

# Inhalt

Vorwort .....	9
1. Einleitung: Ziel und Fragestellung .....	11
<b>I. Theoretischer Teil</b>	
2. Öffentlichkeit, Medien und Fremdenfeindlichkeit .....	17
2.1 Öffentlichkeit: Strukturen, Leistungen und Funktion .....	18
2.1.1 Konzepte von Öffentlichkeit .....	19
2.1.2 Systemtheoretische Erklärungsansätze von Öffentlichkeit .....	21
2.1.3 Die Konstruktion von Wirklichkeit und Identität durch die Medien .	24
2.2 Fremdheit als soziale Konstruktion.....	25
2.2.1 Fremdheit als Konstrukt.....	25
2.2.2 Fremdheit als gesellschaftliche Konstruktion .....	26
2.2.3 Mediale Konstruktion von Fremdheit .....	26
2.3 Exkurse zur Erklärung von Fremdenfeindlichkeit .....	27
2.3.1 Exkurs I: Sozialpsychologische Erklärungskonzepte .....	28
2.3.2 Exkurs II: Sozioökonomische Aspekte .....	32
2.3.3 Exkurs III: Wissenssoziologische Ansätze.....	34
2.3.4 Exkurs IV: Systemtheoretischer Erklärungsansatz .....	39
2.4 Resümee und Ausblick.....	42
3. Ausländer und Ausländerfeindlichkeit im Mediendiskurs .....	45
3.1 Das Thema Ausländer in der Medienberichterstattung .....	46
3.1.1 Allgemeine Berichterstattung.....	46
3.1.2 Untersuchungen zur Ausländerberichterstattung .....	47
3.1.3 Zwischenresümee .....	50
3.2 Umfrageergebnisse zum Thema ‚Einstellungen zu Ausländern‘ ....	51
3.2.1 Darstellung und Interpretation von Meinungsfragen .....	51
3.2.2 Mit Stimmungsbildern Meinung machen.....	53
3.2.3 Ausländerfeindlichkeit und die Konstruktion deutscher Einheit ....	55
3.2.4 Zwischenresümee.....	56
3.3 Kampagnen gegen Ausländerfeindlichkeit .....	57

3.3.1	Initiatoren, Motive und Ziele .....	57
3.3.2	Wirkungen und Gegenwirkungen .....	59
3.3.3	Zwischenresümee .....	60
3.4	Resümee und Ausblick.....	61

## II. Empirischer Teil

4.	<i>Methoden der Untersuchung</i> .....	65
4.1	Inhaltliche Konzeption – Fragenbereiche .....	65
4.2	Design der Studie .....	67
4.3	Pretest.....	70
4.4	Hauptfeldphase.....	72
5.	<i>Drei Kampagnen aus der Sicht der Bevölkerung</i> .....	75
5.1	Drei ausgewählte Kampagnen – Intentionen und Reichweiten.....	76
5.1.1	„Live and work together“: Intention und Verbreitung .....	76
5.1.2	„Ausländerhaß – Wir sagen Nein“: Intention und Verbreitung .....	77
5.1.3	„Fairständnis“: Intention und Verbreitung .....	77
5.2	Erste Einschätzungen der Befragten zu den Kampagnen.....	79
5.2.1	Die Esprit-Anzeige „live and work together“ .....	79
5.2.2	Der BDZV-Aufkleber „Ausländerhaß – Wir sagen Nein“ .....	80
5.2.3	Die Anzeige der Innenministerien „Fairständnis“ .....	82
5.2.4	Zusammenfassung.....	83
5.3	Bekanntheitsgrad und Wahrnehmung der Kampagnen.....	83
5.3.1	Bekanntheitsgrad der Kampagnen .....	83
5.3.2	Rekonstruktion inhaltlicher Kernaussagen.....	84
5.3.3	Angenommene Zielgruppen der Kampagnen .....	87
5.3.4	Zusammenfassung.....	88
5.4	Beurteilung der Kampagnen durch die Befragten.....	88
5.4.1	Positive und negative Bewertung.....	88
5.4.2	Gründe der Bewertungen .....	90
5.4.3	Bereitschaft zum Aufkleben des BDZV Aufklebers .....	92
5.4.4	Einschätzung von Kampagnen allgemein .....	93
5.4.5	Zusammenfassung.....	93
6.	<i>Wahrnehmung des Fremden – Wahrnehmung des Eigenen</i> .....	95
6.1	Bewertung der Ausländerdarstellung in den Medien .....	95
6.1.1	Bewertung der Fernsehberichterstattung.....	96
6.1.2	Bewertung der Presseberichterstattung .....	99
6.1.3	Zusammenfassung.....	102
6.2	Einstellungen zu Ausländern und Nationalbewußtsein .....	103
6.2.1	Diskriminierende Statements – Eine Auswahl .....	103
6.2.2	Messung diskriminierender Aussagen .....	105
6.2.3	Einstellungen zu Ausländern.....	108
6.2.4	Einstellungen zum „Deutsch sein“ .....	114
6.2.5	Zusammenfassung.....	116

6.3	Zusammenhänge zwischen Mediennutzung, Ausländerfeindlichkeit und Kampagnenbewertung .....	116
6.3.1	Ausländerfeindlichkeit als Einstellungsmuster .....	117
6.3.2	Ausländerfeindlichkeit und Bewertung der Kampagnen .....	128
6.3.3	Medienbewertung und Ausländerfeindlichkeit .....	130
6.3.4	Einflußfaktoren von Ausländerfeindlichkeit: Ein Regressionsmodell .....	132
6.3.5	Zusammenfassung .....	139
7.	<i>Typisierung von Ausländerfeindlichkeit</i> .....	141
7.1	Ziel und Verfahren .....	141
7.2	Ergebnisse: Beschreibung der Cluster .....	144
7.2.1	Ähnlichkeit (Lambda-Matrix) und Lage der Cluster .....	149
7.2.2	Einfluß einzelner Variablen auf die Clusterbildung .....	150
7.3	Zusammenfassung .....	152
8.	<i>Resümee und Ausblick</i> .....	155
	Literaturverzeichnis .....	160
	Abbildungsverzeichnis .....	169
	Tabellenverzeichnis .....	170

### **III. Anhang**

1.	Fragebogen .....	175
2.	Esprit-Anzeige (Blatt 1) .....	194
3.	BDZV-Aufkleber (Blatt 3 und 4) .....	195
4.	Fairständnis-Anzeige (Blatt 5) .....	196