

Mitteilungsblatt

Gibt es einen Jugendmedienschutz „mit Migrationshintergrund“?

Ein Beitrag zur Mediennutzung von minderjährigen Migranten

Medien sind aus dem Alltag von Kindern und Jugendlichen nicht mehr wegzudenken. Sie nutzen Fernsehen und Internet – oft unkontrolliert. Obwohl der Mediengebrauch vielfältige Potenziale bietet, birgt er auch Risiken. Insbesondere Kinder und Jugendliche aus einem wenig fördernden und anregungsarmen sozialen Umfeld sind gefährdet.

Aber Kinder und Jugendliche haben ein Recht darauf, vor diesen Gefährdungen geschützt zu werden und Erwachsene müssen dieses Recht einlösen. Deshalb muss sich die Jugendpolitik „für einen konsistenten und transparenten ordnungsrechtlichen Rahmen und einen effektiven Vollzug einsetzen, der sich an den technischen Entwicklungen hin zu einem konvergenten Medienensemble sowie der entsprechenden Medienpraxis der Kinder und Jugendlichen orientiert.“ So hat es die Enquete-Kommission des Bayerischen Landtags „Jungsein in Bayern – Zukunftsperspektiven für die kommenden Generationen“ zu „Jugendinformation, Kultur und Medien“ auf den Punkt gebracht. Dieser Einschätzung würde wohl sicherlich niemand widersprechen.

Aber wie sieht es mit einem effektiven Jugendmedienschutz bei Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund aus? Obwohl in Deutschland inzwischen fast jede fünfte Person einen Migrationshintergrund hat, wissen wir kaum etwas über das Medienverhalten von minderjährigen Migranten; ebenso gibt es bei der Förderung von Medienkompetenz dieser Zielgruppe noch große Defizite. Daher soll nachfolgend ein Blick auf die Mediennutzung von minderjährigen Migranten und die daraus resultierenden Anforderungen geworfen werden.

1. Keine Unterschiede bei der Mediennutzung

Generell lässt sich festhalten, dass sich nach den Ergebnissen aller Studien das Medienverhalten von jungen Migrantinnen und Migranten grundsätzlich nicht wesentlich von dem gleichaltriger deutscher Minderjähriger unterscheidet. Die Ergebnisse lassen keine ausgeprägte mediale Parallelgesellschaft erkennen. Allerdings sind Migranten in ihrem Medienverhalten keine homogene Gruppe. Dies macht eine nach ethnischen Gruppen differenzierte Betrachtung des Medienverhaltens im Alltag erforderlich.

Allerdings lassen sich durchaus gewisse Zusammenhänge bei der Nutzung ausländischer bzw. deutscher Medien erkennen. Je älter Migranten sind, desto schlechter sie die deutsche Sprache beherrschen, je niedriger ihr Bildungsniveau und ihr

Thema

Berufsstatus sind und je kürzer sie in Deutschland leben, umso mehr nutzen sie ihre Ethnomedien. Allerdings nutzen nur sehr kleine Minderheiten der Migranten ausschließlich ausländische Medien; bei den Migranten aus der Türkei sind diese etwas größer als bei den anderen Gruppen.

Dass jüngere Migranten eher zu deutschen Medien tendieren, wurde in einer Vielzahl von Studien nachgewiesen. Als Hauptgründe werden dabei die höher empfundene Qualität der deutschsprachigen Medien genannt sowie für eine bessere Verwertbarkeit für die mediale Folgekommunikation der Gleichaltrigen. Steht bei den Kindern zunächst noch das familiäre Umfeld im Vordergrund, wird spätestens im Jugendalter der Freundeskreis immer wichtiger. Das soziale Umfeld „peer-group“ hat meist verstärkende Effekte, denn neben den Lebensbedingungen werden in der Regel auch die Medienvorlieben geteilt.

