

Brigitta Busch

Medien und Mehrsprachigkeit – Freiraum freies Radio

1. Einleitung

Der Fragenkomplex »Medien und Mehrsprachigkeit« ist derzeit wissenschaftlich ein noch wenig bearbeitetes Feld. Meist wird er in der Beschäftigung mit anderen Themen mit angeschnitten (Boyd-Barret et al. 1996: 426). Zu Unrecht, denn sowohl auf Seiten der Produktion als auch auf Seiten der Rezeption ist die Situation eine mehrsprachige. Medien treten in einem sprachlichen Habitus (Bourdieu) auf, der monolingual ausgerichtet ist. D. h. dass einerseits im Endprodukt, also in der TV-Sendung, in der Tageszeitung, im nationalen Radioprogramm im Regelfall die Mehrsprachigkeit der Quellen nicht mehr sichtbar ist – das wird insbesondere in großen Sprachräumen wie dem deutschen, in denen auch für Spielfilme die Praxis der Synchronisierung herrscht, offensichtlich – und dass auf der anderen Seite von einer sprachlich homogenen Rezipientenschaft ausgegangen wird bzw. mehr noch, dass diese gerade durch mediale Diskurse produziert und reproduziert wird. Der monolinguale Habitus und die einsprachige Praxis der Medien werden kaum hinterfragt, obwohl die monolinguale Ausrichtung nicht als etwas gesehen werden kann, was den Medien oder einem einzelnen Medium sozusagen inhärent ist. Vielmehr sind es die institutionalisierte gesellschaftliche sprachliche Praxis oder der sprachliche Markt (Bourdieu) sowie die Vorstellung von einer einheitlichen nationalen Öffentlichkeit, die diese monolinguale Ausrichtung bewirken. Andere Modelle des Umgangs mit Sprache(n) in den Medien wären denkbar und sind in Ansätzen vorhanden. Mein Beitrag befasst sich im ersten Teil mit dem Konnex Nationalstaat/nationale Öffentlichkeit und Medien und im zweiten Teil mit Ansätzen, die auf eine mehrsprachige Praxis abzielen. Vor allem freie, nicht-kommerzielle Radios haben sich als ein Freiraum erwiesen, in dem Mehrsprachigkeit präsent ist und nach neuen Formen gesucht wird.

2. Medien und Öffentlichkeiten

Die nationale Öffentlichkeit

Die Vorstellung davon, dass Einsprachigkeit der »Normalfall« und Mehrsprachigkeit ein »Sonderfall« sind, ist eng verknüpft mit dem Nationalstaat. Egal, ob die Staatsphilosophie nun vom Konzept der »Kulturnation« oder »Sprachnation« wie z. B. im Falle Deutschlands oder vom Konzept der »Staatsnation« wie im Falle Frankreichs ausgeht. In beiden Fällen wird sprachliche Homogenität, die Entwicklung, Legitimierung und Durchsetzung einer offiziellen Sprache, als eine wesentliche Klammer für den Nationalstaat gesehen. In diesem Prozess spielt das Bildungssystem, das dem direkten staatlichen Eingriff untersteht, eine entscheidende Rolle. Eine ebenso wichtige Funktion kommt dem Mediensystem zu, nur dass hier die staatliche Einflussnahme teilweise weniger direkt erfolgt, Instrumente der Kontrolle und Reglementierung weniger leicht sichtbar gemacht werden können. In den westeuropäischen Staaten hat sich ein duales Mediensystem entwickelt, das sowohl einen staatlichen bzw. öffentlich-rechtlichen als auch einen privaten Bereich umfasst.

Zum staatlichen bzw. öffentlich-rechtlichen Bereich zählen die Amtsblätter (in Österreich z. B. die Wiener Zeitung oder die Blätter der Landesregierungen) sowie die öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten (in Österreich der ORF). In der europäischen Nachkriegsmedienordnung dominierte das Konzept der nationalen Öffentlichkeit. In diesem Konzept spielten öffentlicher Rundfunk und Fernsehen eine Schlüsselrolle, einerseits als politische Öffentlichkeit für den Nationalstaat und andererseits als zentrale Institution, durch die Hörer und Seher dazu gekommen sind, sich als Mitglieder einer vorgestellten nationalen Gemeinschaft zu fühlen (Morley/Robins 1996). Das staatliche Sendemonopol, das in den meisten europäischen Ländern bis in die achtziger Jahre andauerte, garantierte diese Sonderstellung des nationalen Rundfunks und Fernsehens. Die Frage, in welchem Ausmaß welche Sprachen verwendet werden, ist in entsprechenden Gesetzen festgelegt und unterliegt einer direkten Reglementierung. Da der öffentlich-rechtliche Rundfunk in seinem Konzept von einem umfassenden Informations- und Bildungsauftrag ausgeht, werden Minderheiten- und Migranten-

sprachen berücksichtigt. Allerdings lässt sich feststellen, dass die Einführung von Programmen in Minderheitensprachen meist nur dann erfolgte, wenn entsprechender politischer Druck entstand. Außerdem waren Programme in anderen Sprachen als der dominanten meist in Nischenpositionen angesiedelt (vgl. Busch 1999).

Im privaten Mediensektor erfolgte die Reglementierung in einer ersten Phase des Nationalstaats über Zensur und Konzessionserteilung, wobei die Nationalsprachen begünstigt wurden. Möglichkeiten der staatlichen Steuerung gibt es nach wie vor im Audio- und audiovisuellen Bereich durch die Vergabe von Sendelizenzen und für Medien insgesamt durch das System der finanziellen Förderung. Es würde den Rahmen dieses Beitrags sprengen, hier im Detail auf Politiken der Lizenzvergabe und der Förderungspraxis einzugehen. Als Illustration dafür, wie restriktiv und zögerlich Nationalstaaten bei der Gewährung von Garantien für die Berücksichtigung und Förderung von Minderheitensprachen in ihren medialen Systemen sind, soll hier die Auseinandersetzung um die Europaratscharta für Regional- und Minderheitensprachen (Europarat 1992) dienen: Die Charta beinhaltet einen Abschnitt, der sich auf die Förderung von Minderheitensprachen in den Medien bezieht. Es obliegt den einzelnen Staaten, aus einer Reihe von Möglichkeiten der Förderung auszuwählen, die sich sowohl auf den öffentlich-rechtlichen Sektor als auch auf den privaten Sektor beziehen. Die Bandbreite reicht von der Einrichtung eines Ganztagsprogramms auf den öffentlich-rechtlichen Frequenzen und der Förderung von privaten Medien bis zu sehr minimalistischen Verpflichtungen, die nur die Förderung von Produktion in den Minderheitensprachen beinhalten. Die meisten Staaten gingen bei der Definition, welche Minderheiten in den Genuss des Schutzes der Charta fallen sollen, sehr restriktiv vor. Es lässt sich eine Tendenz feststellen, den Status quo als solchen festzuschreiben, ohne die Ratifizierung der Charta als Anlass zu nehmen, die Politik in diesem Bereich zu revidieren.

Multidirektionale Medienflüsse

Dafür, dass für Migranten und für Sprachminderheiten, die in mehr als einem Staat leben, Medien aus dem Herkunftsland oder aus benachbarten Ländern bereits vor der Einführung von Satellit und

Internet eine gewisse Rolle gespielt haben, gibt es Beispiele: etwa das gemeinsame Betrachten von Videokassetten aus den Herkunftsländern (Gillespie 1995), die für die Diaspora produzierten Auslandsausgaben türkischer oder jugoslawischer Zeitungen oder die Auslandsdienste verschiedener nationaler Radiostationen.

Mit den neuen Technologien, Kabel- bzw. Satelliten-TV und Internet, sind Informationsflüsse komplexer und multidirektionaler geworden. Es konstituieren sich hier neue Räume, welche durch das Konzept der vorgestellten nationalen Gemeinschaft nicht erfassbar sind. Arjun Appadurai (1998, 11 f.) spricht von globalen ethnischen Räumen (ethnospaces), von Räumen der Konstruktion von Gruppenidentitäten, die nicht mehr territorial fixiert und kulturell keineswegs homogen sind, »um die Räume jener Personen zu bezeichnen, welche den gegenwärtig sich vollziehenden Wandel charakterisieren: die ethnischen Räume der Touristen, der Immigranten, der Gastarbeiter und anderer mobiler Gruppen und Individuen«. (...) »Sie verlassen ihre traditionellen Orte, finden sich an anderen neu zusammen, bestimmen die Geschichte ihrer Gruppe neu und definieren ihre ethnischen »Projekte« um.« (Appadurai 1998, 12) Mitglieder dieser Gruppen können, auch wenn sie Tausende Meilen voneinander entfernt sind, in verschieden großer Intensität durch mediale Möglichkeiten miteinander verbunden bleiben (Appadurai 1990, 306). Morley/Robins (1996) sprechen in diesem Zusammenhang von »spaces of identity« und Robins (1997) von »transnational broadcasting spaces«, also von Räumen, die mit einer neuen transnationalen Konfiguration von Kultur verbunden sind. Diese neuen medialen Räume schaffen einerseits neue globale Regionen, die Bevölkerungen benachbarter Länder verbinden, und fassen andererseits in der Diaspora lebende Gemeinschaften zu einer Rezipientenschaft zusammen (Robins 1997, 17 f.).

