

Die Macht versteckter Orte – Innovative Medienbildungsprojekte für junge MigrantInnen in Berlin

Gernot Wolfram

1. Mythos Stadt, Mythos Fremde

„Eine Stadt besteht aus unterschiedlichen Arten von Menschen, ähnliche Menschen bringen keine Stadt zuwege“ (Sennett 1997, S. 17). Mit diesem Aristoteles-Zitat beginnt Richard Sennett sein viel diskutiertes Buch „Fleisch und Stein – Der Körper und die Stadt in der westlichen Zivilisation“ (Sennett 1997). Das Zitat ist in gewisser Weise auf zeitgenössische Art und Weise lesbar, denn gerade aus heutiger Sicht werden komplexe Stadtentwicklungen häufig mit konfliktlastigen Schlagworten beschrieben. Begriffe wie „Parallelgesellschaften“, „Integrationsverweigerung“ und „Kulturdivergenz“ sind medial allgegenwärtig, wenn es um die Frage geht, wie verschiedene Menschen und ihre komplexen Lebenswelten auf sinnvolle Art und Weise in einem urbanen Stadtkosmos miteinander auskommen können und müssen.

Für Berlin gilt das in ganz besonderem Maße, denn einerseits versteht sich die deutsche Hauptstadt als „weltoffene, multikulturelle Hauptstadt“¹, wie es der amtierende Kulturstaaatssekretär André Schmitz einmal ausdrückte, zum anderen weisen sozialwissenschaftliche Untersuchungen regelmäßig „auf ein hohes rechtsextremes Einstellungspotential in einigen Bevölkerungsteilen (...) Berlins hin. Beratungseinrichtungen stellen aufgrund ihrer Arbeit in verschiedenen Berliner Bezirken fest, dass es „Bereiche des öffentlichen und halböffentlichen Raumes gibt, in denen Rechtsextrem(-orientierte)e dominieren, und die aus der Perspektive potenzieller Opfer als ‚Angstzonen bzw. Angsträume‘ bezeichnet werden können.“²

1 BZ Online, 24. Oktober 2009: <http://www.bz-berlin.de/aktuell/berlin/schmitz-berlin-ist-multikulti-metropole-article622748.html> (eingesehen am 12. April 2011)

2 Der Beauftragte für Integration und Migration in Berlin: <http://www.berlin.de/lb/intmig/themen/rexpro/> (eingesehen am 12. April 2011)

Immer wieder funktioniert Berlin für den restlichen Teil Deutschlands als eine Art Brennspiegel, als Drehscheibe für grundsätzliche Debatten zum Thema Migration und Integration. Dabei stehen auch immer wieder junge Menschen im Zentrum der Auseinandersetzung, insbesondere im Kontext medialer Repräsentationen. Dass Berlin als eine wichtige Medien-Metropole somit auch besondere Verantwortung im Bereich der politischen und medialen Bildung übernimmt, ergibt sich fast folgerichtig aus der beschriebenen Situation.

Besonders beim Thema „Zusammenleben mit Minderheitenkulturen“ erhalten die Diskussionen oft einen vorschnellen Konfliktcharakter, ohne dass in jedem Falle deutlich wird, worin der Konflikt eigentlich besteht. „Die räumlichen Beziehungen menschlicher Körper spielen offenbar eine enorme Rolle für die Reaktion von Menschen aufeinander, dafür, wie sie einander sehen und hören, ob sie einander berühren oder Distanz wahren“ (Sennett 1997, S. 23). Warum wird aus dieser einfachen Tatsache mitunter allzusehr die Annahme abgeleitet, dass Menschen mit verschiedenen kulturellen Hintergründen per se Konflikte zu erwarten haben?

Diese Grundfrage nach dem Verhältnis von Menschen zueinander im städtischen Raum berührt auch die Frage, in welchen Räumen Nähe und Distanz entstehen und inwieweit dieses Verhältnis zu Missverständnissen und Fehlinterpretationen führt. Auffälligerweise wird in der medialen Berichterstattung über Minderheiten, insbesondere in Berlin, immer wieder ein spezifisches *Raumsetting* gewählt, etwa, wenn jugendliche Migranten interviewt werden und im Hintergrund bevorzugt Sportplätze, Straßenkreuzungen oder Kioske in als „Problembezirken“ titulierte Stadtvierteln wie Kreuzberg, Neukölln oder Wedding auftauchen. Zum *Anderen* bzw. *Fremden* gehört offensichtlich auch immer ein spezifischer Raum, eine bestimmte ästhetische Umgebung, in die Auskünfte und Gespräche eingebettet werden. Dieser visuelle Kontext ist die Konstruktion eines medialen Raumes, der scheinbar nicht ohne Fiktionen auskommen kann.

„Fiktionen sind von der realen Welt getrennt und in diesem Sinne autonom, bzw. haben sie sich mit der Neuzeit gegenüber der realen Welt als eine eigene Welt konstituiert. Literatur, Malerei, Theater sind Beispiele hierfür. Man kann die fiktiven Welten mit Hilfe von Illusionstechniken so inszenieren, dass vorgestellte Objekte oder Ereignisse so erscheinen, als ob sie real seien“ (Karpstein-Ebbach 2004, S. 184). Freilich ist das nur die halbe Wahrheit, denn so lange wir Fiktionen als solche erkennen, können wir sie auch unterscheiden und differenzieren. Mit der spezifischen Fiktionalisierung zeitgenössischer Medienberichterstattung wird das schon schwieriger. Wie kann ein Zuschauer überprüfen, ob der

Sportplatz, der Kiosk oder die Straßenkreuzung ein wirklich aussagekräftiger Lebensort junger MigrantInnen ist, über die berichtet wird? Wie kann er wissen, ob hier nicht eine *Bühne* aufgerichtet wird, die für die gegebenen Auskünfte und Informationen lediglich eine ideale Illustration ist? Und erzeugen vielleicht erst die medialen Bilder jenes Gefühl von Distanz und Skepsis, aus dem ein Begriff wie „Parallelgesellschaft“ seine Nahrung zieht?