Inhaltsverzeichnis

Thema

Gibt es einen Jugendmedienschutz „mit Migrationshintergrund“? 1

Berichte

Die 15. Gesamtbayerische Jugendamtsleitungstagung in Aschaffenburg 10
Was kann man von den USA lernen? 12

Info

Aus der Arbeitsgruppe Kosten und Zuständigkeitsfragen 14
Unfallversicherung im Rahmen der Vollzeitpflege 17
Nachruf für Rudolf Hittmann 18
Nachruf für Josef Herrmann 19
Jugendämter 19
Landesjugendamt 19

Tipp

Deutscher Kinder- und Jugendhilfepreis 2010 19
Staatsinstitut für Familienforschung – ifb-Jahresbericht 2008 21
Bekämpfung von Kinderpornografie in Kommunikationsnetzen 22
Jugenddelinquenz 23
Aktion „Filmkoffer“ zum Nulltarif 24
Zu guter Letzt 24
Impressum 24

2. Parallele Nutzung deutscher und ausländischer Medien

Migranten sind aber auch nicht „medial assimiliert“. Nur Minderheiten nutzen ausschließlich deutsche Medien, z. B. die Russlanddeutschen. Die Mehrheit nutzt einen Medienmix aus deutschen und ausländischen Medien. Die Bedeutung heimat Sprachiger Medien ist für die einzelnen Migrantengruppen sehr unterschiedlich. Sie hängt vom sprachlichen Integrationsgrad, von der Aufenthaltsdauer in Deutschland sowie vom konkreten Angebot und der Verfügbarkeit heimat Sprachiger Medien ab. Ausländische Medien stellen für viele Migranten eine wichtige Brücke zur Heimat (erste Generation) bzw. zum Herkunftsland ihrer Familie (zweite und dritte Generation) dar. Etwa drei Viertel der Menschen mit türkischem und italienischem Migrationshintergrund geben an, dass ihnen die türkischen bzw. italienischen Medien dabei helfen, die Sprache und Kultur ihres Herkunftslandes zu bewahren, sowie die Sehnsucht nach der „Heimat“ zu bewältigen. Nachdem viele Kinder angaben, dass ihre muttersprachlichen Kompetenzen nicht besonders gut seien, erscheint es plausibel, dass sie die Fernsehprogramme in der Familiensprache auch als Sprachlernhilfe benutzen. Da jugendliche Migranten der dritten Generation in der Regel über bessere Deutschkenntnisse verfügen als ihre Eltern, ist aber auch hier eine deutliche Tendenz hin zu deutschsprachigen Medien festzustellen.

3. Leitmedium Fernsehen

Das Fernsehen ist bei Deutschen wie bei Migranten Leitmedium – unabhängig von Alter, Bildung und Herkunft. Seine tägliche Reichweite ist bei beiden Gruppen ähnlich hoch, hier wie da steigt der Fernsehkonsum mit fortschreitendem Alter. Migranten nutzen das Fernsehen relativ stark als Unterhaltungsmedium. Die öffentlich-rechtlichen Programme erreichen Migranten dabei weniger gut als das deutsche Publikum. Nur eine Minderheit von 14 Prozent sieht ausschließlich heimat Sprachiges Fernsehen.

Größere Unterschiede in der Sehdauer ergeben sich nach der Herkunft: Spätaussiedler nutzen das Medium Fernsehen deutlich geringer, während die Nutzung bei Italienern und Polen überproportional hoch liegt. Am größten ist jedoch das türkische „Fernsehghetto“: Ein Drittel sieht ausschließlich türkisches Fernsehen. Dies ist mitunter problematisch, da in manchen Programmen durchaus Inhalte zu finden sind, die nicht mit den hiesigen Wertvorstellungen übereinstimmen und damit integrationsfeindlich bzw. jugendgefährdend wirken können. Die Nutzungsmuster der Fernsehzuschauer mit türkischem Migrationshintergrund unterscheiden sich wohl wegen der hohen Relevanz heimat Sprachlicher Programme deutlich von denen anderer Migranten. Schließlich ist zu berücksichtigen, dass heimat Sprachige Fernsehprogramme den einzelnen Migrantengruppen in unterschiedlichem Umfang zur Verfügung stehen. Migranten mit türkischem Migrationshintergrund können auf ein breites kostenfreies Angebot zurückgreifen. Fast 90 Prozent der türkischen Haushalte haben inzwischen die Möglichkeit, Sendungen in der Muttersprache über Kabel und/oder Satellit zu empfangen. Auch Migranten mit italienischem Migrationshintergrund haben eine gute Empfangssituation. Dagegen stehen Migranten mit griechischem oder polnischem Migrationshintergrund vergleichsweise nur wenige Programme kostenfrei zur Verfügung.