Neben den staatlichen Rundfunkgesellschaften, die vielfach als Erste bestrebt waren, »ihre« Diaspora mit entsprechenden Programmen zu versorgen, gibt es jetzt auch private kommerzielle Anbieter, die Programme transnational verbreiten. An die aus der Türkei stammenden Bevölkerungskreise richtet sich beispielsweise ein breites Spektrum an Programmen, das via Kabel oder Satellit in weiten Teilen Europas zu empfangen ist. Es reicht von Program-

men, die vom staatlichen Rundfunk für die Diaspora konzipiert sind, über private kommerzielle Anbieter und religiöse Kanäle bis zum kurdischen Fernsehsender mit Sitz in London. Zusätzlich dazu gibt es in den »Empfangsländern« gestaltete Programme, teils von öffentlicher Seite, teils von kommerziellen Anbietern, teils von Migrantengruppen selbst. Waren früher die medialen Kontakte etwa via Videokassetten und Zeitungen meist zeitversetzt, so kommen nun zeitgleich aktuelle Bilder aus dem »Herkunftsland« in die Wohnzimmer. Eine neuerliche Ausweitung des Programmangebots ist mit der Verbreitung digitaler Technologien und mit Übertragungsmöglichkeiten via Internet zu erwarten.

Quantitative Daten zu Mediennutzung und Minderheiten gibt es zwar nur wenig und nur für einzelne Länder¹, doch scheint es offensichtlich, dass die Dichte von Satellitenempfangsanlagen und Kabelanschlüssen in Migrantenhaushalten höher als im Durchschnitt ist und besonders rasch ansteigt (vgl. Browne 1999). Fallweise versuchten Behörden, die Installation von Satellitenanlagen zu limitieren oder private Kabelanbieter daran zu hindern, bestimmte Programme aus den Herkunftsländern von MigrantInnen ins Netz zu nehmen. Versuche in Frankreich, die nationale Öffentlichkeit abzuschotten, dokumentieren Hargreaves und Mahdjoub (1997). Oft wird in der politischen Auseinandersetzung das vereinfachende Argument gebraucht, dass der Trend von Migrantengruppen, Programme aus den Herkunftsländern zu nutzen, ein Hinweis auf mangelnde Integration oder fehlenden Integrationswillen sei, um Ängste von kultureller Bedrohung zu schüren. Dieses Argument ist mehr als problematisch, denn es geht von einer Entweder-Oder-Identität aus und davon, dass Migrantengruppen als homogene Rezipientenschaften verstanden werden können. Aktuelle Forschungen weisen in eine deutlich andere Richtung.

Die qualitative Rezeptionsforschung der letzten Jahre zeigt deutlich, dass Minderheiten keineswegs als eine homogene Zielgruppe betrachtet werden können. Sie nutzen das breiter gewordene mediale Angebot in ihren Sprachen ebenso wie Medien in den Staatssprachen und bauen beides in ihren Alltag ein. Für den Moment gibt es noch wenig breit angelegte Studien, sodass es schwierig ist, allgemeine Schlussfolgerungen zu ziehen. Darauf, dass es deutliche gene-

rationsspezifische Unterschiede in der Nutzung des Medienangebots gibt, weisen mehrere AutorInnen hin: Gillespie (1995) erhob einen Generationsunterschied in der Programmnutzung bei Migranten in London. Quantitative Erhebungen aus Australien zeigen, dass im Herkunftsland Geborene deutlich mehr Programme in ihrer ursprünglichen Sprache nützen als jene, die bereits in Australien geboren sind (Studie des Special Broadcast Service 1995 zit. nach Browne 1999). Hargreaves (2001) befragte MigrantInnen in Frankreich, Deutschland und Großbritannien: Während die ältere Generation gewöhnlich mehr Programme aus den Herkunftsländern oder von anderen Anbietern in ihrer Sprache nutzten, dominierten bei der jüngeren Generation Kanäle des Aufenthaltslandes, und sie hatte andere Präferenzen bei den Programmen aus den Herkunftsländern als ihre Eltern. Hargreaves kommt zum Schluss, dass es zu einfach wäre, eine Vorliebe für »Home-country-Kanäle mit einer völlig konservativen Bindung zu prämigrationischen Kulturen gleichzusetzen«, denn »die Programme dieser Stationen sind selbst hybrid und lehnen sich oft an amerikanische Unterhaltungsmodelle an«, auch wenn sie in der Sprache der Herkunftsländer senden. Sie können Teil eines »komplexeren Prozesses von kultureller Durchmischung sein, bei dem die Trennlinien zwischen »Home-country« und neuer Heimat wie auch zu anderen – besonders amerikanischen – Kulturmodellen immer mehr verschwimmen«. (Hargreaves 2001: 142 f.)

Das Konzept der nationalen Öffentlichkeit neu denken

Unterschiedliche Identitäten führen zu unterschiedlichen Perspektiven, aus denen die gemeinsame, von allen geteilte Welt des Nationalstaates gesehen wird, und diese unterschiedlichen Perspektiven selbst helfen bei der Generierung von Verschiedenheit. Die Bildung ethnisch vielfältiger Gesellschaften ist auf unterschiedliche historische Entwicklungen zurückzuführen. Minderheiten sind entstanden durch Grenzziehungen, mannigfache Hintergründe der Migration wie Arbeit, Flucht etc. und diese unterschiedlichen historischen Hintergründe bestimmen die Art und Weise, in der sich die einzelnen Gemeinschaften auf lokaler und globaler Ebene jeweils territorial verbunden fühlen: ihre einzigartige diasporische Identität (Husband 2001: 9 f.).

Das Konzept der nationalen Öffentlichkeit muss also revidiert werden, damit es der Diversität Rechnung trägt. Charles Husband schlägt ein Konzept einer polyethnischen Medienlandschaft vor:

Ein Babel von parallelen öffentlichen Sphären wird die kollektive Mobilisierung oder eine breite Beteiligung der Zivilgesellschaft nicht wirklich fördern. Es scheint daher, dass die Förderung von hybriden Identitäten durch Diversität in den Medien eine zusätzliche Infrastruktur erfordert, welche den Dialog zwischen Identitäten ermöglicht. (Husband 2001: 17)

Wahrscheinlich ist es in diesem Zusammenhang nötig, an die Werte des öffentlichen Rundfunks – insbesondere an den umfassenden Programm- und Bildungsauftrag – zu appellieren. »Autonome Minderheitenmedien, welche den Dialog innerhalb der ethnischen Gemeinschaft herstellen und die hier vorhandene Diversität reflektieren können«, sollten ergänzt werden mit »komplementären Medien, welche aktiv am Dialog über ethnische Grenzen hinweg arbeiten« (Husband 2001: 19). Das bedeutet auch, dass der Umgang mit Sprache(n) in den Medien neu gedacht werden muss. Stand im Konzept der homogenen nationalen Öffentlichkeit die Normierung, Legitimierung und Durchsetzung einer normierten Standardsprache im Vordergrund, so verlangt ein Konzept, das der Diversität gerecht wird, dass Formen entwickelt werden, die die gesellschaftliche Mehrsprachigkeit sichtbar machen und fördern.

Ansätze dazu sind vorhanden, doch sind die Entwicklungen widersprüchlich. Teils gibt es innerhalb des öffentlich-rechtlichen Bereichs Umstrukturierungen, teils ist es der nicht-kommerzielle private Sektor, der hier neue Perspektiven eröffnet. Seit Satelliten- und Kabelanbieter Programme in verschiedenen Sprachen anbieten, ist in vielen Staaten ein Rückgang von TV-Programmen für Migrantengruppen in den öffentlich-rechtlichen Anstalten zu verzeichnen (vgl. Franchon/Vargaftig 1995). Ähnlich ist es im öffentlichen Rundfunk: Durch die Tendenz, immer stärker Flächenprogramme für bestimmte Zielgruppen auf jeweils einem Kanal zu produzieren, sind Sendungen in den Minderheiten- und Migrantensprachen aus dem Regelprogramm nahezu verschwunden. In einigen europäischen Ländern wurden – vor allem im Lokalfunk – spezielle »Ethnokanäle« eingerichtet. Eine Vorreiterrolle spielte hier

die BBC, die seit dem Ende der achtziger Jahre lokale Hörfunkprogramme in Migrantensprachen sendet. Im Berliner öffentlich-rechtlichen Lokalfunk wurde 1994 SFB4-MultiKulti gestartet. MultiKulti definiert sich als eine Welle, die informieren und zur Bewahrung kultureller Identität der in der Stadt lebenden Migrantengruppen beitragen will, zugleich aber auch einen Integrationsauftrag hat. Dementsprechend sendet MultiKulti ein Tagesbegleitprogramm und in den Abendstunden ein Zielgruppenprogramm in insgesamt 19 Sprachen. Klammer für beide Sendestrecken ist die Musikfarbe Weltmusik. Programme in anderen Sprachen als Deutsch werden in zum Teil in Kooperation mit öffentlich-rechtlichen Anstalten bzw. den Auslandsdiensten großer nationaler Stationen wie dem BBC Worldservice, Radio France International oder der Deutschen Welle produziert (Radio MultiKulti 2001). In Österreich hat der ORF die Mittelwellenfrequenz 1476 für ein offeneres Programm freigegeben. Der Schwerpunkt liegt bei internationalen Kooperationen vor allem mit dem südosteuropäischen Raum, dennoch umfasst 1476 auch Elemente von Lokalradios wie z. B. Schülerradio, Quartierradio und Radioprogramme, die von Minderheiten bzw. Migrantengruppen gestaltet werden.