Sofern der Medienrezipient keine persönliche Kenntnis vom Leben der Portraitierten hat, muss die Antwort wohl lauten: er ist auf seine Beobachtungsgabe angewiesen, auf seinen Zweifel wie auf sein Vertrauen in die mediale Berichterstattung. Genau an dieser Schnittstelle zwischen Zweifel, Skepsis und Vertrauen in das Mediengeschehen setzen zeitgemäße mediale Bildungsprojekte an: Die Medien, mit denen Wirklichkeit wahrgenommen wird, werden innerhalb solcher Bildungsprojekte, wenn sie gelingen, intensiv reflektiert und bewusst eingesetzt. Der Vorgang des Wahrnehmens wird zum aktiven Erkenntnisprozess, in dem nicht *über*, sondern *von* Menschen erzählt wird.

Im Umgang mit jungen Migranten und Migrantinnen in Berlin gibt es hier eine ganze Menge von sehr guten und klugen Projektansätzen, die zum einen den Begriff „Medium“ neu definieren und zum anderen die Selbstauskünfte der Beteiligten in den Mittelpunkt stellen. Bevor diese Ansätze näher beleuchtet werden, ist es sicherlich hilfreich, sich mit der konventionellen Praxis von Medienbildung näher auseinanderzusetzen.

2. Mediale Bildungsprojekte in Berlin

Einer der wichtigen Anbieter für politische und kulturelle mediale Bildungsarbeit in Berlin ist die Bundeszentrale für politische Bildung. 1952 als „Bundeszentrale für Heimatdienst“ gegründet, hatte sich die Bundeszentrale nach dem Zweiten Weltkrieg zunächst als ein Instrument mit der klaren Zielsetzung etabliert, das politische System der Bundesrepublik als das überlegenere gegenüber der kommunistischen Landeshälfte darzustellen, nicht ohne dabei auch kräftig auf Propaganda und Agitation innerhalb der Bildungsmittlung zu setzen. Erst nach und nach entwickelte sich die Institution zu einer weitestgehend neutralen und innovativen Bildungseinrichtung, die heute vor allem einen klaren Fokus auf das Thema der europäischen Verständigung und Integration legt, deutlich auch ausgerichtet auf die (mediale) Integration von Minderheiten und MigrantInnen.

Ein wichtiges Instrument ist hierbei im Bereich der Medienbildung etwa die Website „eurotopics“, eine tägliche europäische Presseschau, die Artikel in Spanisch, Englisch,

Deutsch und Polnisch den Lesern offeriert. Neben den zahlreichen Einzelprojekten im Bereich der Medienbildung sind es aber vor allem Vorträge und Referate, die in den Häusern in Berlin und Bonn zu zeitspezifischen Themen aus Kultur, Gesellschaft und Politik angeboten werden. Desgleichen werden Websites freigeschaltet, die sich mit der Entwicklung des Internets, mit Medienpluralität, Computerspielen und dem Verhältnis von Gewalt und Medien auseinandersetzen sowie sich mit dem Konsumentenverhalten von Jugendlichen mit unterschiedlicher kultureller Herkunft beschäftigen.

Um an diesen Projekten partizipieren zu können, ist jedoch ein gewisser *Reflektionsgrad* bereits eine zentrale Voraussetzung auf Seiten der Rezipienten, um die jeweiligen Projektangebote überhaupt in ihrer Intention verstehen zu können. Die Projekte vollziehen sich überwiegend in einem Kontext, in dem bereits spezifische Spielregeln aufgestellt sind, etwa die Bereitschaft, sich auf die vorstrukturierten Themen einzulassen, Workshops und Seminare aktiv als *Teilnehmer* zu besuchen, sich zu engagieren und die gewählte Projektstruktur zu verstehen.

Ähnlich verhält es sich mit der medienpolitischen Bildungsarbeit der „Deutschen Gesellschaft e.V.“, einem Verein, der sich, mit einem prominenten Kuratorium versehen, im Januar 1990 konstituierte mit dem klaren Ziel, besonders junge Menschen über wichtige soziale, kulturelle, politische und mediale Entwicklungen in Europa zu informieren.

Durch die Zusammenarbeit mit Schulen und anderen Bildungsträgern konnten mit den Programmen der Deutschen Gesellschaft e.V. in den vergangenen zwanzig Jahren tausende junger Menschen erreicht werden. Auch hier bleibt festzuhalten, dass die Art und Weise der Information und der Bildungsarbeit sich größtenteils auf den Prozess des *Vermittelns* von Bildungsinhalten in Verbindung mit Medien bezog und nicht die Selbstauskünfte derer in den Mittelpunkt stellte, für die die jeweiligen Projekte konzipiert waren. Dies hat häufig auch mit den Satzungen und Zielsetzungen zu tun, die in Bildungsinstitutionen festgeschrieben sind. So heißt es etwa in der Satzung der *Deutschen Gesellschaft e.V.*: „Die Deutsche Gesellschaft e.V. will den langwierigen und schwierigen Prozess der Herstellung der europäischen Einheit auf sozialem, ökologischem, rechtlichem und wissenschaftlichem, kulturellem und wirtschaftlichem Gebiet fördern und kritisch begleiten. Wirtschaftliche Förderung findet dabei allein durch allgemeine Bildungsveranstaltungen statt“ (Satzung DG 2009, §2).

