schweiz keine herausgehobene Rolle. Ausnahmen bestätigen die Regel, insofern es sich bei den Ausnahmen (etwa Radio X) um extra aufgelegte Projekte handelt. Wenn auch das fremdsprachige Radioprogramm weit überwiegend nicht auf die spezielle Situation von Neuzuzügern ausgerichtet ist, so folgt daraus nicht, dass es für sie nicht relevant wäre, im Gegenteil: Die Funktion des fremdsprachigen Radioprogramms für die Akkulturation wurde in diesem Bericht ausführlich beschrieben.

Die Zugangswege zum fremdsprachigen Radioprogramm waren (und sind es vermutlich auch noch) durch die Integration in die sozialen Netze der Community und durch Zufall bestimmt. Da der Standardzugang über persönliche Kontakte erfolgt, kann man davon ausgehen, dass die Bekanntschaft mit dem Radio von der eigenen Stellung in der Community abhängt: Je besser in die Community integriert, desto eher ist die Existenz der Sendung(en) bekannt.

Die Nutzung der Sendungen ist daher in dem Sinne sozial selektiv, als nicht die technische Reichweite des Senders und die Verfügung über ein Empfangsgerät die zentralen Determinanten der Nutzung darstellen, sondern darüber hinaus der Grad der Integration in die Community. Diese soziale Selektivität führt dazu, dass sich die Kreise, in denen relevante Informationen zirkulieren, durch das fremdsprachige Radio derzeit nicht erweitert werden: Die Neuzuzüger, die gut in die Community integriert sind, erfahren auch vom fremdsprachigen Radioprogramm, diejenigen, die nicht gut integriert sind, erfahren in der Regel nicht davon.

Um dies zu verändern und das heißt: den zentralen Vorteil des Radios, die Unabhängigkeit von der Person und ihrer Einbindung in soziale Netze, nutzen zu können, bedürfte es einer besseren Information über die Sendungen vor allem an Stellen, die von Neuzuzügern besucht werden müssen (vor allem also Behörden). Dies wiederum erfordert erstens eine Zusammenarbeit der Radiostationen mit den Behörden und zweitens finanzielle Mittel.

6.3 Nutzung der Programme durch die Administration

Die Möglichkeiten einer allgemeinen Nutzung der Programme für den Zweck der Verbreitung aus administrativer Sicht relevanter Information müssen derzeit skeptisch beurteilt werden, weil

- (1) die Senderreichweite räumlich selektiv wirkt,
- (2) die Diskrepanz zwischen Einwanderungsgruppen und Sendungsgruppen bezogen auf die Erreichbarkeit von Migrantengruppen selektiv wirkt,
- (3) die Information über die Existenz der Sendungen sozial selektiv ist und deshalb
- (4) die Hörerschaft entsprechend eingeschränkt ist.

Mit Blick auf die Neuzuzüger gilt insbesondere, dass gegenwärtig mit dem Radio nur die erreicht werden können, die gut in die Community integriert sind, also die, die auf anderen Wegen auch erreicht werden können.

Das Prinzip der Freiwilligkeit im fremdsprachigen nichtkommerziellen Rundfunk schliesslich führt dazu, dass ein Teil der Sendungen sich rasch verändert. Außerdem bestimmen die ehrenamtlich tätigen Sendungsschaffenden die Programmgestaltung weitgehend selbst, so dass sich die Sendungsausrichtung auch bei den kontinuierlich sendenden Programmen abhängig vom In-

tegrationsgrad der Sendungsschaffenden verändert. Da diese in der Regel schon länger in der Schweiz leben, ist entsprechend der Anteil an für Neuzuzüger relevanten Themen eher geringer.

Grundsätzlich bestehen unter diesen Voraussetzungen zwei Ansatzpunkte für eine stärkere Nutzung der fremdsprachigen Sendungen für die Zwecke administrativer Information:

(1) Aufbau eines fremdsprachigen Programms im staatlichen Radioprogramm.

Die Realisierung dieser Möglichkeit hat den Vorteil, in der Senderreichweite nicht in der Weise beschränkt zu sein, wie die nichtkommerziellen und kommerziellen privaten Radios das sind. Indes wäre die Realisierung dieser Möglichkeit mit ganz erheblichen Kosten (Aufbau von Redaktionen) und ganz erheblichen Schwierigkeiten (Aufbau von Netzen in die jeweiligen Communities) verbunden.