In den meisten europäischen Ländern ist das Sendemonopol des staatlichen bzw. öffentlich-rechtlichen Rundfunks bereits in den achtziger Jahren gefallen. Neben dem kommerziellen Sektor – in Österreich repräsentiert z. B. durch »Antenne« – hat sich ein nicht-kommerzieller Sektor entwickelt. Während sowohl der öffentlich-rechtliche Rundfunk als auch der kommerzielle Privatfunk von der Gestaltung eines Flächenprogramms ausgeht, d. h. eines Programms, das für eine bestimmte Zielgruppe gestaltet wird und diese durch den Tag begleitet, gehen die nicht-kommerziellen lokalen Privatradios von einem anderen Ansatz aus. Sie verstehen sich als Bürgerradios, wollen einen offenen Zugang zum Medium garantieren und Initiativen, Gruppen und Einzelpersonen einen Freiraum zur Meinungsäußerung und Informationsvermittlung bieten. In der Programmgestaltung schlägt sich das so nieder, dass sich die freien Radios nicht als Begleitmedium, sondern als »Einschaltradio« verstehen, d. h. dass damit gerechnet wird, dass verschiedene Hörschaften vorwiegend »ihre« Sendung einschalten. Anstelle

eines top-down audience design tritt eine bottom-up Programmgestaltung, die weniger auf Maximierung der Hörerschaft abzielt als auf einen Ausdruck von Vielfalt, der den lokalen Gegebenheiten entspricht. Lokalradios werden als ein komplementäres Element in der Medienlandschaft gesehen und verstehen sich als Forum: »Freie Radios geben allen Personen und Gruppen innerhalb des gesetzlichen Rahmens die Möglichkeit zur unzensierten Meinungsäußerung und Informationsvermittlung. Vorrang haben dabei ethnische Minderheiten und solche Gruppen und Personen, die wegen ihrer gesellschaftlichen Marginalisierung oder sexistischen und rassistischen Diskriminierung in den Medien kaum oder nicht zu Wort kommen.« (Charta der freien Radios in Österreich: 1998)

In manchen europäischen Ländern ist man sich durchaus bewusst, dass freie Radios eine wichtige Ergänzung zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk darstellen. In der Schweiz gibt es ein Unterstützungssystem, das auf Gebührensplitting beruht und den freien, nicht-kommerziellen Radios ihren Dienst in der öffentlichen Versorgung abgibt. Gefördert werden kulturelle Sendungen mit Lokalbezug sowie Sendezeit, die Vereinen zur Verfügung gestellt wird. Insbesondere werden Sendungen in anderen Sprachen als der im jeweiligen Landesteil dominierenden gefördert. Ein ähnliches System kommt auch in Frankreich zum Tragen.

3. Freiräume sprachlicher Vielfalt

Stimme der Stimmlosen –

Multilingualismus als fester Programmbestandteil

In einer breit angelegten Vergleichsstudie, die nicht-kommerzielle Lokalradios in 15 Ländern umfasste, kommt H. Kleinsteuber (1991: 321 f.) zum Schluss, dass trotz der großen Verschiedenheit in der Entstehungsgeschichte, der Organisationsstruktur, der Stellung im Mediensystem etc. »ein hohes Maß an Deckung und Parallelität« im Programmangebot herrscht. Bei den immer wiederkehrenden Programmelementen nennt er an erster Stelle »Programme für ethnisch-nationale Minderheiten«. Viele der in dieser Studie erfassten Radios waren zum Zeitpunkt der Erhebung bereits seit mehreren

Jahren tätig. Eine im deutschsprachigen Raum durchgeführte Befragung von freien nicht-kommerziellen Radios im Jahr 2001 (Peissl 2001) ergab, dass sich an diesem Fokus nichts geändert hat: Von über 20 solchen Radiostationen in der Schweiz, in Deutschland und in Österreich, die sich an der Umfrage beteiligten, senden derzeit nur zwei ausschließlich in deutscher Sprache. Doch auch diese beiden gaben an, in Zukunft eine mehrsprachige Gestaltung anzustreben. Insgesamt kommen die erfassten freien Radios im deutschsprachigen Raum auf über dreißig verschiedene Sprachen.

Österreich war eines der letzten europäischen Länder, in welchen das Radiomonopol abgeschafft wurde, und freie Radios sind erst seit dem Ende der neunziger Jahre zugelassen. Derzeit sind in Österreich 11 freie Radios auf Sendung, wovon die Hälfte ein Vollprogramm ausstrahlt und die andere Hälfte Sendefenster von einigen Stunden pro Woche bis zu 12 Stunden pro Tag haben. Die freien Radios haben sich einem europaweiten Trend entsprechend zu jenem Bereich entwickelt, in welchem die größte Sprachenvielfalt herrscht. Insgesamt kommen die freien Radios in Österreich auf ca. 20 verschiedene Sprachen. Fast alle freien Radios in Österreich haben Sendungen in den Sprachen der größeren Migrantengruppen in Österreich wie Bosnisch/Kroatisch/Serbisch, Türkisch, Kurdisch. Aber auch Sprachen von in Österreich weniger stark vertretenen Gruppen wie Arabisch, Persisch, Vietnamesisch, Portugiesisch, Hindi sind vertreten. Von MigrantInnen aus Afrika wird auf Radio Orange in Wien eine tägliche mehrsprachige Sendung gestaltet. Auch Nachbarschaftssprachen (Tschechisch, Slowakisch) spielen in manchen Sendern eine Rolle. Englisch in seiner Lingua franca-Funktion wird an mehreren Radios benützt (z. B. Übernahme der BBC-Nachrichten). In Kärnten und im Burgenland sind Volksgruppenradios mit Sendungen in den Sprachen der Minderheiten, Slowenisch, Burgenlandkroatisch, Ungarisch und Romanes, präsent.

Einzelne Sender (z. B. Radio Fro in Linz, Orange in Wien) haben Sendungen in mehr als 10 Sprachen. Die Sendungen in anderen Sprachen als Deutsch nehmen am Linzer Lokalradio Fro beispielsweise 20 % der gestalteten Sendezeit ein, auf Radio Orange (Wien) sind ca. 13 % der gestalteten Sendezeit im Programm als »polyglott« gekennzeichnet, ähnlich ist die Situation bei Radio Hel-

sinki in Graz. In den Sprachen der größeren Migrantengruppen, Bosnisch/Kroatisch/Serbisch bzw. Türkisch und Kurdisch, gibt es oft auf einem Radio mehrere Sendungen im Wochenprogramm, die von verschiedenen Sendungsmachern gestaltet werden. In den anderen Sprachen gibt es meist einmal wöchentlich oder im zweiwöchentlichen Rhythmus ein Programm von einer Stunde.

Die Dachorganisationen der freien Radios in Österreich, Deutschland und der Schweiz sind sich der Rolle der nicht-kommerziellen Lokalradios als Ausdruck von Diversität und als Brücke durchaus bewusst. Der Bundesverband der freien Radios in Deutschland (BFR) und der Verband freier Radios in Österreich (VFRÖ) legten an ihrem Koordinationstreffen im Sommer 2001 als gemeinsamen Schwerpunkt fest, »nicht nur Sendezeit für Programme in anderen Sprachen als der deutschen zur Verfügung zu stellen, sondern darüber hinaus eine mehrsprachige Sendungsgestaltung, die eine Brückenfunktion erfüllen kann, zu fördern«². Die Union der nicht kommerzorientierten Lokalradios in der Schweiz UNIKOM hat eine Petition aufgelegt, die eine Verankerung des Zugangs »zum Medium »Radio«, unabhängig von Sprache, Größe des Portemonnaies oder Farbe des Passes«, im neuen Rundfunkgesetz der Schweiz anstrebt. Sie fordert, dass die Leistung der Gemeinschaftsradios, den Zugang zur Information für die »rund zwei Millionen Menschen« in der Schweiz, »deren Alltagssprache keine schweizerische Landessprache ist«, zu eröffnen, in diesem Gesetz anerkannt wird (UNIKOM 2001). Im Rahmen der *ars electronica* 2001 in Linz fand eine Diskussion mit Programmverantwortlichen und SendungsgestalterInnen von freien Radios aus dem deutschsprachigen Raum zum Thema »Antirassismus und Minderheitenprogramme / sprachübergreifende Sendungsgestaltung« statt.³