Es findet sich also keine dezidierte didaktische Ausrichtung innerhalb der Frage, wie die in der Satzung benannten Ziele erreicht werden sollen. „Allgemeine Bildungsveranstaltungen“ lautet der gewählte Terminus, der freilich offen bleibt für eine Vielzahl von

Auslegungen. Die spezifischen Bedürfnisse, Sichtweisen, kulturellen Unterschiede sowie die Differenzen der Perspektiven junger Menschen innerhalb von städtischen Strukturen verbleiben hier notgedrungen im Hintergrund.

Der pädagogische und politische Wille zur medialen Bildung, so begrüßenswert er ist, gerät häufig in eine Argumentationsweise, die Bildung apodiktisch als ein Paket von spezifischen Maßnahmen versteht, in dem häufig nur am Rande die Frage nach dem Standpunkt dieser Forderungen reflektiert wird.

So argumentiert Norbert Neuss im Vorfeld des Berliner Kongresses mit dem programmatischen Titel „Keine Bildung ohne Medien“ in einem Interview folgendermaßen: „Kinder und Jugendliche müssen darin angeregt werden, kritisch und kreativ mit Medien umzugehen. Hierbei spielen Erziehung und Pädagogik eine herausragende Rolle. Schule, Eltern und außerschulische Einrichtungen sind gefordert, medienpädagogisch aktiv zu werden. In der Schule müssen endlich die seit langem bereitliegenden und nur vereinzelt praktizierten Konzepte umgesetzt werden. Ziel ist nicht allein das sinnvolle Einsetzen medialer Techniken zur Förderung der Unterrichtsdidaktik. Ziel ist vor allem auch die Förderung der Kritikfähigkeit, der kommunikativen Kompetenz und kreativen wie demokratischen Nutzung der Medien“ (Neuss/GMK:1).

All diese Forderungen entsprechen im Wesentlichen dem Kanon eines westlich-aufgeklärten Medienverständnisses, in dem Medien spezifische politische und gesellschaftliche Chancen und Gefahren zugeschrieben werden, die innerhalb eines pädagogischen Prozesses beleuchtet und reflektiert werden *müssen*.

In Bezug auf Medienbildungsprojekte mit jungen MigrantInnen und ihren oftmals spezifischen, von Mehrsprachigkeit geprägten Medienerfahrungen ist dieser westlich pädagogische Ansatz problematisch, weil er Begriffe wie *kritisch* und *kreativ* in einem bestimmten Setting verortet, nämlich dem der Schule oder eines anderen institutionell geprägten Bildungsraums. Daher trifft vielleicht Barbara Eschenauers Forderung in Bezug auf neue Notwendigkeiten in der Medienbildung einen entscheidenden Punkt: „Schaffung von Freiräumen für alle kreativen Ausdrucksmöglichkeiten“ (Eschenauer 2011, S. 2).

Der Begriff *Freiraum* darf hier ganz wörtlich genommen werden: ein Bildungsraum, der möglichst wenig vorstrukturiert ist und daher Chancen offen lässt, eigenkulturelle Erfahrungen nicht nur in ein pädagogisches Konzept einzubringen, sondern auf Seite der Angesprochenen ein Konzept überhaupt erst selbstständig und organisch entstehen zu lassen.

Hier lohnt es sich, den wissenschaftlichen Ansatz der Cultural Studies für das Feld der Medienbildung stark zu machen, besonders hinsichtlich von Projekten, in welche junge

Menschen mit einer anderen kulturellen Herkunft involviert sind. „Im Unterschied zu den (...) Untersuchungen, die ‚top down‘ angelegt sind, verfahren die Cultural Studies ‚bottom up‘ and ‚from within‘. Das Objekt der Forschung gewinnt durch diesen Perspektivenwechsel einen neuen Status, pathetisch ausgedrückt: eine eigene Würde. (...) Statt umstandslos von ideologischer Vereinnahmung durch Konsum auszugehen, wird versucht, Konsum als Handlungsakt zu verstehen und in den Konsumweisen selber nach ‚widerständigen‘ Formen subversiver Aneignung der Dinge zu suchen. (Lindner 2000, S. 61)

Für den hier diskutierten Bereich bedeutet dies, dass nicht per se ein kritischer Umgang mit Medien im Sinne eines *Müssens* pädagogisch stark gemacht wird, sondern dass die Medienkonsumenten selbstständige Auskünfte darüber geben, was ihnen Medien bedeuten, wie sie sie nutzen, wie sie mit ihren Alltagsräumen verknüpft sind, welche Flucht- und Aufenthaltsräume sie ihnen bieten – und vor allem, was sie überhaupt als Medien definieren.

3. Innovative Beispiele für *Medienprojekte* in Berlin

Unter den zahlreichen Medien- und Integrationsprojekten soll hier ein besonders überzeugendes vorgestellt werden, das gleich auf mehreren Ebenen den Anspruch erfüllt, nicht *für* eine bestimmte Rezipientengruppe konzipiert zu sein, sondern aus sich heraus kreative *Freiräume* schafft, die vor allem den jugendlichen MigrantInnen Definitionshoheit über das Projekt lässt.