Entscheidend für die Programmwahl sind im Wesentlichen Alter und Sprachkenntnisse. Während vor allem Angehörige der ersten Generation heimat Sprachige Programme bevorzugen, sinkt das Interesse der nachfolgenden Migrantengenerationen stark. Bei den 14- bis 29-Jährigen gehören nur noch 28 Prozent zu den heimat Sprachlichen Stammnutzern, 77 Prozent bevorzugen deutsche Programme. Ausländisches Fernsehen ist auch für Heranwachsende mit Migrationshintergrund häufig nur als Angebot für die ganze Familie interessant, das man gemeinsam anschaut. Von den älteren Jugendlichen mit Migrationshintergrund ist bekannt, dass sie, wenn sie alleine fernsehen, deutschsprachige Fernsehangebote bevorzugen. Hierzu passen auch die Berichte mancher Kinder, dass aufgrund der anfänglichen „Fernsehhoheit“ der Eltern die Nutzungsdauer herkunftssprachiger Medien manchmal höher sei als ihnen lieb ist. Bei den bevorzugten Medieninhalten zeigte sich, dass es im Unterhaltungsbereich kaum Unterschiede zu den Vorlieben einheimischer Jugendlicher gibt.

4. Printmedien

Tageszeitungen gelten zwar – sowohl bei Deutschen als auch bei Migranten – als Informationsmedium Nummer eins, doch nur rund 40 Prozent der Migranten lesen nach einer Studie von ARD und ZDF regelmäßig Tageszeitungen, wobei deutschsprachige häufiger genutzt werden als heimat Sprachige. Während die älteren Migranten wenigstens ansatzweise eine „klassische“ Mediennutzung zeigen und zum Teil Tageszeitungen lesen, verschieben sich die Interessen der Jüngeren stark hin zu Fernsehen und Internet. Damit kommen zwei Merkmale zusammen: Die schwach ausgeprägte Nutzung von Printmedien von Migranten allgemein und die von Jugendlichen generell.

Türkische Migranten nutzen am stärksten heimat Sprachige Tageszeitungen. Aber auch in diesem Segment kann nicht von einem „Medienghetto“ ausgegangen werden, zumal die Auflagen der Blätter nicht so hoch sind, wie vielfach vermutet wird. Die verkaufte Gesamtauflage aller türkischen Zeitungen in Deutschland dürfte um die 300.000 liegen, Tendenz sinkend wie bei deutschen Printmedien auch. Die größte Verbreitung erreicht das türkische Boulevard-Blatt Hürriyet mit einer Auflage von

rund 53.000 (Rückgang um ein Drittel seit 2000). Die höchste Reichweite bei Türikinen und Türiken insgesamt hat übrighens die Bild-Zeitung.

Besonders bemerkenswert in diesem Zusammenhang sind Studien, die darüber berichten, dass die Lesekultur in der Türikeit schon an sich überraush schwach ausgebildet ist (siehe auch „Spiegel im Blindenland – das Wort fliegt, das Geschriebene bleibt – oft auf der Strecke“. In der Türikeit entsteht nur ganz allmählich eine Kultur des Lesens“ in der Süddeutschen Zeitung vom 03.10.2008: „Nur in der Türikeit kann Lesen eine Strafe sein“). Damit kumuliert sich die bereits dargestellte „Leseunlust“ der jugendlichen Migranten insbesondere in der Gruppe der türikschen Jugendlichen.

