

Barbara Held

# Die Hispanische Presse in Kalifornien 1955 – 1985

Ethnische Medien als Spiegel und Motor  
im Assimilationsprozeß US-amerikanischer Minderheiten

---

LIT

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	5
<b>EINLEITUNG</b> .....	11
<b>1 Die Fragestellung: Hispanos - ein Sonderfall?</b> .....	11
<b>2 Die Untersuchung: Ethnische Presse - Spiegel und Motor</b> .....	19
<b>3 Begriffsklärungen</b> .....	24
3.1 Begriffsklärungen I: Wer sind die <i>Hispanos, Chicanos</i> etc.? .....	24
3.1.1 Demographische Annäherung: Der US-Census und die Hispanos. 24	
3.1.2 <i>Hispanic, Latino, Chicano</i> - Ethnische Minderheit oder Minderheiten? .....	27
3.1.3 Assimilation versus Pluralismus - Wohin gehen die Hispanos?.....	34
3.2 Begriffsklärungen II: Die hispanische Presse .....	46
3.2.1 Immigrantenpresse, ethnische Presse oder fremdsprachige Presse?46	
3.2.2 Funktionen ethnischer Presse .....	48
<b>4 Zum Forschungsstand</b> .....	53
4.1.1 Institutionen: <i>Chicano Studies, Ethnic Studies</i> .....	53
4.1.2 Forschungen zur Pressegeschichte .....	56
4.1.3 Empirische Sozialforschung.....	58
<b>TEIL I DIE KOMMUNIKATOREN: KAMPF UMS ÜBERLEBEN</b> .....	61
<b>1 Entwicklung des Angebots: Hispanische Presse im Überblick</b> .....	61
1.1 Wachstumsraten und Mortalität.....	62
1.2 Publikationstypen, -formate und -frequenzen.....	65
1.3 Verlagstypen und ethnische Identifikation .....	72
1.4 Finanzielle Grundlagen: Auflagen und Anzeigenmarkt.....	78
1.5 Sprachpräferenzen .....	87
1.6 Vertriebsgebiet und Zielpublikum .....	92
<b>2 Kommerzielle Verlage: Presse für den Markt</b> .....	95
2.1 Tageszeitungen .....	95
2.1.1 64 Jahre in Familienbesitz - <i>La Opinión</i> .....	96
2.1.2 Der Konzern: <i>Noticias del Mundo</i> von der Mun-Sekte.....	103
2.2 Wochenzeitungen .....	107
2.2.1 Ein-/Zwei-Personen-Betriebe .....	111
2.2.1.1 Ideologie und Geschäft: <i>El Bohemio</i> .....	111
2.2.1.2 Die Zeitung als Nebenprodukt: <i>El Independiente</i> .....	113
2.2.1.3 Profit ohne Vertrieb: <i>La Prensa de Los Angeles</i> .....	114

2.2.2	Marktorientierte Kleinunternehmen .....	116
2.2.2.1	Zukunftsorientiert: <i>La Prensa (de San Francisco)</i> .....	116
2.2.2.2	Mit Fremdkapital: <i>Tiempo Latino</i> .....	118
2.2.3	Zeitungsketten in den Metropolen und Städten .....	120
2.2.3.1	Multiethisch engagiert: <i>El Mundo</i> aus der <i>Post Group</i> ....	121
2.2.3.2	Beständigkeit durch Wandel: Die <i>Northeast Los Angeles Publishing Co.</i> .....	126
2.3	Publikumszeitschriften .....	130
2.3.1	Produkte für die Region.....	132
2.3.1.1	Magazine zu Gesellschaft, Unterhaltung und Medien .....	132
2.3.1.2	Szene um <i>barrio: low rider</i> und <i>zoot suits</i> .....	136
2.3.2	Auf der Suche nach dem nationalen Markt.....	138
2.3.2.1	<i>General interest:</i> Von der Familienzeitschrift zur Wochenendbeilage .....	138
2.3.2.2	<i>Special Interest:</i> Verlage aus Florida und New York.....	141
2.3.2.3	<i>Special Interest:</i> Kalifornische Gründungen ( <i>Hispanic Business, Latina Magazine</i> ) .....	144
3	<b>Die Gesinnungspresse - Im Umfeld des Chicano Movement</b> .....	149
3.1	<i>Chicano Press</i> zwischen Campus und <i>barrio</i> .....	152
3.1.1	Mit dem Zeitgeist vergangen: <i>La Raza</i> .....	158
3.1.2	Eine Institution auf dem Campus: <i>La Gente</i> .....	163
3.1.3	Eine Institution im <i>barrio: El Tecolote</i> .....	165
3.2	<i>Chicano journals</i> zu Kultur und Wissenschaft .....	170
3.3	<i>Chicano</i> -Zeitschriften auf dem Weg in den Markt .....	173
3.3.1	<i>La Luz</i> - Das Vorbild aus Denver.....	173
3.3.2	Gescheitert: Das Projekt <i>Caminos</i> .....	175
3.4	<i>Newsletters:</i> Kommunikation in und aus Organisationen .....	177
4	<b>Fazit: Strukturwandel als Überlebensprinzip</b> .....	180
<b>TEIL II DIE BOTSCHAFT:</b>		
<b>INTEGRATION VERSUS ETHNISCHES BEHARREN</b> .....		
185		
1	<b>Zum Design</b> .....	186
1.1	Die Stichproben.....	186
1.2	Die Kategorien: Indikatoren für Integration und ethnisches Beharren ..	187
2	<b>TITEL-Analyse: Ethnische Orientungszeichen für den Markt</b> .....	190
2.1	Hispanische Identifikationen im Titel.....	190
2.2	Geographische Perspektiven.....	194