Initiiert von dem Verein „Kultur bewegt e.V.“ wurde vor einigen Jahren das Projekt „Route 65 – Stadtteilführungen von Jugendlichen“ im Stadtteil Berlin Wedding ins Leben gerufen.

Hier ein Auszug aus dem Text der zum Projekt gehörigen Website: „Lassen Sie sich von Jugendlichen aus dem Wedding ihren Kiez zeigen: den Ort, an dem sie aufgewachsen sind, an dem sie zur Schule gehen und wo sie die Nachbarschaft kennen. Sie sind Spezialisten des Alltags und können viel über das Zusammenleben der Anwohner berichten. Sie erzählen von spannenden Ereignissen, stellen Geschäfte und ihre Inhaber vor und können Auskunft darüber geben, wie und wo sie ihre Freizeit verbringen.“³

3 <http://www.route65-wedding.de/> (eingesehen am 12. April 2011)

Neun junge MigrantInnen aus Pakistan, der Türkei, Syrien, Tunesien, Marokko und anderen Staaten führen auf Anfrage Berlin-Besucher durch ihr Viertel, den ehemaligen Arbeiterbezirk Wedding. Die einzelnen Stationen der „Route 65“ wurden von den Jugendlichen selbstständig ausgewählt und auch die Informationen zu den einzelnen Stationen sind weder vorgegeben noch vorstrukturiert. So gibt es beispielsweise eine Tour, die den Namen „Rap und Religion“ trägt. Geplant und geführt wird sie von zwei pakistanischen Schülern, Habib und Etizaz, die auf das enge räumliche Verhältnis von religiösen Stätten, Musikclubs und Jugendtreffpunkten hinweisen wollen: „Der orientalische Wedding ist unser Thema. Religion ist uns wichtig, Rap aber auch. Wir, Habib und Etizaz, zeigen eine kleine pakistanische Moschee, Bilder mit Koransprüchen, goldene Möbel und tolle Shishas. Aber auch Schulen, Jugendeinrichtungen und das Amtsgericht gehören zu unserem orientalischen Wedding.“⁴

Eine andere Tour nennt sich „Mauer und Rosen“. Sie wird von zwei arabischen Mädchen, Danya und Rawan, geführt. Die Tour führt entlang von jugendspezifischen Orten, aber auch entlang der historischen Mauermarkierung, die zur Zeit des Kalten Krieges das Viertel abschloss. „Wir beide, Danya und Rawan, sind im Wedding großgeworden und können über viele Läden, in denen die Jugendlichen gerne shoppen, erzählen und auch über die versteckten romantischen Treffpunkte.“⁵

Ausdrücklich wird bei der Tourbeschreibung darauf hingewiesen, dass die Tour in deutscher wie auch in arabischer Sprache durchgeführt werden kann.

Innerhalb dieses Projektes, das im Übrigen keine staatliche Förderung erhält, werden die jungen MigrantInnen nicht zu *TeilnehmerInnen* gemacht, sondern sie gestalten selbstständig das Projekt, entscheiden über den Einsatz von Medien, treffen die Auswahl der Orte, die besichtigt werden, und vor allem – sie erzählen von sich.

Der öffentliche Raum selbst wird dabei zum Medium, bei dem eben keine genuin touristischen Erlebniswelten im Vordergrund stehen – die meisten der gewählten Stationen wären für einen unerfahrenen Besucher wahrscheinlich wenig spektakulär – sondern die Orte gewinnen ihre Kraft durch die Verbindung mit den Narrativen, den jeweiligen Erzählformen der jugendlichen Guides. Dazu kommt, dass diese Räume „eigene Räume“ sind. Das ist hier äußerst wichtig zu betonen, denn gerade die Nicht-Verfügbarkeit von Orten verdeutlicht ihre medialen Qualitäten. Der Besuch in einer pakistanischen

4 ebda.

5 ebda.

Hinterhof-Moschee wäre außerhalb einer solchen Tour lediglich eine touristische Zu-dringlichkeit. Durch die Vermittlung der jugendlichen Guides wird der Besuch Teil eines Konzeptes, über das die Jugendlichen relative Verfügungshoheit haben.

Dies unterscheidet das Projekt „Route 65“ von vielen anderen Projekten, dass es vor allem das, was geschieht, stark macht, und nicht das, was geschehen soll, weil es in ein spezifisches Bildungskonzept passt. „Wer (...) die tolerante Begegnung zwischen Fremden ermöglichen und beleben will, der muss nicht Begegnungsräume bauen, in denen dies wieder ermöglicht wird, sondern der muss die sozioökonomischen Bedingungen schaffen, damit die Konfrontation mit dem Fremden nicht nur von Intellektuellen als Bereicherung und Gewinn erlebt werden kann. Dazu gehört aber gerade die Verfügungsgewalt über ein Stück ‚eigenen Raum‘, der nicht fraglos und jederzeit von anderen okkupiert werden kann“ (Schroer 2006, S. 248).