Eine Jugendschutzrelevanz türikscher Printmedien ist nach den Recherchen des Bayerischen Landesjugendamts auch kaum zu erkennen. Im vierten Quartal 2006 wurde begonnen, regelmäßig türikschsprachige Printmedien im Hinblick auf Jugendgefährdungen zu prüfen. Hierzu wurden vor allem Zeitschriften/Zeitungen herangezogen, welche öffentlich angeboten waren. Zur Prüfung gelangten (zum Teil mehrere Ausgaben): Hafta Sonu, le man, ARI, Türikiye, Dünya, Yeni Harman, Sultans, Sportürk, Avrupa EU, Hayat, Birlik, Manyak, Bizim Iller, Atom, Toplum, Merhaba, Yeni Posta. Insgesamt waren es etwa 45 Objektprüfungen. Die Kontrollsichtungen wurden nach Einweisung durch den Sachbearbeiter von türikschen Native-Speakern vorgenommen und anschließend im Bayerischen Landesjugendamt vorgetragen. Die Prüfer waren hierbei auf Honorarbasis tätig. Das Ergebnis war einerseits ernüchternd, andererseits erfreulich: Keines der geprüften Medien erreichte den Grad an Jugendgefährdung, welcher einen Antrag auf Indizierung gerechtfertigt hätte. Gleichwohl sei darauf hingewiesen, dass es nicht gelang, an Printmedien zu kommen, die von radikalen Gruppierungen (Graue Wölfe, fundamentalistisch islamische Gruppierungen) unterstützt oder herausgegeben werden. Im Übrigen soll nicht verschwiegen werden, dass die auflagenstärksten fremdsprachigen Zeitungen in Deutschland nicht etwa in Türiksch erscheinen, sondern in Russisch – mit 85.000 verkauften Exemplaren. Rund zwei Drittel der Leser und Leserinnen von „Russkij“ sind so genannte „Russlanddeutsche“, ein Drittel russische Juden.

5. Computer / Internet

Studien über die Computer- und Internetnutzung von jugendlichen Migranten sind bisher nur vereinzelt vorhanden. Einzeluntersuchungen mit russischstämmigen und türikschen Jugendlichen kommen zu dem Ergebnis, dass die Medienausstattung in diesen Familien tendenziell schlechter ist als die Ausstattung deutscher Haushalte. Weiteren Studien zufolge sind Migrantenfamilien insgesamt zwar schlechter, die Kinder und Jugendlichen dieser Migrantenfamilien jedoch besser mit Medien ausgestattet als einheimische Kinder und Jugendliche. Aber selbst wenn die Jugendlichen mit Migrationshintergrund zuhause keinen Zugang zu diesen Medien haben, nutzen sie diese regelmäßig an anderen Orten; dies gilt insbesondere für männliche Jugendliche. Die Aneignung dieser Medien wird von den Eltern auch überwiegend unterstützt und gefördert; sie gehen davon aus, dass der kompetente Umgang besonders mit Computer und Internet einen positiven Einfluss auf den Bildungs- und Berufsweg ihrer Töchter und Söhne hat.

Vom Internet gehen aber entgegen manchen Befürchtungen kaum Gefahren der Ghettoisierung aus – nur sechs Prozent der Migranten aus der Türikeit lesen aus-

schließlich türkische Internetangebote. Die Gruppe der türkischen Jugendlichen und Heranwachsenden sucht dabei nur vereinzelt heimat Sprachige Seiten auf und surft online eher zu deutschsprachigen Angeboten. Allerdings hat das Internet einigen Studien zufolge für jüngere Migranten eine wichtige Informationsfunktion, auch als Brücke zum Heimatland. Ebenso betont wird vielfach die Kommunikationsfunktion des Internet. Auf türkische Kommunikationsangebote und Foren wird zugegriffen, wenn Möglichkeiten zur Selbsterfahrung und zum Austausch mit Personen mit ähnlichen Sozialisationserfahrungen gesucht werden.

