

Factsheet: Kernbefunde der Studie des IPMZ

Studie	<p>«Internet, Mediennutzung und Informationsbedürfnisse von Migranten» Forschungsbericht von Prof. Dr. Heinz Bonfadelli und lic. phil. Sara Signer des IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich vom Januar 2008. Begleitstudie zum Projekt conTAKT-net.ch im Auftrag des Migros-Kulturprozent.</p>
Kernbefunde der Studie	<p>Medienzugang: Die Versorgung der in der Schweiz lebenden Migranten mit Massenmedien kann als sehr gut bezeichnet werden. Der Zugang zu Computer und Internet liegt bei den Befragten bei rund 90%.</p> <hr/> <p>Migranten mit Online-Zugang fungieren als Mediatoren / Info-Broker: Sie suchen Informationen für Freunde, Bekannte und Verwandte. Besonders jüngere Personen werden angefragt, Informationen im Netz zu suchen.</p> <hr/> <p>Mediennutzung: Internet wird noch vor Presse, Fernsehen und Radio als subjektiv wichtigstes Medium bewertet. Rund 60 % der befragten Migranten nutzen das Internet täglich, weitere 20% mehrmals pro Woche.</p> <hr/> <p>Sprache der Mediennutzung: Sie nutzen das Internet deutlich häufiger in deutscher bzw. französischer Sprache als in der Heimatsprache.</p> <hr/> <p>Informationsbedürfnisse von Migranten: Grundsätzlich zeigten sich fast alle Migranten interessiert an der Schweiz. Die meisten bemühen sich, etwas über die Schweizer Kultur zu erfahren und zu lernen, was hier als „normal“ gilt. Der Themenbereich „Arbeit“ ist für die befragten Migranten bisher am schlechtesten abgedeckt. Zudem sind Migranten an Fragen in den Bereichen „Gesundheit“, „Freizeit“ und „Gemeinde“ besonders interessiert.</p> <hr/> <p>Informationssuche: Migranten fragen am häufigsten direkt bei der entsprechenden Stelle nach, von der sie eine Information brauchen. An zweiter Stelle kommt bereits die Suche im Internet. An dritter und vierter Stelle erst werden Bekannte aus der Schweiz oder aus dem eigenen Heimatland als Informationsquelle angefragt.</p> <hr/> <p>Wie finden Migranten Informationen auf dem Internet: Neben dem Gebrauch von Suchmaschinen oder dem Zufall sind es meist Freunde und Bekannte, welche auf relevante Homepages hinweisen.</p>
Fazit der Studie für das Projekt conTAKT-net.ch	<p>Informationen für Migranten auf dem Internet bereitzustellen, macht Sinn! Das Internet nimmt im Leben der heutigen Migranten einen wichtigen Stellenwert ein. Alltagsrelevante Informationen und Orientierungsangebote für Migranten über das Internet bereitzustellen, scheint ein Erfolg versprechender, praktikabler und ein effektiver Weg zu sein. Das Internet ersetzt jedoch keine Beratung und erreicht auch nicht alle Migranten. Die Informationen müssen über verschiedene Kanäle gestreut werden. Die per Internet angebotenen Informationen sollten bezüglich Inhalt, Aufmachung und Navigation aus der Nutzerperspektive konzipiert sein. Durch die Partizipation von Migranten beim Aufbau der Gemeinewebsites wird im Projekt conTAKT-net.ch dieser Anforderung besonders Rechnung getragen. Wichtig ist auch, dass nützliche Internetadressen für Migranten in den Gemeinden z.B. über Bibliotheken, Schulen, Ärzte usw. bekannt gemacht werden (z.B. mittels Flyer).</p>

Factsheet: Hintergründe zur Studie des IPMZ

Studie	<p>«Internet, Mediennutzung und Informationsbedürfnisse von Migranten» Forschungsbericht von Prof. Dr. Heinz Bonfadelli und lic. phil. Sara Signer des IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich vom Januar 2008.</p>
Ausgangslage	<p>Es lagen in der Schweiz keine aktuellen Daten zur Mediennutzung insbesondere zur Internetnutzung von Migranten vor.</p>
Zielsetzung der Studie	<p>Daten zur Mediennutzung und den Informationsbedürfnisse von Migranten in der Schweiz erheben und nutzbar machen.</p>
Zeitpunkt	<p>Datenerhebung: Sommer und Herbst 2007.</p>
Grundgesamtheit und Stichprobe	<p>Forschungsdesign</p> <p>Die Grundgesamtheit umfasst alle Migranten, welche in der Schweiz wohnhaft sind.</p> <p>Die Stichprobe hat sich über Ausländer- und Migrantenvereine im Schneeballsystem selbst rekrutiert. Altersmässig ist die rekrutierte Stichprobe ausgeglichen und nach Nationalitäten gut variiert. Frauen sind leicht und die überdurchschnittlich Gebildeten stark übervertreten.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Deutschschweiz: Es wurden 118 E-Mails und 314 Briefe mit dem Fragebogen versendet. - Realisiertes Sample: Deutschschweiz 362 auswertbare Fragebogen - Französische Schweiz: Es wurden 179 E-Mails und 21 Briefe mit dem Fragebogen versendet. - Realisiertes Sample: Französische Schweiz 61 auswertbare Fragebogen.
Methodik	<p>Online-Befragung ergänzt durch Papierversion des Fragebogens</p> <p>Befragt wurden total 423 Migranten in der Deutsch- und Westschweiz mittels einer standardisierten Online-Befragung ergänzt durch eine Papierversion des Fragebogens mit einem Anteil von 15%. In der Befragung wurden einerseits die persönlichen Verhaltensweisen und Einschätzungen der Migranten direkt ergründet aber auch ihre Einschätzung darüber, wie sich ihr soziales Umfeld zu diesen Fragen stellt.</p> <p>Gruppendiskussion</p> <p>Zudem wurden an 5 Orten in der Deutschschweiz insgesamt 12 Leitfadengespräche mit Fokusgruppen durchgeführt, an denen Migranten mit unterschiedlicher Herkunft teilnahmen.</p> <p>Leider konnte in der Westschweiz kein Gruppengespräch realisiert werden.</p>
Weitere Ergebnisse der Studie	<p>Der Forschungsbericht gibt Auskunft</p> <p>Im umfassenden Forschungsbericht finden Sie die Detailausführungen zum Forschungsdesign der Studie und zu den Ergebnissen. Zusätzlich ist der Fragebogen und der Leitfaden für die Gruppendiskussionen enthalten. Interessant erscheinen uns zum Beispiel folgende Punkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Theoretische Perspektiven: Funktionen und Leistungen der Medien bezüglich Integration. - Integration in der Schweiz: Wie fühlen sich Migranten in der Schweiz integriert, Sprachkenntnisse der Migranten, wie werden Migranten in den Schweizer Medien dargestellt, helfen Medien in der Integration. - Ergebnisse der Gruppendiskussionen: Immigrationsgründe, was Integration bedeutet, welche Informationsbedürfnisse es gibt, wie die Informationen und Kontakte zum Heimatland laufen, Integrationsfunktionen der Massenmedien.