In dieser Betrachtungsweise macht es auch Sinn, dass die Touren des Projektes „Route 65“ Geld kosten. Freilich liegen die Preise in einem moderaten Rahmen und sind weit davon entfernt, in die Nähe professioneller touristischer Anbieter in Berlin zu geraten. Neben der Deckung der Kosten für das Projekt ist aber hauptsächlich die reale Anerkennung der Arbeit der Jugendlichen zu nennen. Hier wird nicht in einem geschützten Projekt- und Bildungsraum agiert, sondern innerhalb des Projektes kommt durch den Preis auch klar zum Ausdruck, dass sich die jugendlichen Guides als Anbieter einer Arbeit verstehen, die Respekt verdient – und zwar nach der Logik der Gesellschaft, in der die Arbeit angeboten wird.

Der klare Vertrag, der innerhalb der Touren geschlossen wird, umfasst den Faktor Zeit (ca. 2 Stunden) und markiert auch eine Grenze: das Programm kann nicht beliebig verändert oder von den Besuchern modifiziert werden. Es handelt sich eben um keinen Workshop oder gar um ein Seminar. Der Eintritt, im doppelten Sinne des Wortes, in die Alltagswelt der Jugendlichen erfordert Sensibilität zuerst auf Seiten des Besuchers. Das Medium, mit dem hier beide umgehen, Besucher wie Guides, beginnt sich erst zu öffnen und umfassend zu kommunizieren, wenn die Spielregeln der gegenseitigen Wahrnehmung respektvoll ausgehandelt sind.

Ein weiteres Beispiel für ein gelungenes, jedoch eher klassisches Medien-Projekt in Bezug auf den Umgang mit jungen MigrantInnen stellt die Stadtteilzeitung „Magazin Nordwest“ des Stadtteils Marzahn dar. Dem Magazin gelingt es, ganz unterschiedliche Migrationsgruppen an ein Medium zu binden und vor allem das Medium Stadtteilzeitung als aktive Kommunikationsplattform zu etablieren.

Verknüpft ist die Zeitung mit der bundesweit agierenden Website „Nachbarn-Online“ (eine Seite spezifisch für Spätaussiedler), die auch immer wieder neue Informationsformate lanciert: „Herzlich willkommen auf www.nachbarn-online.net, der Seite für die Integration von Spätaussiedlern und russischsprachigen Migranten. Seit 2002 erscheint in Berlin-Marzahn Nordwest das zweisprachige Informationsblatt „Nachbarn“, das Themen der Integration dieser Migrantengruppe behandelt. Damit wird versucht, neue Brücken der Kommunikation zu schlagen und zum Abbau von Verständigungsbarrieren beizutragen. Im Blatt werden nicht nur wichtige Informationen weitergegeben, durch das Aufgreifen von Fragen der Integration und die Darstellung unterschiedlicher Integrationsprojekte wird auch ein Beitrag zur produktiven Vernetzung verschiedener Integrationsansätze geleistet. Um dem Bedarf an wichtigen Informationen zur Integration nachzukommen, wurde 2006 das Internetportal „Nachbarn Online“ gestartet, auf dem die Informationen sofort nach dem „Bekannt Werden“ eingearbeitet werden. Im „Archiv“ kann man die alten Ausgaben des Infoblatts „Nachbarn“ aus den Jahren 2002 bis 2005 nachlesen und für die weitere Verwendung herunterladen, unter „Geschichte“ wichtige Informationen zur Vergangenheit dieser Migrantengruppe und unter „Wegweiser“ wichtige Informationen zu den Integrationsprojekten aus Berlin-Marzahn Nordwest erhalten. Außerdem werden auch die aktuellen Ausgaben von „Nachbarn“ innerhalb der Zeitung „Nordwest“ mit ihren jeweiligen Inhalten auf dem Portal zu finden sein. Durch die neuen Möglichkeiten der Internet-Zeitung werden in den Rubriken „Aussiedler in Berlin“ und „Aussiedler bundesweit“ auch Berichte zur Problematik der Aussiedler aus anderen Bezirken Berlins und anderen Bundesländern ins Netz gestellt. Dazu kommen noch Untersuchungen, Statistiken, Stellungnahmen, Erklärungen u.s.w. über die Zielgruppe, die in anderen Medien erschienen sind, „Statistik“ sowie unter „Termine“ die aktuellen Termine in Marzahn Nordwest. „Gern möchten wir Ihre Meinung und Anregungen erfahren, schreiben Sie uns, Ihre Meinung ist uns wichtig!“⁶

Gerade bei Spätaussiedlern aus Russland lässt sich ein hohes Interesse an einem speziellen Community-Austausch beobachten. Informationen, die Treffen, Versammlungen, aber auch Musik-Clubs und besondere Treffpunkte für Jugendliche benennen, werden äußerst positiv aufgenommen. Im Falle des Stadteilmagazins gelingt den Blattverantwortlichen ein besonderes Kunststück: die Zeitung *Nordwest* fungiert zum einen als eine solche Informationsdrehscheibe, zum anderen werden aber auch bewusst Angebote für andere

6 <http://www.nachbarn-online.net/inhalt> (eingesehen am 13. April 2011)