6. Umfang des Medienkonsums

Auch was den Umfang des Medienkonsums betrifft, bestehen nach den vorliegenden Studien zwischen Minderjährigen mit und ohne Migrationshintergrund kaum Unterschiede. Allerdings drängt sich der Eindruck auf, dass es sich hierbei lediglich um einen Durchschnittswert handeln könnte. Einige Studien verweisen darauf, dass der Internetkonsum von jugendlichen Migranten mangels Verfügbarkeit deutlich geringer ist als bei deutschen Minderjährigen – allerdings mit deutlicher Tendenz nach oben. Andere Studien hingegen sprechen davon, dass der tägliche Fernsehkonsum bei türkischen Vorschulkindern rund 50 Minuten höher läge als bei deutschen Gleichaltrigen. Auch bei Computerspielen seien ähnliche Tendenzen zu beobachten – vor allem bei türkischen männlichen Jugendlichen. Das könnte Studien zufolge ein Hinweis darauf sein, dass Kinder in türkischen Familien mehr Freiheiten hinsichtlich ihres Medienumgangs besitzen. Gestützt wird diese Vermutung auch durch eine Studie, nach der etwa die Hälfte der Migrantenkinder einen eigenen Fernseher besitzen, während dies bei deutschen Kindern nur bei einem Drittel der Fall ist. Damit sei in der Regel eine Zunahme der Mediennutzung um etwa 50 Prozent verbunden. Ebenso besäßen über 40 Prozent der Migrantenkinder in ihrem Zimmer eine Spielkonsole, während dies bei deutschen Kindern nur bei gut 20 Prozent der Fall sei. Damit sei in der Regel eine Zunahme der Mediennutzung um etwa 50 Prozent verbunden. Ebenso sollen nach dieser Studie Minderjährige mit Migrationshintergrund – mangels Kontrolle – tendenziell eher jugendbeeinträchtigende bzw. -gefährdende Spiele konsumieren.

7. Mediennutzung in Familien mit niedrigem Bildungshintergrund

Die Erkenntnisse über die Mediennutzung von Minderjährigen mit Migrationshintergrund sind in der Regel mit Erkenntnissen aus Studien vergleichbar, die die Mediennutzung in Familien mit niedrigem Bildungshintergrund in den Blick genommen haben. Dies ist nicht verwunderlich: Vielfach besteht noch immer ein großes Gefälle zwischen den Schul- und Bildungsabschlüssen deutscher Jugendlicher und Jugendlicher mit Migrationshintergrund. Diverse Studien zum Mediengebrauch von Jugendlichen legen nahe, dass die Unterschiede in der Mediennutzung zwischen Jugendlichen aus verschiedenen Bildungsmilieus auch auf Jugendliche mit Migrationshintergrund zutreffen und diese Bildungsunterschiede die Mediennutzung sogar nachhaltiger beeinflussen als die ethnische Herkunft.

Zusammenfassend lässt sich die Differenz hinsichtlich des Mediengebrauchs von Jugendlichen mit hohem und niedrigem Bildungshintergrund folgendermaßen kennzeichnen: Ein kritisch reflektierter und vielfältiger Medienumgang ist eher bei Jugendlichen zu finden, die aus bildungsaffinen Schichten kommen bzw. selbst höhere Bildungswege einschlagen. Bei diesen Jugendlichen stehen neben der Rezeption und dem Spiel auch der Computer und das Internet als mögliche Wissens- und Informationsquelle im Vordergrund. Neben der Pflege und Erweiterung sozialer

Beziehungen ziehen sie Medien auch heran, um eigene Produkte zu gestalten. Dieses Klientel verwendet Medien also in sehr unterschiedlicher Art und Weise, quasi multifunktional. Ein primär rezeptions- und konsumorientierter Mediengebrauch ist hingegen eher bei Jugendlichen zu beobachten, die in bildungsbenachteiligten Milieus aufwachsen und denen selbst keine höheren Bildungswege eröffnet werden. Sie sind weniger in der Lage, die Medien als Kommunikations-, Partizipations- bzw. Informations- und Wissensquelle zu nutzen. Ebenso ist ihr Medienkonsum häufig an einseitigen Inhalten (etwa Actionangeboten) ausgerichtet.