<b>3</b>	<b>ARTIKEL-Analyse: Integrationsphasen im Spiegel der Presse</b> .....	198
3.1	Journalistische Absicht und potentielle Wirkung .....	198
3.2	Ethnisches Bewußtsein zwischen Heimatland und lokaler <i>Community</i> .....	206
3.3	Pluralität der Generationen - Vielfalt der Zeitungstypen .....	219
<b>4</b>	<b>Publizistische Positionierungen im Wandel der Zeit</b> .....	220
4.1	Gefährdete Stabilität - Die "Langlebigen" .....	221
4.1.1	<i>La Opinión</i> : Vom Internationalen zum Regionalen .....	221
4.1.2	<i>Belvedere Citizen</i> : Chronist des <i>barrios</i> .....	227
4.1.3	<i>El Mundo</i> / Oakland: Ein Vorläufer des <i>Chicano Movement</i> .....	232
4.1.4	<i>El Bohemio</i> : Vom Mächtigen-Playboy zum Lokalblatt .....	235
4.2	Institutionalisierter Zeitgeist - Die Ideologischen .....	238
4.2.1	<i>La Raza</i> : Aktionsjournalismus im Lokalen .....	238
4.2.2	<i>La Gente</i> : Aus dem Brennpunkt des <i>Chicano Movement</i> .....	241
4.2.3	<i>El Tecolote</i> : Mit Fidel Castro im <i>barrio</i> .....	243
4.3	Mit dem Zeitgeist auf den Markt - Die "Professionellen" .....	245
4.3.1	<i>Caminos</i> : Zwischen Konsum, Karriere und Politik .....	245
4.3.2	<i>Latina Magazine</i> : Für die emanzipierte <i>Latina</i> .....	247
4.3.3	<i>Hispanic Business</i> : Facts, facts, facts .....	248
4.4	Geschäft mit der Nachricht - Neueinwanderer als Zielpublikum .....	249
4.4.1	<i>Noticias del Mundo</i> : Balanceakt zwischen Nationalitäten .....	249
4.4.2	<i>Tiempo Latino</i> : Eine Lokalzeitung im Werden .....	251
4.4.3	<i>La Prensa (de San Francisco)</i> : Wöchentlicher Boulevard .....	253
<b>5</b>	<b>Fazit: Redaktionelle Inhalte und publizistischer Erfolg</b> .....	254

### **TEIL III DIE (POTENTIELLEN) REZIPIENTEN: HISPANOS IN KALIFORNIEN** .....

<b>1</b>	<b>Funktionale Assimilation: Demographische Entwicklung und politische Partizipation</b> .....	259
1.1	Immigration und Migration .....	259
1.1.1	Die Immigration: Bedingungen und Folgen .....	259
1.1.2	Hispanische Minoritäten in den USA: Wachstum und Verteilung .....	265
1.2	Soziale Mobilität: Vom <i>Webback</i> zum <i>Hispanic consumer</i> .....	274
1.2.1	Einkommen und Beruf: Aufstieg über Generationen .....	274
1.2.2	Bildung: Fortschritte der jungen Generationen .....	282
1.2.3	Altersverteilung und Familienstruktur .....	287
1.2.4	Wege aus dem <i>barrio</i> : Wohnortwahl und Heirat .....	289
1.3	Politische Partizipation .....	291
1.3.1	Organisierte Interessenvertretungen: LULAC, MALDEF und andere .....	291

1.3.2	Hispanos auf den Straßen: Das Umfeld des <i>Chicano Movement</i> ..	296
1.3.3	Klimawandel: Gesetzgebung, staatliche Institutionen und Programme .....	300
1.3.4	Passive und aktive Wahlbeteiligung .....	303
<b>2</b>	<b>Kulturelle Assimilation: Werte, Sprache und Mediennutzung</b> .....	<b>308</b>
2.1	Wertewandel: Zum Selbstbild der Hispanos.....	308
2.1.1	Hispanos und die angloamerikanische Umwelt.....	308
2.1.2	Religiosität und Kirche.....	313
2.1.3	Frauen, Familie und Gemeinschaft.....	315
2.1.4	Beziehungen zum Herkunftsland.....	317
2.2	Sprache: Spanisch - Englisch - Bilingual .....	319
2.3	Mediennutzung: Hispanos als Publikum .....	322
2.3.1	Elektronische Medien versus Presse .....	322
2.3.2	Spanischsprachige versus englischsprachige Medien.....	326
2.3.3	Glaubwürdigkeit der Medien.....	329
2.3.4	Bevorzugte Themen und Informationsquellen .....	332
<b>3</b>	<b>Fazit: Fluktuation in den <i>barrios</i></b> .....	<b>333</b>
<b>ZUSAMMENFASSUNG</b> .....		<b>337</b>
<b>1</b>	<b>Eine kleine Presse für ein großes Publikum</b> .....	<b>337</b>
<b>2</b>	<b>Hispanos, ein schwieriges Publikum</b> .....	<b>339</b>
<b>3</b>	<b>Funktionen im Wandel</b> .....	<b>340</b>
<b>4</b>	<b>Hispanische Minderheit oder Minderheiten?</b> .....	<b>343</b>
<b>Literatur</b> .....		<b>345</b>
<b>Verzeichnis der Schaubilder</b> .....		<b>371</b>
<b>Index der hispanischen Publikationen</b> .....		<b>375</b>
<b>ANHANG (mit Interviewpartnern und Tabellen)</b> .....		<b>379</b>
	Verzeichnis der Tabellen im Anhang .....	381
	Tabellen .....	383
	Verzeichnis der Interviewpartner .....	407