Es entspricht der Konzeption der freien Radios, sich als Bürgerradios mit einem offenen Zugang zu verstehen, und deshalb ist nicht die Größe einer bestimmten Gruppe oder die potentielle Hörerschaft entscheidend dafür, ob eine bestimmte Sprache im Programm vertreten ist, sondern die Initiative von SendungsgestalterInnen bzw. Vereinen, die bereit sind, so eine Sendung regelmäßig zu gestalten:

Wir freuen uns, wenn jemand eine Sendung in einer Sprache, die noch nicht vertreten ist, machen will und bemühen uns, Sendezeit freizuschaukeln. (...) Entscheidend finden wir das grundsätzlich nicht, wie viele Leute eine Sendung potentiell hören können. (...) Eine Sendung in Somalisch wird natürlich nicht von wahnsinnig vielen Leuten gehört, darum geht es überhaupt nicht. Es geht darum, dass wir wichtig finden, wenn es Leute gibt, die somalisch senden wollen, wir gehen dann davon aus, dass Interesse besteht. (Bracher 1999)

Die Gemeinschaftsradios wollen eher ausgleichend wirken und jenen Gruppen Platz bieten, die sonst öffentlich kaum wahrgenommen werden. Einer der Programmverantwortlichen des Zürcher Gemeinschaftsradios LoRa formulierte das so:

Es ist ja sicher auch kein Zufall, dass es bei uns nicht weniger als drei fremdsprachige Sendungen gibt, die auf Deutsch übersetzt »Stimme der Stimmlosen« heißen (Bracher: 1999).

Die freien Radios erweisen sich als jener Freiraum, in dem am Konzept der polyethnischen Medienöffentlichkeit aktiv gearbeitet wird. Lokale Radios in Städten sind jenes Medium, in dem sich auf lokaler Ebene neue Räume konstituieren bzw. ihren Ausdruck finden. Die Art, wie sich SendungsmacherInnen und Rezipientenschaften zusammenfinden, ist vielfältig. Die Vorstellung von einer einheitlichen, durch ein gemeinsames Herkunftsland oder eine gemeinsame kulturelle Identität konstituierten Diaspora erweist sich hier als grob vereinfachend. Manchmal ist eine gemeinsame Sprache die Klammer für eine Sendung, manchmal ist es aber eine gemeinsame Verbundenheit mit einem größeren (oft mehrsprachigen) Raum, manchmal ist es das Bestreben, Schnittstellen zu schaffen, und es wird mehrsprachig also in Deutsch und anderen Sprachen gesendet. Im folgenden Teil möchte ich versuchen, anhand von einigen Beispielen zu zeigen, wie diese Arbeit an einer multilingualen Programmgestaltung aussieht.

Die »bekannte Stimme« – eine gemeinsame Sprache als Klammer

Zahlenmäßig kleinere, im Verbreitungsgebiet einzelner Radios präsente Sprechergruppen haben meist nur eine wöchentliche oder vierzehntägige Sendung am betreffenden Sender. Oft steht die Moti-

vation, in der eigenen Sprache medial präsent zu sein, im Vordergrund. Eine Sendungsgestalterin erzählt über die Anfänge ihrer Sendung:

Bei mir war das so, ich bin in beiden Kulturen aufgewachsen und kenn die Bedürfnisse beiderseits und hab auch selber den Anspruch, die Kultur sowohl der einen als auch der anderen Seite zu vermitteln. Die Sendung hab ich so begonnen, weil ich dachte, es gibt viele IranerInnen, also es gab halt keine persischsprachige Sendung und ich dachte, dass die halt gerne ihre Sprache hören wollen, eigene Musik hören wollen usw. Im Laufe der Zeit hab ich halt gemerkt, wie groß die Zielgruppe ist, also dass es sehr viele Unterschiede gibt, sehr verschiedene Zielgruppen gibt. (...) Es ist so, es gibt z. B. die Flüchtlinge, Neuankömmlinge, die ganz andere Bedürfnisse haben, die gern etwas über Wien, über Österreich wissen wollen, über die Gesetze. Es gibt die, die schon jahrelang da sind, die eher wieder etwas über die Heimat hören wollen oder die persische Sprache kultiviert vermittelt haben wollen. Da gibt es die zweite Generation, die auch auf einer einfacheren Basis, also eine einfache Sprache hören möchte. Also weil sie das rein Persische, dieses schwierige, also jetzt so hochgestochen, nicht versteht und daher auch leicht abschaltet und die einen anderen Musikwunsch hat als die älteren Iraner beispielsweise. (...)

Aus ihrer Erzählung wird klar, dass es nicht eine Zielgruppe für ihre Sendung gibt, sondern viel eher verschiedene Zielgruppen, die sowohl auf der Ebene der Inhalte, als auch den sprachlichen und stilistischen Ebenen andere Bedürfnisse und Ansprüche haben. Dem versucht sie in ihrer Sendung gerecht zu werden. Im Programm von Radio Orange (Wien) werden Zielgruppe und thematische Schwerpunkte dieser Sendung so vorgestellt:

Iranische MigrantInnen wenden sich an alle persischsprachigen MigrantInnen (aus dem Iran, Afghanistan, Tadjikistan, Pakistan usw.). Unterschiedliche Themen aus dem sozialen wie kulturellen Bereich werden angesprochen, z. B. das Thema der Frau, Migration, Identität, bekannte Feste und Feiertage und deren Ursprung etc. Wir möchten aber auch die zweite und dritte Generation der MigrantInnen ansprechen und über deren Wünsche und Probleme berichten (Radio Orange: Sedajeh Ashena 2001).

Die gemeinsame Klammer für diese Sendung, die »Sedajeh Ashena – bekannte Stimme« heißt, ist die gemeinsame Sprache. Die Gestaltung der Sendung stellt hohe Anforderungen an die Redak-

tion, die nach Vorstellungen des Teams eigentlich ebenso heterogen zusammengesetzt sein sollte wie die Rezipientenschaft:

Wir bräuchten eigentlich jemand, der sehr gut Persisch kann, weil die MigrantInnen, die länger da sind, die haben schon Probleme mit der Sprache dann teilweise und wir bräuchten Leute, die etwas über die Heimat wissen, über die aktuelle Situation. Die Sache ist die, viele sind natürlich politisch verfolgt und schon lange da und wissen nur einiges, nur das, was hier in den Medien läuft beispielsweise.

Es muss beträchtliche Spracharbeit geleistet werden, vor allem dann, wenn es um Themen geht, wo die Präzision der Übersetzung entscheidend ist:

Wir hatten einmal eine Sendung über das Arbeitsrecht. Ich war bei einer Frau in der Arbeiterkammer, die war zuständig für Migrantinnen, Frauen und Familie. Ich hätte die nicht direkt in die Sendung einladen können und dann immer alles direkt übersetzen. Das hätte nicht funktioniert. (...) Ich find es sehr schwierig, wenn es um spezielle Fachausdrücke geht.

Mehrere RedakteurInnen von Sendungen, die ähnlich gelagert sind wie die persische, berichteten über negative Reaktionen seitens der Rezipientenschaft auf offensichtliche sprachliche Interferenzen oder »Unkorrektheiten«. Die Gestalterin der persischen Sendung beobachtet ihr eigenes Sprachverhalten kritisch:

Ich bin leider so, dass ich mal selbst auch switche und mal ein deutsches Wort benutze, obwohl ich es eigentlich nicht will, und dann heißt es ja wie-so, sprecht ihr denn nicht richtig Persisch oder ich benutze falsche Wörter, dann gibt es auch negative Kritik. Umgekehrt gibt es aber welche, die froh sind, dass sie etwas Persisches hören können, dass es das überhaupt gibt und die Musik und so.

Der hohe Anspruch an die sprachliche Gestaltung mag wohl teilweise darauf zurückzuführen sein, dass das Radio im öffentlich-rechtlichen Rundfunk traditionell sprachlich eine standardsetzende Rolle innehatte. Das Zulassen von Alltagssprache am Radio, der Gebrauch von Dialekten oder Jargons in regulären Sendungen ist eine neuere Entwicklung, die auch im öffentlichen Rundfunk nicht auf allen Sendeschienen zu bemerken ist. Der Sprachpurismus, das Bestreben, die Sprache »rein« zu erhalten, ist ein Phänomen, das vor allem im

Zusammenhang mit der Standardsprache aufkommt (Thomas 1991: 12), und in Diasporasituationen, wo die Sprache der Herkunftsländer in offiziellen Sprechsituationen kaum eine Rolle spielt, möglicherweise noch ausgeprägter. Ein anderer Aspekt, der hier wahrscheinlich zum Tragen kommt, ist, dass Migrantengruppen »gezielte Eigenanstrengungen« unternehmen müssen, um ihre Zweisprachigkeit zu bewahren, »da die Mehrheit dieser Problematik indifferent, wenn nicht negativ gegenübersteht.« (Coulmas 1985: 108)

Ausgehend von der Gewohnheit, dass am Radio die Standardsprache dominiert, ist die Kritik nicht weiter erstaunlich. Code-switchen wird in der Stresssituation der Live-Sendung dann nicht mehr als etwas bewertet, das ein Beweis dafür ist, dass sich der Sprecher oder die Sprecherin in zwei oder mehr Sprachen bewegen kann, sondern als ein Manko, als ein erster Schritt zur Sprachaufgabe. Dass SprecherInnen ihre Sprechweise auf die Hörerschaft im Hinblick auf ein »audience design« abstimmen, ist eine Beobachtung, die in Bezug auf Medien vielfach gemacht wurde, diese Abstimmung erfolgt jedoch nicht unbedingt als bewusste, individuelle Sprachwahl. (Bell 1991: 104)

Die Sendungsmacherin spricht sich jedoch gegen eine durchgehende zweisprachige Sendungsgestaltung aus:

Das Zweisprachige sehe ich als problematisch, weil ich kenne viele Iraner, die schlecht Deutsch können, die interessiert das nicht, die schalten ab. Und umgekehrt, Deutsche vielleicht, die das teilweise dann hören, was auf Deutsch gesprochen wird und wenn dann Persisch gesprochen wird, dann schalten sie auch wieder ab so vom Gehör her.