Besonders Jungen mit Migrationshintergrund aus bildungsbenachteiligten und problembelasteten Milieus sollen sich Studien zufolge im Hinblick auf Konflikte bevorzugt an gewalthaltigen Lösungsmodellen orientieren. Insbesondere männliche Heranwachsende bestimmter Migrantengruppen tendieren dabei zu Medienhelden, die tradierte Männlichkeitsideale vertreten. Dies verwundert nicht angesichts der traditionellen Vorstellungen von der Rolle der Frau bzw. des Mannes, die in vielen Familien verbreitet sind, die aus Osteuropa und der ehemaligen Sowjetunion oder dem muslimischen Kulturkreis stammen. So zeichnet sich der Mann häufig durch ein selbstbewusstes, furchtloses Auftreten aus sowie dadurch, dass er Schwächere, z. B. Frauen und Kinder beschützt. Die Beliebtheit kämpferischer Computerspiele ist somit bei Jungen aus dem muslimischen Kulturkreis sowie Aussiedlerjungen höher als bei Jungen aus dem westlichen Kulturkreis. Dieser Trend setzt sich bei den bevorzugten Rollen, die die Jungen in den Spielen übernehmen wollen, fort. Die Kämpfer führen vor allem bei den Kindern aus dem muslimischen Kulturkreis das Feld an. Entsprechend erreichen z. B. die starken und kämpferischen Helden des Fernsehens, die sich durchzusetzen wissen, die Aufmerksamkeit der Jungen. Diese Spur aus qualitativen Studien wird durch quantitative Ergebnisse gestützt, wonach Actionfilme und -serien bei sechs- bis 13-jährigen Türken besonders beliebt sind. Mädchen aus solchen Verhältnissen präferieren hingegen insbesondere Darstellungen eines Zusammenlebens in perfekter Harmonie; dies gilt insbesondere für Liebesbeziehungen. So werden z. B. daily soaps häufig – fälschlicherweise – als Gegenentwurf zum eigenen unüberschaubaren Alltag gesehen. Diese Beobachtung wurde insbesondere in Bezug auf russlanddeutsche Mädchen gemacht. Auch in den Vorstellungen von Liebe und Sexualität finden sich tradierte Rollenbilder wieder, die auch in den Medien bedient werden. Hier ist die Rolle der Frau als Anhängsel des Mannes häufig anzutreffen. Besonders beliebt sind auch Reallife-Formate im Fernsehen, von denen sich insbesondere problembelastete Mädchen Rat und Hilfe für ihren eigenen Alltag erhoffen.

8. Schlussfolgerungen

Hinter der Gruppe, die unter dem Begriff der so genannten „Menschen mit Migrationshintergrund“ zusammengefasst wird, verbergen sich also sehr heterogene Lebenskontexte, die nicht nur mit der jeweiligen ethnischen Herkunft zusammenhängen. Bei der Mediennutzung sind verschiedenen Studien zufolge die Lebensumstände, Lebensentwürfe, Alter und die damit zusammenhängenden Sozialisationskontexte, Sprachkompetenzen und soziale Orientierung entscheidende Faktoren. Diese milieutypischen Umstände sind, wie bei Menschen ohne Migrationshintergrund, jeweils Voraussetzung dafür, wie Kinder und Jugendliche aufwachsen und – damit eng verbunden –, wie sie Medien nutzen.

Daher sollte zukünftig bei der Bewertung von Medieninhalten – vielleicht noch stärker als bisher – der Blick auf Minderjährige aus bildungsbenachteiligten Milieus und/oder Migrationshintergrund gerichtet werden und die Erkenntnisse der darge-

legten Studien in den Entscheidungsprozess mit einfließen. Schließlich sollte sich die Bewertung von Medieninhalten immer am „gefahrengeigten“ Minderjährigen orientieren.

Eines der Hauptprobleme in vielen Familien mit Migrationshintergrund ist jedoch, dass das Elternhaus in der Regel wenig Korrektive bietet bzw. bieten kann. Dies wäre aber wichtig angesichts der bisweilen guten Ausstattung mit Medientechnik. Migranteneltern kommen leider häufig ihrer Rolle als „Gatekeeper“ nicht nach. Nur ein Teil dieser Eltern nutzt selbst die „neuen Medien“ wie Computer und Internet, so dass ihnen meistens schon die entsprechenden Kenntnisse fehlen, um darüber kommunizieren oder sogar Hilfe bieten zu können. Gesprächspartner über Neue Medien finden Migrantenkinder in der Regel bei Gleichaltrigen.