Minderheiten- und Migrantengruppen aufgenommen, etwa das Projekt „KulturdolmetscherInnen“: „Ab Juli startet das Projekt ‚Kulturdolmetscher im Stadtteil Marzahn Nord-West‘. Es zielt auf vietnamesische Aussiedlerfamilien und Romafamilien im Stadtteil und soll zur Bewältigung von Problemen zwischen Elternhaus, Schule und Kita beitragen. Außerdem soll es den Familien den Zugang zu den im Stadtteil und Bezirk vorhandenen Angeboten der Familienhilfe ermöglichen sowie die Arbeit an den Schulen und Kitas unterstützen. Frau Svetlana Hayduk von Vision e.V. wird die Aussiedlerfamilien betreuen, Frau Tran, Thi Dao von Reistrommel e.V. die vietnamesischen Familien und Frau Malgorzata Jansen vom Caritasverband Romafamilien. Die KulturdolmetscherInnen werden einmal wöchentlich in den jeweiligen Einrichtungen einen Sprechtag durchführen. An diesem Tag können sich Schüler, Lehrer, Eltern und ErzieherInnen mit Problemen an sie wenden. Sie werden dann innerhalb der Einrichtungen zwischen den einzelnen Beteiligten vermitteln. In Zusammenarbeit mit Eltern und Schulen bzw. Kitas wird für den jeweiligen Einzelfall ein Hilfeplan aufgestellt und entsprechend umgesetzt. Begleitungen zu Behörden, Ärzten usw. sowie Verständigungshilfen werden in den jeweiligen Hilfeplan einbezogen.“⁷

Das Medium der Stadtteilzeitung wird dazu genutzt, verschiedene Minderheiten- und Migrantengruppen wie etwa Sinti und Roma oder vietnamesische Stadtteilbewohner mit Hilfe der KulturdolmetscherInnen zu aktivieren.

Das Ziel des Mediums ist weniger, ausführlich über Ereignisse aus dem Viertel zu berichten, sondern vielmehr aktive Partizipation zu ermöglichen und Kommunikationsverbindungen zwischen den verschiedenen Migrantengruppen zu schaffen. Dass es hierbei ein Medium nutzt, das von einer besonders großen Migrantengruppe, den Russlanddeutschen, gelesen und in Anspruch genommen wird, ist ein kluges Verfahren, um innerhalb einer Minderheitengruppe die Verantwortung zur Kommunikation mit anderen Minderheitengruppen zu verankern.

Die Arbeit der KulturdolmetscherInnen wird in der Zeitung angekündigt und zugleich wird auf ihre Präsenz im öffentlichen Raum hingewiesen. Das Medium will vor allem für jüngere Migranten eine Kommunikationsplattform sein, die Begegnungen im öffentlichen Raum des Stadtviertels initiiert.

Besonders hervorzuheben ist hier Folgendes: wenn man diese Zeitung regelmäßig liest, kann man feststellen, dass der Blick der sehr unterschiedlichen Bewohner Marzahns

⁷ <http://www.nachbarn-online.net/inhalt/aktuelle-ausgabe> (eingesehen am 13. April 2011)

ein vollkommen anderer ist als jener, mit dem häufig in Mainstream-Medien über das Viertel berichtet wird. Die Zeitung fungiert als eine Selbstauskunft der Viertelbewohner. Das Marzahn, das in dieser Zeitung erscheint, hat wenig zu tun mit den aus den großen Tageszeitungen bekannten „Problembereichen“.

So berichtet etwa die Berliner Tageszeitung *Tagespiegel* regelmäßig über sozialwissenschaftliche Analysen zur Entwicklung von Berliner Stadtvierteln in folgender Weise: „Eingeordnet werden die Quartiere in vier Gruppen nach sechs Faktoren: Langzeitarbeitslosigkeit, Arbeitslosigkeit, Jugendarbeitslosigkeit, Aufstocker (Empfänger staatlicher Hilfe trotz Erwerbstätigkeit), Kinderarmut, Anteile von Jugendlichen mit Migrationshintergrund. In Berlin gibt es 34 Quartiere in der Gruppe 4 mit ‚sehr niedrigem Entwicklungsindex‘. Darunter in Mitte Körnerstraße und Huttenkiez, in Friedrichshain-Kreuzberg Askanischer Platz und Mehringplatz, in Charlottenburg die Paul-Hertz-Siedlung, in Neukölln die Schillerpromenade und die Silbersteinstraße, in Marzahn-Hellersdorf Marzahn-West. Von Gruppe 4 ‚aufgestiegen‘ sind der Oranienplatz in Kreuzberg, Wissmannstraße und Hertzbergplatz in Neukölln.“⁸

Im Subtext dieser Mitteilungen werden diese Kieze als Problembezirke definiert, von denen nur wenige einen „Aufstieg“ aus ihrer jeweiligen Misere schaffen. Die Eigenperspektiven der Bewohner tauchen in solchen Studienergebnissen nicht auf.

Hierzu schreibt der Stadtsoziologe Markus Schroer treffend: „Es gehört zu den Eigentümlichkeiten soziologischer Texte über die Ghettos, Slums, Banlieus und Favelas, die ausweglose Lage der Bewohner zu beschreiben und dies mit einer Klage über politisches Versagen zu verbinden – und es dabei zu belassen. Wie die Bewohner tatsächlich ihren Raum wahrnehmen, aneignen und gestalten und welche Bezüge sie dabei – weit über ihren Aufenthaltsort hinaus – herstellen, die gerade quer zu den üblichen räumlichen Einteilungen liegen, darüber schweigt eine sich mit Zuschreibungen begnügende Soziologie, die auf die Deutungen der Akteure schlicht verzichtet.“ (Schroer 2006: S. 250-251)

Es ließe sich hinzufügen, dass vor allem die Frage, wie die Vorort-Akteure ihren Raum kommunizieren, ein wesentlicher Baustein ist, um auf der Ebene von Medien-Bildungsprojekten einen Perspektivenwechsel zu erreichen. Im Zentrum sollten dabei die Eigenperspektiven der jungen MigrantInnen stehen sowie ihr Verhältnis zu den Räumen, in denen sie leben und groß geworden sind bzw. erwachsen werden.