Sie meint aber auch, dass zweisprachige Sendungen – vor allem, wenn es um Belange geht, die primär die zweite und dritte Generation interessieren – und Sendungen in deutscher Sprache, die Deutschsprachigen vor allem via Musik die persische Kultur näher bringen, eine wichtige Ergänzung zur bestehenden Sendung wären.

Ähnlich wie die Sendungsmacherin der persischen Sendung versucht auch die Redaktionsgruppe der wöchentlichen ungarischen Sendung auf Radio Fro (Linz) in einer Magazinsendung etwas für die gesamte ungarischsprechende Gruppe zu bieten. Auch hier ist die gemeinsame Sprache der gemeinsame Nenner, und nicht der

ungarische Staat. Eine der Sendungsverantwortlichen stammt beispielsweise aus Rumänien.

Wir haben mehrere Zielgruppen innerhalb der ungarischen Bevölkerung. Es gibt Ungarn, die schon längst integriert sind und deren Kinder vielleicht auch die ungarische Muttersprache nicht mehr sprechen, und es gibt auch die Flüchtlinge, die Wirtschaftsflüchtlinge, die Ende der achtziger, Anfang der neunziger Jahre da hergekommen sind. Wir sehen unsere Sendung eher als Sendung zur Pflege der Muttersprache, zur Pflege der Tradition jetzt unter Anführungszeichen. Aber im österreichischen Kontext. Wir sehen unsere Zielgruppe schon als integriert. Es geht eher um die Muttersprachenpflege. (...) Die zweite Sprache, die deutsche Sprache, die kann von 0 bis 24 auf etlichen Frequenzen gehört werden, sodass unsere Sendung eher für, eher eine Entgegenwirkung zur Assimilation ist.

In der Vorstellung ihrer Sendung betont die Redaktion, dass sie durch die Sendung »eine Vernetzung der ungarischen Bevölkerungsgruppe anstrebt« (Radio Fro: anderssprachige Sendungen: 2001). Deshalb sind auch Berichte über Veranstaltungen in Oberösterreich speziell und in Österreich allgemein ein Schwerpunkt der Sendungen. Häufig werden Studiogäste eingeladen und Hörerinnen und Hörer animiert, in der Sendung anzurufen und mitzudiskutieren. Das Radio erweist sich nach der Einschätzung der Redakteurinnen als ein Kristallisationspunkt für andere Aktivitäten:

Wir machen durch das Radio auch andere Sachen. Wir haben voriges Jahr eine Ausstellung gemacht. Das ist eigentlich eine Verbindung zwischen den ungarischen Leuten. (...) Der Verein Hungaromedia ist so eine »Nachgeburt« von Radio Fro.

Integration und Erhalten der Muttersprache stehen, wie die Gestalterin der ungarischen Sendung in ihrem Statement ausgeführt hat, nicht im Widerspruch. Es scheint mir wichtig, das gerade jetzt, wo wieder die Diskussion aufkommt, dass die Beherrschung des Deutschen als ein Maß für soziale Integration genommen wird, zu betonen. Das Ziel, eine Vernetzung im lokalen bzw. im österreichischen Kontext anzustreben, zeigt, dass es hier um eine soziale Integration geht, die auch Schnittstellen zur Bevölkerung schafft, die nicht ungarischsprachig ist. Das leisten z. B. die erwähnte Ausstellung und andere Veranstaltungen. Die Kommunikation und Vernetzung der ungarischsprachigen Gruppe, die durch die mediale Präsenz

gefördert wird, ermöglicht es, als solche präsent zu sein und wahrgenommen zu werden.

Ähnlich wie der Gestalterin der persischsprachigen Sendung spricht auch die der ungarischen sich gegen eine zweisprachige Gestaltung der Sendung aus, führt aber noch andere Argumente an, als die des Nicht-Verstehens:

Ich komme aus einem Land, wo das [die Mehrsprachigkeit] vorbelastet ist. Ich komme aus Rumänien und da wurde alles übersetzt, die ungarischen Volksgruppensendungen im Fernsehen, alles beschriftet, alles. Das hatte eine reine Kontrollfunktion. (...) Die Einmoderation unserer Sendung passiert zweisprachig, wobei wir die österreichischen Zuhörer darauf aufmerksam machen, dass die nächste Sendung in ungarischer Sprache sein wird und dass sie eben der ungarischen Sprache und Musik folgen und lauschen können.

Gleichzeitig betont sie aber auch wie die Redakteurin der persischen Sendung, dass die Redaktion durchaus bereit wäre, eine zweisprachige Sendung zu gestalten:

Dann ist es keine Muttersprachensendung mehr. Dann stellt sich für mich auch sehr stark die Frage, für wen mache ich das. Mit der einen Sprache weiß ich ganz genau, ich erreiche diese oder jene Zielgruppe. Aber so ist das ein Schuss für mich ins Blaue, wen erreiche ich denn dann?

In beiden Sendungsbeispielen geht es letztlich nicht um eine abstrakte Pflege der Muttersprache, sondern um einen Freiraum, in dem Binnenkommunikation in der eigenen Sprache ungestört und ohne reglementierenden Druck von außen stattfinden kann. Der gemeinsame Nenner ist hier die Sprache und nicht eine gemeinsame nationale Herkunft. Die Gestalterinnen der beiden Sendungen sehen sich auch nicht als Sprachrohr einer bestimmten Gruppe, sondern bieten ihre Sendungen als einen Treffpunkt an, indem sie zu Telefonen und Studiobesuchen einladen. Insofern sind die Sendungen ein offenes Forum, in dem eine Diskussion stattfindet. Binnenkommunikation wird von mehreren Autoren als eine Voraussetzung für Außenkommunikation gesehen (Busch 1994, Husband 2001). Inwieweit eine zweisprachige Sendungsgestaltung allein schon eine Außenkommunikation darstellt, in der die »anderssprachige« Sprachgruppe mehr als nur ein »folkloristisches Element« wäre, ist eine berechtigte Frage.

Darüberfliegen können – Gemeinsames und Trennendes

Während die »kleineren« Sprechergruppen versuchen, in einer Magazinsendung alle Zielgruppen zu erreichen, gibt es für größere Gruppen oft mehrere Sendungen in der betreffenden Sprache bzw. zwei- oder mehrsprachige Programme auf einem Sender. Das gilt insbesondere für Migrantengruppen aus der Türkei und dem kurdischsprachigen Raum sowie aus den Ländern des ehemaligen Jugoslawien. Das erlaubt eine Ausdifferenzierung nach Inhalten, Stilen und Zielgruppen. Das Grazer Radio Helsinki stellt insgesamt sechs Stunden Sendezeit für Programme in Türkisch/Kurdisch zur Verfügung. Radio Fro in Linz hat beispielsweise zwei bosnische Sendungen und eine serbo-kroatische sowie eine türkische bzw. eine kurdisch/türkische auf dem Wochenprogramm. Darüber hinaus gestalten Jugendliche der zweiten Generation ein gemeinsames Magazin »2nd generation news«.

Inhaltlich gehören zu den Schwerpunkten einzelner Sendungen in diesem Bereich Serviceprogramme für Migranten und Flüchtlinge, die über Arbeits-, Sozial- und Aufenthaltsrecht, Hilfestellungen bei Alltagsschwierigkeiten und Veranstaltungshinweise informieren. Andere beziehen wieder stärker »aktuelle Ereignisse, von Sport bis Kultur, im Heimatland« mit ein (Radio Fro: Radio Bosnia 2001). Manche Sendungen werden von einem bestimmten Verein gestaltet wie z. B. das Kollegium Mak Dizdar in der bosnischen Sprache auf Radio Fro.