Die Förderung von Medienkompetenz muss also schon in der Familie mit den Eltern beginnen. Dabei ist insbesondere der Einbezug der Mütter von Migrantenkindern von Bedeutung. Gemeinsame Projekte mit den Kindern oder auch getrennte Angebote können hier unterstützend wirken. Bislang sind jedoch nur wenige Projekte bekannt. Das von der Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern, in zahlreichen Regionen durchgeführte Projekt „Elterntalk“ bietet Fachgespräche von Eltern für Eltern zu den Themen Medien, Konsum und Erziehung in der Familie an, um die Erziehungs- und Medienkompetenz von Eltern zu fördern. Hierzu laden als Moderatoren geschulte Mütter und Väter andere Eltern zu einem Erfahrungsaustausch ein, so dass auch Menschen aus anderen Kulturkreisen in der privaten Atmosphäre erreicht werden können. Das Präventionsprojekt richtet sich insbesondere an Menschen mit Migrationshintergrund und sozial benachteiligte Familien (siehe auch www.elterntalk.net).

Des Weiteren hat die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) mit der Broschüre „Mit Medien leben lernen“ Tipps für Eltern von Vorschulkindern zur Medienerziehung herausgegeben, die auch auf Russisch und Türkisch zur Verfügung stehen. Die russische und die türkische Fassung liegen im Internet zum Download zur Verfügung

(vgl. zur russischen Ausgabe http://www.lfm-nrw.de/downloads/mitmedien_rus.pdf und zur türkischen Ausgabe http://www.lfm-nrw.de/downloads/mitmedien_tur.pdf.)

Schließlich sollten in der heutigen Mediengesellschaft alle Altersgruppen über Medienkompetenz als Fähigkeit zum sinnvollen, effektiven, kreativen, reflektierten und kritischen Umgang mit Medien in unterschiedlichen Anwendungszusammenhängen verfügen. Medienkompetenz ist nicht nur Ausdruck von Lebensqualität, sondern die Basis zum Leben, Lernen und Arbeiten als Möglichkeit der aktiven Teilhabe und kreativen Mitbestimmung an der Gesellschaft.

Dr. Alexander Kettinger

Literaturübersicht zum Thema: Gibt es einen Jugendmedienschutz „mit Migrationshintergrund“?

Bayerischer Landtag 15. Wahlperiode Drucksache 15/10881;
Bericht der Enquete-Kommission des Bayerischen Landtags „Jungsein in Bayern – Zukunftsperspektiven für die kommenden Generationen“ (Drs. 15/3259, 3307, 3386)
http://www.landtag.de/cps/rde/xbcr/SID-0A033D45-8D77947A/www/dateien/Enquete_Kommision_Bericht_5MB.pdf

BERNART, Y. & BILLES-GERHART, E. (2004). Sprachverhalten und Mediennutzung von Migrantenjugendlichen im soziologischen Blick. Bernhard Schäfers zum 65. Geburtstag. Göttingen: Cuvillier.

BUCHER, P. & BONFADELLI, H. (2007). Jugendliche mit und ohne Migrationshintergrund. Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Umgang mit Medien. In L. Mikos et al. (Hrsg.), *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen* (223-245). Weinheim, München: Juventa.

EGGERT, S. (2003). Fernsehen statt Radio hören. Mediengebrauch in Familien mit Migrationshintergrund. *MedienConcret*, 23-26.

EGGERT, S. & THEUNERT, H. (2002). Medien im Alltag von Heranwachsenden mit Migrationshintergrund - Vorwiegend offene Fragen. *merz Medien und Erziehung* 46, 5, 289-300.

EGGERT, S. (2006). Von „mail.ru“ bis „Pro Sieben“ - Zur Medienaneignung Heranwachsender aus der ehemaligen Sowjetunion. In A. Treibel et al. (Hrsg.), *Gender medienkompetent. Medienbildung in einer heterogenen Gesellschaft* (S. 235-255). Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.

GRANATO, M. (2001). Freizeitgestaltung und Mediennutzung bei Kindern türkischer Herkunft. Eine Untersuchung des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung (BPA) zur „Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland“ und zur „Mediennutzung und Integration türkischer Kinder 2000 in Deutschland“. Endbericht. Auftraggeber: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung.

Durchführung: GfK-Fernsehforschung, Nürnberg. Bonn.