(2) Unterstützung des bestehenden Angebots im nichtkommerziellen Rundfunk

Die Realisierung dieser Möglichkeit hat Nachteil, die technischen Schranken der Reichweiten nicht überspringen zu können, sie kann aber auf vorhandene und funktionierende Infrastrukturen in den Radios zurückgreifen. Da die Sendungsschaffenden in der Regel gut in die bestehenden Netze der Communities integriert sind und diese gute Integration eine entscheidende Determinante der Funktion des fremdsprachigen Radioprogramms ist, scheint diese Möglichkeit mit weniger Schwierigkeiten verbunden als die erstgenannte. Wenn allerdings die nichtkommerziellen Radios für die Verbreitung administrativer Information genutzt werden sollen, ist

- (a) eine Verbesserung der Information über die Existenz dieser Sendungen insbesondere bei Neuzuzüglern,
- (b) die Überzeugung der Sendungsschaffenden von der Relevanz der Information und wenigstens die Erstattung von zusätzlich anfallenden Kosten, d. h. den Aufbau von Netzen zwischen Behörden und Radios bzw. Sendungsschaffenden zunächst über Projekte,
- (c) eine bessere Ausstattung der Radiostationen, um den Mehraufwand auf deren Seite abzufangen, erforderlich.

Unter den gegenwärtigen Bedingungen scheinen einzelne, auf punktuelle Fragen bezogene Kooperationen zwischen nichtkommerziellen Sendestationen und ihren Programmen und Schweizer Behörden ein erster Schritt in diese Richtung. Bestimmte, in diesem Bericht diskutierte Einschränkungen werden sich allerdings so nicht aufheben lassen, etwa die Beschränkung auf die Sprachen, in denen eben Sendungen existieren, die soziale Differenziertheit großer Migrantengruppen und die damit verbunden soziale Differenzierung der Hörer sowie die Abhängigkeit der Hörerinteressen wie der der Sendungsschaffenden vom Stand der Akkulturation und Inte-

gration. Das fremdsprachige Radio kann daher nur ein Medium unter anderen Medien sein, über die eine moderne Integrationspolitik mit Mehrsprachigkeit umgeht.

6 Literatur

Atteslander, Peter (2000): Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin.

Bhabha, Homi K (2000): Die Verortung der Kultur. Tübingen 2000.

Bentz, Dominic (2003): Die ausländische Bevölkerung im Kanton Zürich. Ergebnisse der Volkszählung für den Kanton Zürich. statistik.info 05/2003 des Statistischen Amtes des Kantons Zürich.

Bohnsack, Ralf (1991): Rekonstruktive Sozialforschung. Opladen.

Bundesamt für Statistik:

- <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/01/07/blank/key/01/01.html> (23.02.2008)

- <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/15/02/key/ind5.indicator.50406.511.html?open=507#507> (21.02.2008)

- <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/03/03/blank/data/01.html> (02.03.2008)

Bundesamt für Statistik (2004): Ausländische Wohnbevölkerung nach detaillierter Staatsangehörigkeit und Geschlecht, 1995-2004, T1104D, Bern.

Busch, Brigitta: Medien und Mehrsprachigkeit – Freiraum freies Radio. In: James, Allan (ed.), Vielerlei Zungen. Mehrsprachigkeit + Spracherwerb + Pädagogik + Psychologie + Literatur + Medien. Klagenfurt 2003, S. 224-252.

Cappai, Gabriele (2005): Im migratorischen Dreieck. Eine empirische Untersuchung über Migrantenorganisationen und ihre Stellung zwischen Herkunfts- und Aufnahmegesellschaft. Stuttgart.

Coray, Renata und Dunya Acklin Muji (2002), Die Schweizer Sprachenvielfalt im öffentlichen Diskurs: eine soziohistorische Analyse. In: Sozialer Sinn, 2, 2002, S. 195-222.

Diekmann, Andreas (2000): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek bei Hamburg.

Drucker, Peter F. (1994): Post-capitalist society, New York.

Eidgenössische Ausländerkommission (EKA) (2003): Bericht Integration und Arbeit. Materialien zur Integrationspolitik, Bern.

Eisenstadt, Shmuel N. (1954): The Absorption of Immigrants. London 1954.

Elwert, Georg (1982): Probleme der Ausländerintegration. Gesellschaftliche Integration durch Binnenintegration? Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 34. 717-731.