Ein Sendungsgestalter umreißt seine Aufgabe so:

Die Sendung ist für alle, die aus der Türkei gekommen sind, also für Leute, die Türkisch, Kurdisch sprechen. Es gibt eine neue Generation. Die Einwanderung nach Graz hat sich in den letzten Jahren verstärkt. (...) Bei uns geht es hauptsächlich um Integration also ich arbeite viel darüber, was sich in der österreichischen Politik entwickelt. (...) Man hört im Fernsehen über das neue Integrationsgesetz, das neue Zuwanderungsgesetz. Über türkische Politik rede ich ganz wenig, weil wir beim Konzept uns bemühen müssen, weil wir in Graz leben, müssen wir drüber reden, was in Graz, was in Österreich passiert, was sich ändert, das müssen wir wissen. Was in der Türkei ist, das können wir weiter hinten lassen, weil wir leben hier. (...) Das brauchen wir für unsere Integration, dass wir wissen, was hier passiert.

Teilweise sind es auch politische Entwicklungen in den Herkunftsländern, die zu einer Trennung in verschiedene Sendeschienen führen. Auf dem Zürcher Radio LoRa spiegelte sich der Zerfall des früheren Jugoslawien auch in der Programmgestaltung:

Früher hatten wir eine jugoslawische Sendung und dann wurde diese Sendung zu einer serbisch-kroatischen Sendung und dann ist eine bosnische Sendung dazugekommen. Die serbisch-kroatische hat sich zu einer serbischen verwandelt und seit diesem Jahr haben wir auch eine kroatische Sendung im Programm. Sie legen immer wieder Wert darauf, dass das ganz verschiedene Sprachen seien (Bracher 1999).

Interessant ist allerdings, dass diese Trennung nicht unbedingt so scharf vollzogen wird, bzw. dass es neben den getrennten neuen Räumen auch solche Senderäume gibt, die verbindend sind. Im Sendungsprogramm von Radio LoRa wird eine Sendung beschrieben, die sich »Bosnien zusammen« nennt. Die Sendung, die einen »musikalischen und informativen Charakter« hat und sich an Flüchtlinge richtet, wird laut Sendungsbeschreibung von »Menschen aus dem gesamten Gebiet von Ex-Jugoslawien gehört« (Radio LoRa Zürich: Sendungen 2001).

Der Programmkoordinator von Radio Fro erklärt zu seinen Erfahrungen mit türkisch- und kurdischsprachigen Programmen, dass zunächst eine Gruppe ein türkisches Programm gestaltete und dass es in diesem Zusammenhang auch Vorwürfe der Einseitigkeit gegeben hat. Deshalb hat sich die Redaktion bemüht, »dass das Spektrum breiter wird«, und andere Gruppen angesprochen. Fallweise finden auch Koordinationstreffen der Sendungsverantwortlichen statt und dadurch gibt es »auch eine Annäherung«.

Florian Coulmas (1985: 106 f.) beschäftigt sich ausführlich mit der Geschichte der deutschsprachigen Einwanderer in den USA und mit der Haltung dieser Gruppe gegenüber ihrer Muttersprache. Er stellt fest: Emigranten wanderten nicht nach Amerika aus, dort ihre Muttersprache zu pflegen, aber post factum stellten viele von ihnen fest, dass sie ihnen in ihrer neuen Heimat ein wichtiger Wert war, für den auf die eine oder andere Weise sich zu engagieren sie bereit waren. In Einwanderungsländern schafft sprachliche Solidarität soziale Gruppen, die über professionelle, religiö-

se oder Statusgruppen hinweg Bestand haben. Freilich verhalten sich diese Gruppen sehr unterschiedlich und werden von äußeren politischen Faktoren beeinflusst. Coulmas erwähnt in diesem Zusammenhang die florierende deutschsprachige Presse in den USA, durch die sich Deutsch-Amerikaner »als Teil der amerikanischen Sprachenlandschaft manifestierten«. Mit den beiden Weltkriegen und der damit verbundenen Ideologisierung von Sprache fand diese Presse ein Ende. Coulmas Beobachtung zeigt, dass nicht nur die Größe einer Sprechergruppe oder die Verbreitung einer Sprache entscheidend ist für ihre mediale Präsenz im Aufenthaltsland, sondern dass auch politische Faktoren hier entscheidend sind, die nicht einmal unbedingt etwas mit der entsprechenden Diaspora zu tun haben müssen. Im Aufenthaltsland wird eine Sprechergruppe, wird die Diaspora oft allzu vereinfachend mit dem Herkunftsland gleichgesetzt.

Kultur- und Musiksendungen verklammern in den Programmen oft wieder, was nationale oder ideologische Grenzen trennen. Der Sendungsgestalter Petar Radisavljevic-Resavski, der auf Radio Fro die Sendung »Ikarus – eine Sendung für das Zusammenleben« gestaltet, ist schon seit nahezu dreißig Jahren in Österreich. Er hat die Zeit der ethnischen Trennung in seinem Herkunftsland, die auch ihre Auswirkungen auf die Community in Österreich hatte, mitverfolgt. Er bedauert, dass im Alltagsleben Migranten aus diesem Raum nun eher getrennte Wege gehen und richtet sich in seiner Sendung, die er als eine zweisprachig serbokroatisch-deutsche bezeichnet, an alle, »ohne hier eine Nostalgie« nach Verlorenem zu kultivieren. Sie wird auch als solche akzeptiert. Petar bekommt Anrufe von Menschen, die sowohl die ekvaische⁴ als die ijekavische Variante sprechen. Die Akzeptanz seiner Sendung führt Petar darauf zurück, dass er als Kulturschaffender anerkannt ist und dass er auf Grund seines langen Aufenthalts in Österreich trotz seines serbischen Geburtsortes nicht unbedingt einer bestimmten Seite zugeordnet wird. Kultur ist für ihn das verbindende Element:

Meine Sendung heißt »Ikarus«, für Leute gedacht, die »darüber« fliegen können. Poesie ist in der Literatur der kürzeste Weg des Ausdrucks. Meine Sendung baut auf dieser Erkenntnis auf. Mit dem Wissen allerdings, dass Poesie ähnlich der Musik auch völkerverbindend ist.

Das Genre der Gruß- und Wunschsendungen scheint ebenso eine Art der Sendungsgestaltung zu sein, die sich nicht an räumliche Trennungen hält. Es gibt auf nahezu allen österreichischen freien Radios solche Sendungen, entweder in Türkisch/Kurdisch und/oder in den Sprachen, die auf dem Territorium des früheren Jugoslawien gesprochen werden. Auf Radio AGORA (Kärnten) gibt es eine wöchentliche Sendung, die den Namen »Yugo-Rock« trägt. In der Programmankündigung heißt es:

Yugorock zeigt, dass jugoslawische Musik auch cool sein kann und vor allem, dass es jugoslawische Musik gibt. Während der Sendung halten wir die Leitungen für Sie frei und versuchen wir alle Musikwünsche zu erfüllen (Radio Agora: Programm 2001).

Die HörerInnen, die Musikstücke bestellen oder Grüße via Radio an Bekannte und Verwandte ausrichten, stammen aus dem gesamten Raum des früheren Jugoslawien.

Zwei Stimmen, viele Stimmen – eine Sendung

Einige Sendungen sind bewusst zweisprachig gestaltet, die Redaktionsgruppe setzt sich dann auch aus Leuten verschiedener Muttersprachen zusammen:

Die Sendung Haltestelle Iberoamerika ist in Spanisch und Deutsch gleichzeitig. Wir sind 8 Leute, die Hälfte sind Deutsche, die andere Hälfte sind aus Lateinamerika und es sind noch Personen, die ab und zu mitmachen. Wir senden die Sendung für a) für Leute, die als Muttersprache Spanisch haben. Für b) Leute, die als Muttersprache Deutsch haben, aber sie sind interessiert an unserer Kultur aus Lateinamerika oder aus Spanien. c) Leute, die etwas Spanisch verstehen, die sind Deutsche und wollen Spanisch lernen und d) Leute, die ganz, ganz wenig Spanisch verstehen, aber sie mögen diese Musik, Salsa usw. (...)

Der Sendungsverantwortliche stammt selbst aus Peru, er präzisiert, dass zu ihrer Zielgruppe nicht nur Menschen aus Lateinamerika zählen, sondern aus dem gesamten spanischsprachigen Raum, wie z. B. auch aus Gallizien, Katalanien oder Andalusien.

Fast die Hälfte sind Frauen aus Lateinamerika. (...) Es gibt z. B. deutsche Männer, die holen Frauen aus Lateinamerika und die leben dann oft in einem kleinen Dorf, die dürfen dann auch kein Deutsch lernen. Das sind auch sol-

che Leute, die unsere Sendungen hören. (...) Wir versuchen zu arbeiten mit der zweiten Generation. Also wir haben Telefonate gekriegt von Eltern, von interkulturellen Paaren – deutscher Mann und Latina-Frau, und sie haben uns gebeten, bitte ich möchte, dass mein Sohn auch etwas über unsere Sprache, unsere Kultur erfahren kann. (...)