URL: <http://www.bteu.de/www.bteu.de/download/Kinderstudie.pdf>.

GÜNTÜRK, R. (2002). Einfalt oder Vielfalt? Medienaneignung bei Jugendlichen türkischer Herkunft. *MedienConcret*, 12-16.

HAMMERAN, R., BASPINAR, D. & SIMON, E. (2007). Selbstbild und Mediennutzung junger Erwachsener mit türkischer Herkunft. Ergebnisse einer qualitativen Studie. *Media Perspektiven*, 3, 126-135. Auch unter:

URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/03-2007_Baspinar.pdf.

HÜBSCH, S. (2006). „Schröder ist wichtiger als das, was in der Türkei passiert.“ Mediennutzung türkischer Migrantinnen in Deutschland. In N. Huber & M. Meyen (Hrsg.), *Medien im Alltag. Qualitative Studien zu Nutzungsmotiven und zur Bedeutung von Medienangeboten* (S. 95-110). Berlin, Münster: LIT Verl.

HUGGER, K.-U. (2006). Migrantportale im Internet, oder: Wie hybride Identitäten ein Zuhause finden können. In K.-U. Hugger & D. Hoffmann (Hrsg.), *Medienbildung in der Migrationsgesellschaft. Beiträge zur medienpädagogischen Theorie und Praxis* (S. 37-47). Bielefeld: Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur.

SIMON, E. (2007). Migranten und Medien 2007. Zielsetzung, Konzeption und Basisdaten einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. *Media Perspektiven*, 9, 426-435. Auch unter: URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/09-2007_Simon.pdf.

STROTMANN, M. (2006). „Die wollen, dass ich mich mit Computer beschäftige“ – Der Aufforderungs- und Unterstützungscharakter von Familie, Schule und außerschulischer Einrichtung bei der Aneignung der Neuen Medien durch Jugendliche mit türkischem Migrationshintergrund. In A. Treibel et al. (Hrsg.), *Gender medienkompetent. Medienbildung in einer heterogenen Gesellschaft* (S. 257-275). Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.

THEUNERT, H. (2007a). Integrationspotentiale neuer Medien für Jugendliche mit Migrationshintergrund. Expertise. Unter Mitarb. von U. Wagner und K. Demmler. München: JFF Institut für Medienpädagogik. URL: http://www.jff.de/dateien/integrationspotenziale_neue_medien_migration.pdf.

THEUNERT, H. (2007b). „Den Mediengebrauch Jugendlicher verstehen“. Interview von Dirk Frank (Schulen ans Netz) mit Helga Theunert, Direktorin des Münchener JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, zu Integrationspotenzialen digitaler Medien. 09.07.2007. URL: <http://www.schulen-ans-netz.de/meldungen/aktuelles/theunert.php>.

THEUNERT, H. (1999). Medienkompetenz: Eine pädagogische und altersspezifisch zu fassende Handlungsdimension. In F. Schell, E. Stolzenburg & H. Theunert (Hrsg.), *Medienkompetenz. Grundlagen und pädagogisches Handeln* (S. 50-73). München: KoPäd-Verl.

TREIBEL, A. (2006). Medienkompetenzen an der Hauptschule. Zur Relevanz von Migration, Gender und Individualisierung bei russlanddeutschen und türkischstämmigen Jugendlichen. In A. Treibel et al. (Hrsg.), *Gender medienkompetent. Medienbildung in einer heterogenen Gesellschaft* (S. 209-233). Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.

WALTER, M., SCHLINKER, U. & FISCHER, C. (2007). Fernsehnutzung von Medienkompetenz bei Menschen mit Migrationshintergrund. Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“. *Media Perspektiven*, 9, 436-451. Auch unter: URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/09-2007_Walter.pdf.

WEISS, H.-J. & TREBBE, J. (2002). Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. In K. H. Meier-Braun & M. A. Kilgus (Hrsg.), *Integration durch Politik und Medien? 7. Medienforum Migranten bei uns* (S. 45-48). Baden-Baden: Nomos. URL: http://www.mediacultureonline.de/fileadmin/bibliothek/weiss_trebbe_integration/weiss_trebbe_integration.pdf.