

Barbara Held

Die Hispanische Presse in Kalifornien 1955 – 1985

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

LIT

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
EINLEITUNG	11
1 Die Fragestellung: Hispanos - ein Sonderfall?	11
2 Die Untersuchung: Ethnische Presse - Spiegel und Motor	19
3 Begriffsklärungen	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
4 Zum Forschungsstand	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
TEIL I DIE KOMMUNIKATOREN: KAMPF UMS ÜBERLEBEN	61
1 Entwicklung des Angebots: Hispanische Presse im Überblick	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
2 Kommerzielle Verlage: Presse für den Markt	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	Die Gesinnungspresse - Im Umfeld des Chicano Movement	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	Fazit: Strukturwandel als Überlebensprinzip	180
TEIL II DIE BOTSCHAFT:		
INTEGRATION VERSUS ETHNISCHES BEHARREN		
185		
1	Zum Design	186
1.1	Die Stichproben.....	186
1.2	Die Kategorien: Indikatoren für Integration und ethnisches Beharren ..	187
2	TITEL-Analyse: Ethnische Orientungszeichen für den Markt	190
2.1	Hispanische Identifikationen im Titel.....	190
2.2	Geographische Perspektiven.....	194

3	ARTIKEL-Analyse: Integrationsphasen im Spiegel der Presse	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
4	Publizistische Positionierungen im Wandel der Zeit	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
5	Fazit: Redaktionelle Inhalte und publizistischer Erfolg	254

TEIL III DIE (POTENTIELLEN) REZIPIENTEN: HISPANOS IN KALIFORNIEN

1	Funktionale Assimilation: Demographische Entwicklung und politische Partizipation	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
2	Kulturelle Assimilation: Werte, Sprache und Mediennutzung	308
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
3	Fazit: Fluktuation in den <i>barrios</i>	333
ZUSAMMENFASSUNG		337
1	Eine kleine Presse für ein großes Publikum	337
2	Hispanos, ein schwieriges Publikum	339
3	Funktionen im Wandel	340
4	Hispanische Minderheit oder Minderheiten?	343
Literatur		345
Verzeichnis der Schaubilder		371
Index der hispanischen Publikationen		375
ANHANG (mit Interviewpartnern und Tabellen).....		379
	Verzeichnis der Tabellen im Anhang	381
	Tabellen	383
	Verzeichnis der Interviewpartner	407