Ähnlich wie die weiter oben beschriebenen Sendungen erfüllt diese eine Binnenkommunikationsfunktion innerhalb der spanischsprachigen lokalen Bevölkerung. Auch hier ist der gemeinsame Sprachraum das Einigende. Die Sendung gehört zum Alltagsleben der spanischsprachigen Community:

Wir haben nie Werbung gemacht, das geht von Mund zu Mund. Ich war einmal in der Straßenbahn, da hat eine Frau gesagt: »Du kommst aus Lateinamerika, es gibt da eine Sendung.« »Das ist ja meine Radiosendung!«, hab ich dann gesagt.

Häufig wird in den Sendungen angerufen: *Dieses Feedback ist die beste Bezahlung. Ich bin so glücklich, wir kriegen kein Geld dafür, aber das hat einen Wert.*

Die Sendung umfasst ein weites Spektrum: Legenden und Geschichtliches aus Lateinamerika und Spanien, Aktuelles wie Informationen über Chiapas und die Rechte der indigenen Bevölkerung im Amazonasgebiet, Informationen über Spanien, Veranstaltungshinweise auf Aktivitäten der spanischsprachigen Community in der Region. Der Sendungsmacher erwähnt den Informations- und Tonbeitragsaustausch mit Radiostationen in Peru, Mexiko, Chile und Madrid. Außerdem organisieren die Redaktionsmitglieder fallweise Veranstaltungen wie z. B. einen Literaturabend mit Gedichten aus Lateinamerika, Spanien und Deutschland. In der Regel kommen 100–200 Personen zu solchen Veranstaltungen. Einen wichtigen Stellenwert hat die Musik:

Wir versuchen nicht zu viel Salsa zu spielen oder Merengue, das können die Menschen in der Diskothek hören. Wir versuchen immer, unsere Kultur auch vorzustellen mit Musik. Es gibt verschiedene Musik von Mexiko bis Spanien.

Dass dieses zweisprachige Sendungskonzept in der deutschsprachigen Bevölkerung Anklang findet, dafür hat der Sendungsgestalter eine Erklärung:

Und dann in der letzten Zeit ist Spanisch fast eine Mode geworden in Europa. Wir haben kein Problem, also in Karlsruhe die Latinokultur ist ganz groß im Moment und wir kriegen viel Feedback.

Ein weiteres Beispiel für ein Programm, das explizit für ein »gemischtes« Publikum produziert wird, ist Radio Afrika in Wien. Die Redaktion, die »sich bunt gemischt aus AfrikanerInnen und EuropäerInnen« zusammensetzt, besteht seit vier Jahren, sie produziert sowohl Beiträge für das Mittelwellenradio des ORF 1476 als auch für Radio Orange in Wien. Radio Afrika formuliert seinen Sendeauftrag so:

Kommunikation: Als Therapie gegen Fremdenangst, als Grundstein zu Freundschaft und Kooperation, als Eckpfeiler der guten Meinungsbildung, als Abschaffung der Nostalgie und Sehnsucht, als Ersatz von Ignoranz durch Wissen. Darum hat sich Radio Afrika zum Ziel gesetzt, EuropäerInnen bzw. ÖsterreicherInnen Afrika durch journalistische Tätigkeiten nahe zu bringen.

Nicht nur die »Aufklärung der österreichischen Bevölkerung bezüglich Rassismus im Alltag« ist ein Ziel der Sendung, sondern auch »die Meinungsbildung der Betroffenen und die Wiederherstellung ihres Selbstbewusstseins, damit sie politische Aktionen gegen Rassismus setzen können«, das »Motivieren der MigrantInnen, sich zu engagieren, um sich artikulieren zu können«, sowie »Information über bestehende Projekte als positive Beispiele einer Anti-Rassismus-Politik« zu verbreiten (Radio Afrika: 2001).

Allein aus der Programmbeschreibung wird deutlich, dass die afrikanische Gemeinschaft in Österreich mit ganz anderen Schwierigkeiten zu kämpfen hat als die lateinamerikanische in Deutschland. Die Europäische Kommission gegen Rassismus und Intoleranz des Europarats ECRI bringt in ihrem zweiten Bericht über Österreich (ECRI 2001) ihre Besorgnis zum Ausdruck, dass »Rassismus, Fremdenhass und Intoleranz« weiterhin bestehen. Sie betreffen »insbesondere Nicht-EU-Bürger – besonders Einwanderer, Asylwerber und Flüchtlinge – aber auch österreichische Staatsbürger ausländischer Herkunft. Menschen aus Afrika leiden besonders unter diesem Phänomen.«

Deshalb setzt die Redaktion einen Schwerpunkt bei der Information und Aufklärung, die ein Gegengewicht zum gängigen Afrikabild bieten soll:

Neben anspruchsvollen afrikanischen Berichten und Nachrichten, die weit über herkömmliche europäische Berichterstattung hinausgehen, durch viel afrikanische Musik, Geschichten und Erzählungen, Bräuche und kulturelle Beiträge auch afrikanisches Lebensgefühl »live on air« zu vermitteln. (...) Gerade die in Österreich lebenden AfrikanerInnen leiden oft unter dem verzerrten Bild, das von den westlichen Medien über die Heimat verbreitet wird. Gleichzeitig zeigen die ÖsterreicherInnen immer mehr Interesse daran, den »schwarzen Kontinent« besser kennenzulernen, als über die bis dato bestehenden Medien vermittelt wird (Radio Afrika 2001).

Die Redaktion produziert ausschließlich mehrsprachige Programme. Ein Mitarbeiter von Radio Orange beschreibt das so:

Sie haben ein Superkonzept von Mehrsprachigkeit entwickelt, das nur durch jahrelanges gemeinsames Training entstehen kann. Jeder redet in seiner eigenen Sprache. Meist ist es in drei verschiedenen Sprachen, Deutsch, Französisch, Englisch. Manchmal ist es auch z. B. Deutsch, Englisch, Bambara oder so und das Prinzip ist, dass alle die Sprachen verstehen und nur in ihrer eigenen reden. Ich würde sagen, das ist so eine Art language hopping, wo dann immer kurz noch einmal zusammengefasst wird, was gesagt worden ist, aber nur so in einem Satz und dann geht es gleich weiter. Dadurch, dass das so eingespielte Teams sind, funktioniert das wirklich.

Für die Entscheidung der Redaktion, die Sendungen mehrsprachig zu gestalten, dürften mehrere Faktoren entscheidend sein: Einerseits gehört gelebte Mehrsprachigkeit für viele Menschen auf dem afrikanischen Kontinent zur Alltagsrealität, viele beherrschen sowohl lokale Sprachen als auch die durch den Kolonialismus aufgezwungene Lingua franca. Der Umgang mit Mehrsprachigkeit ist daher auch etwas Gewohntes. Andererseits bietet die Öffnung des Programms für Deutschsprachige die Möglichkeit, eine Gegenöffentlichkeit herzustellen und der Stigmatisierung entgegenzuarbeiten.

Sowohl bei Radio Afrika als auch bei Haltestelle Iberoamerika gestalten Teams die Sendungen, die »gemischt« zusammengesetzt sind. Deutschsprachige, die »große« Sprachen wie die spanische, die französische oder die englische sprechen bzw. zumindest so weit verstehen, dass eine flüssige zweisprachige Moderation möglich ist, sind zweifellos leichter zu finden, als solche, die die türkische oder die bosnische/kroatische/serbische Sprache entsprechend beherrschen. Verständlicherweise haben viele, deren Muttersprache nicht

Deutsch ist, auch wenn sie die deutsche Sprache gut beherrschen, eine Scheu davor, sie am Mikrofon zu benutzen.

Die Musik hat in allen in diesem Beitrag beschriebenen Sendungen nicht nur als Gestaltungselement, sondern auch als identitätsstiftendes Element eine zentrale Bedeutung. Sie lässt noch mehr Spielraum als die gemeinsame Sprache zu. Nicht umsonst erwähnen die SendungsgestalterInnen vielfach, dass sie Musik aus dem gesamten Raum auch in Sprachen von Minderheiten, in lokalen Dialekten etc. spielen sowie Neukreationen, die aus einem Leben in den Zwischenräumen stammen. Und dass es gerade die Musik ist, die hilft, Kultur und Lebensstil anderen zugänglich zu machen. Musik ist gleichzeitig eine Metapher für und ein Schlüssel zu Identität, denn sie eröffnet sowohl ein Gefühl des Selbst als auch des Anderen, sowohl subjektiv als auch kollektiv.