Esser, Hartmut (1980): Aspekte der Wanderungssoziologie. Assimilation und Integration von Wanderern, ethnischen Gruppen und Minderheiten. Darmstadt.

Esser, Hartmut (200): Assimilation, Integration und ethnische Konflikte, in: Schatz, Heribert (Hg.): Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk, S. 25-37. Wiesbaden.

Esser, Hartmut (20003): Die Konstruktion der Gesellschaft. Frankfurt a. M.: Campus.

Froschauer, Ulrike; Lueger, Manfred (2003): Das qualitative Interview. Wien.

Geißler, Rainer; Horst Pöttker (Hg.) (2005a): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss - Forschungsstand – Bibliographie. Siegen.

Geißler, Rainer; Pöttker, Horst: Bilanz (2005 b), in: dies.: Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie, S. 393-398. Siegen

Geißler, Rainer; Pöttker, Horst (Hrsg.) (2006a): Integration durch Massenmedien; Medien und Migration im internationalen Vergleich. Siegen.

Geißler, Rainer; Pöttker, Horst (2006 b): Mediale Integration von Migranten. Ein Problemaufriss, in: dies. (Hrsg.): Integration durch Massenmedien; Medien und Migration im internationalen Vergleich, S. 13-44. Siegen.

Hall, Stuart (1999): Kulturelle Identität und Globalisierung, in: Hörning, Klaus et al. (Hg), Widerspenstige Kulturen, S. 395-441. Frankfurt a. M.

Häußermann, Hartmut; Siebel, Walter (1995): Dienstleistungsgesellschaften. Frankfurt a. M.

Helfferrich, Cornelia (2004): Die Qualität qualitativer Daten. Wiesbaden.

Hoffmann-Nowotny, Hans-Joachim (2001): Internationale Migration und das Fremde in der Schweiz. In: Hoffmann-Nowotny, Hans-Joachim (Hg.); Das Fremde in der Schweiz. Ergebnisse soziologischer Forschung, S. 11-30. Zürich.

Horton, Donald; Wohl, R. Richard: Mass communication and para-social interaction. Observations on intimacy at a distance. In: Psychiatry, Jg. 19, 1956, S. 215-229.

Husband, Charles (2001): Über den Kampf gegen Rassismus hinaus: Entwurf einer poly-ethnischen Medienlandschaft, in: Busch, B. et al. (Hrsg.): Bewegte Identitäten. Medien in transkulturellen Kontexten. Klagenfurt.

Imhof, Kurt et al. (2002) (Hg.): Integration und Medien. Opladen.

Jarren, Otfried (2000): Gesellschaftliche Integration durch Medien? Theoretisches Konzept und Überlegungen für empirische Studien, in: Steinmann, Matthias (Hg.), Medien und Identität – CH. eine Studie zum Einfluss von Radio- und Fernsehprogrammen zur gesellschaftlichen und kulturellen Integration in der Schweiz, S. 1-34. Bern 2000.

Koselleck, Reinhart (1989): Erfahrungsraum und Erwartungshorizont – zwei historische Kategorien, in: ders., Vergangene Zukunft, S. 349-375. Frankfurt a. M.

Kronauer, Martin (2004): Exklusion. Die Gefährdung des Sozialen im hochentwickelten Kapitalismus. Frankfurt am Main.

Kunfermann, Stefan (2005): Nicht-kommerzorienteerte Lokalradios. Funktion und Publikum der sieben nicht- oder schwachkommerzorienteerten Lokalradios in der heutigen Medienlandschaft Schweiz. (unveröffentlichte Lizentiatsarbeit). Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft. Universität Freiburg (CH).

Lüdi, Georges / Werlen, Iwar (2005): Sprachenlandschaft in der Schweiz. Neuchâtel.

Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. Opladen.

Martinelli, Monica (2006): Frauen in der Migrationsbewegung: Ihre „Spiegelfunktion“ in den sozioökonomischen und kulturellen Wandlungsprozessen. In: ÖZS, 31. Jg., 2006, S. 24-43.

Mayring, Philipp (1995): Qualitative Inhaltsanalyse, Weinheim.

Mayring, Philipp (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung, Weinheim.

Meier-Braun, Karl-Heinz, Kilgus, Martin (2002): Integration durch Politik und Medien? 7. Medienforum Migranten bei uns. SWR Schriftenreihe, Baden Baden.

Morley, David (2001): Nicht „zu Hause“ in der Mediennation. In: Busch, B. (et al.), Bewegte Identitäten. Medien in transkulturellen Kontexten. Klagenfurt.