8 <http://www.tagesspiegel.de/berlin/berlins-problemviertel-konzentrieren-sich-im-westen/3713896.html> (eingesehen am 13. April 2011)

Als drittes Projekt sei hier die Arbeit des Berlin-Kreuzberger Bildungs- und Kreativzentrums „Die gelbe Villa“ im Bereich Medienpädagogik genannt. Das Zentrum stellt bewusst sein medienpädagogisches Konzept ins Internet, um die Grundprämissen der eigenen Arbeit präsent zu halten. Hier ein Auszug aus dem medienpädagogischen Konzept: „Die gelbe Villa vermittelt in verschiedenen Kursen Medienkompetenz. Wir verstehen unter Medienkompetenz die konkrete Anwendung und den bewussten Umgang mit den Medien PC und Internet, sowie Video/Fernsehen und Musik/Audio, die zum großen Teil den Alltag der Kinder bestimmen. Durch Kreativworkshops in den Bereichen Musik, Video, PC und Internet werden den Kindern unter fachlicher Anleitung Handwerkszeug und Regeln näher gebracht sowie ein ethisch-moralischer Diskurs über Medienkonsum und seine Auswirkungen in Gang gesetzt.“⁹

Obgleich auch hier ein vorstrukturierter pädagogischer Ansatz zu beobachten ist, zeigen die Projekte der „Gelben Villa“ in der Praxis ein hohes Maß an innovativen Zugängen zur Aktivierung von Kindern und Jugendlichen.

Sie können in den verschiedenen Projekten sinnlich und sinnhaft lernen, den Raum, in dem sie leben, als individuelle und von ihnen selbst interpretierbare Topographie zu verstehen. Dabei finden visuelle wie akustische Ansätze eine gleichberechtigte Unterstützung. Zudem liegt jedem Projekt ein pädagogischer Ansatz zugrunde, der sich bewusst von Schulmodellen absetzt und den Faktor Zeit im Sinne eines möglichst breiten Zeitrahmens für eigene Entdeckungen, Kreativprozesse und Ideen zentral denkt: „Projektarbeit in der gelben Villa heißt, Improvisationsfähigkeit, handwerkliches Geschick sowie kreative Ausdrucks- und Präsentationsfreudigkeit zu lernen. Das schulische Leistungs- und Benotungssystem spielt dabei keine Rolle. Hier geht es um das Erfolgserlebnis, gemeinsam etwas zu schaffen und es anderen – Eltern, Lehrern, Mitschülerinnen und Mitschülern, einer geladenen Öffentlichkeit – vorzustellen. Projektarbeit heißt auch, sich Zeit zu nehmen, den Dingen auf den Grund zu gehen und über einen längeren Zeitraum ein Thema mit seinen verschiedenen Aspekten und Bedeutungen zu untersuchen. Diese konzentrierte und interdisziplinäre Herangehensweise spielt eine wichtige Rolle im Lernprozess.“¹⁰

Auffällig bei den Projektbeschreibungen der „Gelben Villa“ ist, dass ganz bewusst darauf verzichtet wird, dezidiert von jungen „MigrantInnen“ zu sprechen, überhaupt ist

9 <http://www.die-gelbe-villa.de> (eingesehen am 13. April 2011)

10 Ebd.

in den Selbstbeschreibungen sehr wenig die Rede von Migration und Integration, dafür umso mehr von interkultureller Kompetenz und Empathie.

Obgleich ein großer Teil der Jugendlichen und Kinder, die an den Kursen des Bildungszentrums teilnehmen, eine andere kulturelle Herkunft haben, wird dieser Umstand nicht betont, sondern vielmehr darauf geachtet, dass die kreativen Potentiale der Jugendlichen im Vordergrund stehen. So werden etwa auf den Internetseiten der „Gelben Villa“ akustische Portraits von verschiedenen Räumen und Orten veröffentlicht, in denen die Projekte stattfinden, etwa eine „Milchbar“, eine „Schreibwerkstatt“ oder ein „Werkstatt-raum“. Die Alltagswelt der Jugendlichen wird von ihnen selbst dargestellt mit Hilfe unterschiedlicher Formate. Aufgrund der Distribution dieser Formate durch das Internet sind diese Selbstauskünfte auch einer breiteren Öffentlichkeit kostenfrei zugänglich.

Abschließend stellt sich die Frage, wie sich diese virtuellen Räume, die auf reale Orte referieren, wissenschaftlich und praktisch beschreiben lassen.

4. Versteckte Orte und Heterotopien

Wie versucht wurde zu zeigen, ist der Umgang mit den Räumen der Alltagswelt eine Möglichkeit, um jungen MigrantInnen neue Zugänge zu nicht vorstrukturierten Selbstauskünften zu eröffnen – jenseits von schulpädagogischen Modellen.

Besonders in Berlin lassen sich hier große Potentiale ausschöpfen, denn die Stadt besteht aus so unterschiedlichen und auch in historischer Hinsicht stark disparaten Arealen, dass etwa in einem Stadtviertel wie Neukölln innerhalb weniger Straßenzüge nicht nur vielfältige, von Migrationskulturen geprägte Lebenswelten zu beobachten sind, sondern rund um das sogenannte „Böhmische Viertel“ sogar eine nahezu komplett erhaltene Dorfstruktur zu finden ist, die aus den Zeiten der böhmischen Glaubensflüchtlinge stammt.