4. Schlussfolgerungen

Aus den vorgestellten Sendungsbeispielen wird deutlich, dass sich hier HörerInnen und ProduzentInnen in sehr vielfältiger Art und Weise zusammenfinden. Mit dem Konzept der vorgestellten nationalen Gemeinschaft, die sich auf eine Diaspora erstreckt, können diese entstehenden Räume und Zwischenräume nicht allein erfasst werden. Manchmal ist eine gemeinsame Sprache das Verbindende, manchmal sind es ein größerer mehrsprachiger Raum und die Verbindung mit ihm, die bestimmte Hörschaften verklammern. Doch scheint die Verankerung im Hier und Jetzt und die Notwendigkeit, Brücken zu bauen, etwas ganz Wesentliches zu sein, dem auch einsprachig gestaltete Sendungen gerecht werden. Kevin Robins und Asu Aksoy (2001) schlagen im Zusammenhang mit der Diskussion über Diaspora-Medien vor, sich von den konservativen »Phantomen« der vorgestellten Gemeinschaften zu verabschieden und sie durch kosmopolitischere Vorstellungen von kultureller Begegnung zu ersetzen, im Sinne, dass alle Kulturen vom gegenseitigen Austausch leben. Radiosendungen in Migrantensprachen sind nur ein Element im Medienalltag von MigrantInnen, sie ergänzen Medien aus den Herkunftsländern und Medien aus dem Aufenthaltsland. Doch sie sind eine wichtige Ergänzung, denn sie stel-

len den Lokalbezug her und bieten zumindest potentiell die Möglichkeit, andere Identitätsentwürfe zu denken. Freie Radios bieten sich als Freiräume an, in denen nach Formen gesucht werden kann, wo Mehrsprachigkeit zum »normalen« Sendungsablauf gehört.

Sprachliche Vielfalt in lokalen oder regionalen Medien erfüllt eine Reihe von Funktionen: Jene, die meistens ins Auge springt, ist die eines verbesserten Zugangs zu Information. Im Kontext lokaler Radiostationen ist das Information, die für die Bewältigung konkreter Alltagsfragen im Berufsleben, in der Wohnumgebung, im Gesundheits- und Schulwesen etc. relevant ist. Auch wenn MigrantInnen die Sprache des Empfangslandes gut beherrschen, erleichtert das Vorhandensein von solchen Serviceleistungen in ihren Sprachen den Zugang und ist ein Beitrag zur gesellschaftlichen Integration. Eine mediale Präsenz der Sprachen von MigrantInnen bedeutet, dass sie als öffentlichkeitsfähig wahrgenommen werden, dass sie anerkannt werden als gesellschaftliche Ressource nicht nur im Zusammenhang mit dem Herkunftsland, sondern auch in der aktuellen Lebenswelt. Mehrsprachig gestaltete Sendungen stellen hohe Anforderungen an die SendungsmacherInnen und verlangen von RezipientInnen eine Umstellung ihrer Hörgewohnheiten. Sie bieten nicht nur eine Schnittstelle für Begegnung, sondern können auch als eine Art »Schule« für den Umgang mit Mehrsprachigkeit wirken. Schließlich ist die Mehrsprachigkeit eine gesellschaftliche Realität.

Anmerkungen

- 1 Einen Überblick über die Rezeptionsforschung unter Migrantengruppen gibt Browne 1999.
- 2 Gespräch mit dem Präsidenten des Verbandes Freier Radios in Österreich.
- 3 Die folgenden Zitate stammen, so nicht anders gekennzeichnet, aus einem Mitschnitt dieser Diskussionsrunde.
- 4 Ekavisch und ijekavisch bezieht sich auf die Wiedergabe des altslawischen Lautes Jat (e), der als »e« bzw. »je« wiedergegeben wird. Z. B. im Wort für Fluß: rijeka (jekavisch) und reka (ekavisch). Wobei, grob vereinfacht gesagt, in den lokalen Dialekten im Gebiet des früheren Jugoslawien – abgesehen von verschiedenen Enklaven – in den östlichen Gebieten das Ekavische und in den westlichen das Jekavische dominiert. Vielfach wird das Ekavische mit dem Serbischen und das Ijekavische mit dem Bosnischen bzw. Kroatischen (fälschlich) gleichgesetzt.

Literatur

- Appadurai, A. (1990): Disjuncture and difference in the global economy. In: M. Featherstone (Hg.): *Global culture: Nationalism, globalism and modernity*. London, S. 295–310.
- Appadurai, A. (1998): Globale ethnische Räume. Bemerkungen und Fragen zur Entwicklung einer transnationalen Anthropologie. In: Ulrich Beck (Hg.): *Perspektiven der Weltgesellschaft*. Frankfurt am Main, S. 11–41.
- Bell, A. (1991): *The Language of News Media*. Oxford UK, Cambridge MA: Blackwell.
- Bourdieu, P. (1990): *Was heißt sprechen? Die Ökonomie des sprachlichen Tausches*. Wien: Braumüller.
- Boyd-Barrett, O.; J. Nootens; A. Pugh (1996): Multilingualism and the Mass Media. In: H. Goebel; P. Nelde; Z. Stary; W. Wölk (Hg.): *Kontaktlinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. 1. Halbband. Berlin, de Gruyter 1996, S. 462–431.
- Bracher, J.: Radio LoRa. In: Tagungsbericht: »Ethnische Minderheiten und Medienutzung – Ausschluß vom Kommunikationsprozeß«. VHS Linz, 3. 12. 1999. (<http://www.fro.at/tagungmum/jonbracher.html>)
- Browne, D. R. (1999): The Snail's Shell: Electronic Media and Emigrant Communities. In: *Communications. The European Journal of Communication Research*. Vol. 24, Nr. 1, S. 61–84.
- Coulmas, F. (1985): *Sprache und Staat: Studien zur Sprachplanung und Sprachpolitik*. Berlin, New York: de Gruyter.
- Busch, B. (1999): *Der virtuelle Dorfplatz. Minderheitenmedien, Globalisierung und kulturelle Identität*. Klagenfurt: Drava.
- Busch, J. (1994): Radio Multikulti. Möglichkeiten für den lokalen Ethnofunk. Berlin–Deutschland–Großbritannien. Eine Untersuchung im Auftrag der Medienanstalt Berlin–Brandenburg. Berlin: Vistas.
- Charta der freien Radios (1998): verabschiedet vom Verband der freien Radios in Österreich (VFRÖ) in Graz am 8. 2. 1998.
- ECRI (2001): Zweiter Bericht über Österreich, verabschiedet am 16. Juni 2000. Dokument CRI (2201) 3 prov. German version. Strasbourg: Europarat.
- Europarat (1992): Charta für Regional- und Minderheitensprachen. European Treaty Series 148. Strasbourg: Council of Europe.
- Francon, C. / M. Vargaftig (Hg.) (1995): *European Television: Immigrants and Ethnic Minorities*. London.
- Gillespie, M. (1995): *Television, ethnicity and cultural change*. London: Routledge.
- Hargreaves, A. (2001): Kein monokulturelles Menü: Medienrezeption in Frankreich und Deutschland. In: B. Busch, B. Hipfl, K. Robins (Hg.): *Bewegte Identitäten. Medien in transkulturellen Kontexten*. Klagenfurt: Drava, S. 128–145.
- Hargreaves, A. / D. Mahdjoub (1997): Satellite Television Viewing among Ethnic Minorities in France. In: *European Journal of Communication*, Vol. 12 (4), S. 459–477.

- Husband, C. (2001): Über den Kampf gegen Rassismus hinaus. Entwurf einer polyethnischen Medienlandschaft. In: B. Busch, B. Hipfl, K. Robins: *Bewegte Identitäten. Medien in transkulturellen Kontexten*. Klagenfurt: Drava, S. 9–20.
- Kleinsteuber, H. (1991): *Radio – Das unterschätzte Medium. Erfahrungen mit nicht-kommerziellen Lokalstationen in 15 Staaten*. Berlin: Vistas.
- Morley, D.; K. Robins (1996): *Spaces of identity. Global media, electronic landscapes and cultural boundaries*. London, New York.
- Peissl, H.: Radioumfrage zum Programmaustausch Freier Radios und nicht-kommerzieller ProgrammproduzentInnen im deutschsprachigen Raum. Durchgeführt im Zeitraum Juni–August 2001. Präsentiert an der ars electronica in Linz, 3. September 2001.
- Radio Afrika (2001): <http://africa.sil.at>
- Radio Agora: Programm (2001): <http://www.agora.at>
- Radio Fro: Anderssprachige Sendungen (2001): <http://www.fro.at>
- Radio MultiKulti (2001): <http://www.multikulti.de>
- Radio LoRa Zürich: Sendungen (2001): <http://www.lora.ch/sendungen.php3>
- Radio Orange: Radio dersim (2001): <http://www.orange.or.at/radio/sendungen/radioder.htm>
- Radio Orange: Sedajeh Ashena (2001): <http://www.orange.or.at/radio/sendungen/sedajeha.htm>
- Radio proton: Programm (2001): <http://www.med-user.net/proton/>
- Robins, K. (Hg.) (1997): *Programming for people. From Cultural Rights to Cultural responsibilities*. Report presented by RAI and EBU to the United Nations Television Forum. New York.
- Robins, K.; A. Aksoy: »Abschied von Phantomen.« Transnationalismus am Beispiel des türkischen Fernsehens. In: B. Busch, B. Hipfl, K. Robins (Hg.): *Bewegte Identitäten. Medien in transkulturellen Kontexten*. Klagenfurt: Drava, S. 71–110.
- Thomas, G. (1991): *Linguistic purism*. Essex, New York, Singapore: Longman.
- UNIKOM (2001): <http://www.art19.ch>.