Noller, Peter (2000): Globalisierung, Raum und Gesellschaft. Elemente einer modernen Soziologie des Raumes. In: Berliner Journal für Soziologie, Jg. 1, 2000, S. 21-48.

Park, Robert E. (1928): Human Migration and the marginal man, in: American Journal of Sociology, 33, S. 881 – 893.

Reichert, Jo (2007): Qualitative Sozialforschung – Ansprüche, Prämissen, Probleme, in: Benseler, Frank et al. (Hg.), Erwägung Wissen Ethik, Jg. 18/2007, Heft 2, S. 195-208. Stuttgart.

Renn, Joachim (2006): Übersetzungsverhältnisse. Weilerswist.

- Schneider, Beate; Arnold, Anne-Katrin (2006): Die Kontroverse um die Mediennutzung von Migranten: Massenmediale Ghettoisierung oder Einheit durch Mainstream? In: R. Geißler und H. Pöttker (Hrsg.): Integration durch Massenmedien; Medien und Migration im internationalen Vergleich, S. 93-120. Siegen.
- Schütz, Alfred (1972a): Der Fremde. In: Gesammelte Aufsätze, Bd. 2, S. 53–69. Den Haag.
- Schütz, Alfred (1972b): Der Heimkehrer. In: Gesammelte Aufsätze, Bd. 2, S. 70-84. Den Haag.
- Schuleri-Hartje, Ulla-Kritina; Floeting, Holger, Reimann, Bettina (2005): Ethnische Ökonomie. Darmstadt/Berlin.
- Siebel, Walter (2004): Die europäische Stadt. Frankfurt a. M.
- Simmel, Georg (1992): Soziologie. Gesamtausgabe, Bd. 11. Frankfurt a. M.
- Srubar, Ilja, Renn, Joachim und Wenzel, Ulrich (Hrsg.) (2005): Kulturen vergleichen. Sozial- und kulturwissenschaftliche Grundlagen und Kontroversen. Wiesbaden.
- Stehr, Nico (2001): Wissen und Wirtschaften, Frankfurt a. M.
- Steinmann, Matthias, Zaugg, Sabine, Gattlen Roman (2000): Medien und Identität - CH. Eine Studie zum Beitrag von Radio- und Fernsehprogrammen zur gesellschaftlichen und kulturellen Integration in der Schweiz. SRG SSR Idée Suisse, Forschungsdienst (Hrsg.); Bern.
- Streuli, Elisa; Bauer, Tobias: Working Poor in der Schweiz (2002): Gesamtbericht einer Untersuchung über Konzepte, Ausmass und Problemlagen aufgrund der Daten der Schweizerischen Arbeitskräfteerhebung, Bundesamt für Statistik, Neuenburg.
- Stichweh, Rudolf (2005): Inklusion und Exklusion. Studien zur Gesellschaftstheorie. Bielefeld.
- Sutter, Tilmann; Charlton, Michael (Hrsg.) (2001[^]): Massenkommunikation, Interaktion und soziales Handeln. Wiesbaden.
- Vasella, Lucia (2007): Das Lokalradio als Weltempfänger. Bern 2007 (Lizentiatsarbeit, unveröff.)
- Vlasic, Andreas (2004): Die Integrationsfunktion der Massenmedien – Begriffsgeschichte, Modelle und Operationalisierung, Wiesbaden.
- Wenzel, Ulrich (2001): Computergestützte Kommunikation zwischen Interaktion und Interaktivität, in: Zeitschrift für qualitative Bildungs-, Beratungs- und Sozialforschung, Jg. 2, 2001, S. 175-185.
- Weyand, Jan (2008), Integrationspotentiale fremdsprachiger Radiosendungen. Programm und Programmschaffende, in: Heinz Bonfadelli, Migration, Medien und Integration, Forschungsbericht an das BAKOM. Im Erscheinen.

Whyte, William Foote (1996): Die Street Corner Society. Die Sozialstruktur eines Italiener-viertels. Berlin.

Willke, Helmut (2001), Atopia, Frankfurt a. M.

Willke, Helmut (2002): Dystopia, Frankfurt a. M.

7 Anhang

Anhang A: Sendegebiete der nichtkommerziellen Radiostationen Radio LoRa (Zürich), Radio RaBe (Bern), Kanal K (Aarau), Radio X (Basel), Radio RaSa (Schaffhausen) und Radio Cité (Genf).