Als es nach der berühmten Schlacht am Weißen Berg 1620 zu einer Rekatholisierung Böhmens kam, flüchteten viele Protestanten in Richtung Westen. Ab 1737 siedelten, auf Einladung von Friedrich Wilhelm I, Glaubensflüchtlinge auch in Berlin Rixdorf. Noch heute erzählen viele Straßenzüge, kleine Friedhöfe und Häuser etwas von dieser Vergangenheit, eine Stadtopographie, die sich mühelos mit in das bunte und vielfältige Leben der Migrantenszenen in Neukölln intergriert.

Hier treffen, auf einer symbolischen Ebene, alte und neue Erfahrungen von Fremdheit, dem Gewinn von Heimat, neuem Zuhause und neuer Identität aufeinander. Diese besonderen Referenzen werden häufig erst in medialen Vermittlungen deutlich, am stärksten sicherlich in Kontexten, in denen junge Bewohner des Viertels ihre eigene Alltagswelt auf Spuren und Referenzen hin überprüfen können.

Was in Medienbildungsprojekten entdeckt werden kann – und dies ist von hoher Relevanz – sind nicht reale Räume, sondern Darstellungen von Räumen, sogenannte *Heterotopien*, ein Begriff, den Michel Foucault geprägt hat. Eine Heterotopie ist „gewissermaßen ein Ort (...) außerhalb aller Orte, wiewohl er tatsächlich geortet werden kann.“ (Foucault 1993/1967, S 39) Solche Orte können zum Beispiel in der Fiktion von Filmen deutlich hervortreten. „Die Welt im Kino wird gewöhnlich als eine ‚andere Welt‘ erinnert. (...) Im Gedächtnis erscheint dieser andere Ort einerseits radikal vom Alltäglichen unterschieden und andererseits als ‚lokalisierbar‘ – eingebettet in den Alltag. In der erinnerten Welt im Kino besitzt auch die Zeit etwas von diesem Mix aus ‚verortbar‘ und ‚außerhalb‘, der die Foucaultsche Heterotopie charakterisiert.“ (Kuhn 2010, S. 31)

Was Annette Kuhn hier für das Kino formuliert, lässt sich ohne weiteres auch auf die Medienmaterialien übertragen, die in Medienbildungsprojekten hergestellt werden. Die Beobachtung der eigenen Alltagswelt wird zu einer spezifischen Fiktion, in der die Akteure ihre Sicht, ihre Wünsche, Vorstellungen, Meinungen und Selbstverteidigungen eintragen.

Selbst in den mündlichen Narrativen der jugendlichen MigrantInnen, die im Berliner Stadtbezirk Wedding ihre Führungen im Projekt „Route 65“ anbieten, findet sich noch etwas von diesem Charakter einer Heterotopie. Durch die Erzählung der Guides über Orte ihres Alltags verändern sich die besuchten Orte, werden zu einer spezifischen Topographie, in der sich Selbstauskünfte und Wahrnehmungen zu einem eigenen Raum verdichten.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Potential von zeitgemäßen Medienbildungsprojekten für junge MigrantInnen vor allem in dem Bewusstsein für die medialen Qualitäten des Raumes liegt, in dem Alltag erlebt und erfahren wird. Jenseits schulpädagogischer und seminaristischer Ansätze konventioneller Medienbildung wird hier die Selbstgestaltungskraft der angesprochenen Zielgruppe in den Mittelpunkt gerückt. Erst durch diesen Prozess können unzulässige Zuschreibungen, Simplifizierungen und Termini wie „Parallelgesellschaften“ und „Integrationsverweigerung“ in der Tiefe überwunden werden. Die viel beschworene Vielfalt kultureller Erfahrung kann nicht behauptet

werden, sondern muss sich in Auskünfte verwandeln, um dialogisch wirken zu können. Erst in diesem Prozess gewinnt der Aristotelische Gedanke von der Stadt, die erst durch unähnliche Menschen zuwege gebracht wird, an Kraft und Substanz.

Literatur

- Eschenauer, Barbara (2011): Planung statt Projektitis. Zur Notwendigkeit der Medienkompetenzförderung. epd medien Nr 14. Berlin: Evangelischer Pressedienst.
- Dittmer, Jason (2010): Popular Culture, Geopolitics & Identity. New York: Rowman & Littlefield Ltd.
- Karpenstein-Eßbach, Christa (2004): Einführung in die Kulturwissenschaft der Medien. München: UTB.
- Kuhn, Annette (2010): Heterotopie, Heterochronie. Ort und Zeit der Kinoerinnerung. In: Schenk, Irmbert/Tröhler, Margrit/Zimmermann, Yvonne (Hrsg.): Film – Kino – Zuschauer: Filmrezeption. Marburg: Schüren.
- Lindner, Rolf (2000): Die Stunde der Cultural Studies. Wien: WUV – Universitätsverlag Wien.
- Neuss, Norbert (2011): Medienpädagogik als Selbstverständlichkeit. Interview. GMK – Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur. Newsletter 29.03.2011. Bielefeld: GMK.
- Schroer, Markus (2006): Räume, Orte, Grenzen. Auf dem Weg zu einer Soziologie des Raums. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Sennett, Richard (1997):r