



Protokoll des Vortrags vom **15. April 2005**

„Bikulturelle Familien und mediale Öffentlichkeit“

Vortragende: **Dr. Astrid Zimmermann**

Anzahl der BesucherInnen: 15 Personen

Inhalt:

Die **Kritikpunkte** an der medialen Berichterstattung über bikulturelle Paare und Familien betrafen Folgendes:

- Auf eine differenzierte Betrachtungsweise wird verzichtet, die Berichterstattung ist einseitig.
- Die Wahrnehmung dieser Paare und Familien ist auf bestimmte Aspekte reduziert – dies betrifft vor allem die Berichterstattung kommerziell orientierter Medien; Alternativmedien wie etwa die „Bunte Zeitung“ sind davon eher ausgenommen.
- Ins Zentrum wird in der Folge „Sensationelles“ gestellt:
 - Paare, die nicht der Norm entsprechen und als Kriminelle dargestellt werden, weil sie bezichtigt werden, eine **Scheinehe** zu führen;
 - Paare, die als „**ungewöhnlich**“ und „**reizvoll**“ dargestellt werden, zählen in der Regel zur **Prominenz** bzw. zur High Society;
 - „Außergewöhnliches“ wird gerne thematisiert, in dem bspw. **Ehen zwischen älteren Frauen und jungen Ausländern** ins Blickfeld gerückt werden.

In der Folge geraten so manche wichtige Themen bzw. thematische Aspekte völlig ins **mediale Abseits**, wie die Vortragende beklagt:

- Nie werden **integrative Facetten** bikultureller Ehen und Familien diskutiert;
- es fehlen **zukunftsorientierte Aspekte**;
- es fehlen Diskussionsbeiträge darüber, wie „**bikulturell**“ oder der Begriff „**Integration**“ definiert werden kann.

Die Ursache für dieses Manko in der Berichterstattung besteht laut Dr. Zimmermann vor allem darin, dass manche Themen „**zu komplex**“ sind. Der Medienkonsum hat sich mit der Verbreitung des Fernsehens als Massenmedium verändert: Die Bereitschaft, sich mit Inhalten grundlegend und in differenzierter Form auseinanderzusetzen, ist gesunken.

Auf Seite der Medienmacher besteht wiederum das Problem, dass ihre **Gewinnorientierung** (v.a. in Bezug auf Inserenten) die **Themenwahl** weitgehend beeinflusst. Der generelle Trend verweist auf ein **Übergewicht von Themen**, die dem **Boulevard** und der **Orientierung am Nutzen** zuzuordnen sind.

Das **Bildmaterial** gewinnt gegenüber dem Text an Bedeutung, **professionelle PR** bestimmt zunehmend die Medien. Themen und Sachverhalte, die nicht bildhaft dargestellt werden können, bleiben in der Folge häufig unberücksichtigt.

Wichtig ist der **Status der Akteure** eines Ereignisses: Regierungsparteien kommen in Medien öfter zu Wort als Oppositionsparteien; Institutionen, die professionelle Public Relation betreiben, haben bessere Chancen, von Medien wahr genommen zu werden als bspw. NGO's, die sich einen solchen Aufwand nicht leisten können.

Ein weiterer **Faktor für mediale Aufmerksamkeit** ist die **Konflikthaftigkeit eines Themas** sowie die Darstellung eines Sachverhalts oder eines Ereignisses in personalisierter Form (**Personalisierung eines Themas**): Beispielsweise kann ein Politiker mediale Aufmerksamkeit auf sich ziehen, wenn seine Ehefrau aus Kuba oder aus dem Iran stammt. Durch die Herkunft der Gattin kann dem Politiker unter Umständen mehr mediale Aufmerksamkeit zu Teil werden als durch interessante und wichtige Redebeiträge und Vorschläge im Parlament. Die Thematisierung von Bikulturalität in der Partnerschaft in den Medien ist in diesem konkreten Fall wiederum einzig und allein auf den Faktor „Prominenz“ (der Ehegatte ist ein bekannter Politiker) zurückzuführen.

Welche Themen sind dominierend, wenn Medien über bikulturelle Paare und Familien berichten? Laut Beobachtung der Referentin (eine Untersuchung des Themenaufkommens der letzten Monate) ist eine eindeutige Dominanz folgender Themen festzustellen:

- die Scheinehendebatte
- Sextourismus (in Ostasien und in Bezug auf osteuropäische Frauen)
- Gewalt in bikulturellen Familien
- Adoption ausländischer Kinder (diese mediale Diskussion wurde durch einen „prominenten Fall“ ausgelöst)
- VIP-Paare;

Wir müssen uns – so Dr. Zimmermann – aber auch fragen, ob wir überhaupt wollen, dass bikulturelle Paare in Medien präsent sind. In diesem Zusammenhang ist es wichtig, den **Schutz der Privatsphäre** zu bedenken.

Eine **Gegenöffentlichkeit** – bestehend aus **Interessensvertretungen bikultureller Paare und Familien** und ähnlicher Vereine – kann zur **Dekonstruktion der medialen Präsentationsweise bikultureller Paare und Familien** beitragen. Gelingen kann dies, wenn

- JournalistInnen diesbezüglich sensibilisiert werden
- Vorurteile aufgebrochen werden, in dem den LeserInnen und dem Publikum elektronischer Medien Angehörige bikultureller Ehen und Familien als Menschen „wie du und ich“ („Menschen zum Angreifen“) vorgestellt werden
- der Kriminalisierung und Ausgrenzung bikultureller Ehen ein „name dropping“ (das Verweisen auf „verdiente“ und öffentlich bekannte bikulturelle Paare) entgegengehalten wird (in diesem Fall wird die Tatsache, dass Mainstream Medien ihr Hauptaugenmerk auf Prominente richten, strategisch genutzt)
- selbstverständlich erscheinende gesellschaftliche Werte und Normen hinterfragt und reflektiert werden; Beispiel: Binationalen bzw. bikulturellen Paaren wird häufig das Eingehen von Scheinehen bzw. „Zweckehen“ unterstellt. Aber für wie viele nicht bikulturelle Paare realisiert sich tatsächlich das Ideal der ewig wählenden „Liebesheirat“? Bei der Partnerwahl wird auf Statussymbole, auf die Sicherung des Wohlstandes und auf äußerliche Attribute viel Wert ge-

legt; wie die Scheidungsstatistik beweist, überdauern viele dieser Ehen nicht einmal das „verflixte siebente Jahr“;

- das weit verbreitete Vorurteil, bikulturelle bzw. binationale Ehen seien immer „Zweckehe“, als solches entlarvt wird;
- Diskursen, die die Abgrenzung gegenüber MigrantInnen bzw. kulturell „Fremden“ (Stichwort „Festung Europa“), die Xenophobie und Rassismus fördern, wirksam entgegengesteuert wird.