



Andreas Hepp · Cigdem Bozdogan · Laura Suna

Mediale Migranten





Medien – Kultur – Kommunikation

Herausgegeben von
Andreas Hepp
Friedrich Krotz
Waldemar Vogelgesang

Kulturen sind heute nicht mehr jenseits von Medien vorstellbar: Ob wir an unsere eigene Kultur oder ‚fremde‘ Kulturen denken, diese sind umfassend mit Prozessen der Medienkommunikation durchdrungen. Doch welchem Wandel sind Kulturen damit ausgesetzt? In welcher Beziehung stehen verschiedene Medien wie Film, Fernsehen, das Internet oder die Mobilkommunikation zu unterschiedlichen kulturellen Formen? Wie verändert sich Alltag unter dem Einfluss einer zunehmend globalisierten Medienkommunikation? Welche Medienkompetenzen sind notwendig, um sich in Gesellschaften zurecht zu finden, die von Medien durchdrungen sind? Es sind solche auf medialen und kulturellen Wandel und damit verbundene Herausforderungen und Konflikte bezogene Fragen, mit denen sich die Bände der Reihe „Medien – Kultur – Kommunikation“ auseinander setzen wollen. Dieses Themenfeld überschreitet dabei die Grenzen verschiedener sozial- und kulturwissenschaftlicher Disziplinen wie der Kommunikations- und Medienwissenschaft, der Soziologie, der Politikwissenschaft, der Anthropologie und der Sprach- und Literaturwissenschaften. Die verschiedenen Bände der Reihe zielen darauf, ausgehend von unterschiedlichen theoretischen und empirischen Zugängen das komplexe Interdependenzverhältnis von Medien, Kultur und Kommunikation in einer breiten sozialwissenschaftlichen Perspektive zu fassen. Dabei soll die Reihe sowohl aktuelle Forschungen als auch Überblicksdarstellungen in diesem Bereich zugänglich machen.



Andreas Hepp · Cigdem Bozdog
Laura Suna

Mediale Migranten

Mediatisierung und
die kommunikative
Vernetzung der Diaspora





Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage 2011

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2011

Lektorat: Barbara Emig-Roller | Eva Brechtel-Wahl

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist eine Marke von Springer Fachmedien.
Springer Fachmedien ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Umschlagbild: Veit Mette

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Ten Brink, Meppel

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-531-17314-6



Inhalt

| | | |
|-----|--|----|
| 1 | Einleitung | 7 |
| 1.1 | Mediale Migranten, Mediatisierung und kulturelle Identität | 8 |
| 1.2 | Das methodische Vorgehen | 14 |
| 1.3 | Über dieses Buch | 20 |

Teil 1: Analyserahmen

| | | |
|-----|--|----|
| 2 | Migration, Medien und Diaspora | 27 |
| 2.1 | Migration als Phänomen | 28 |
| 2.2 | Marokkanische, russische und türkische Diaspora in Deutschland | 32 |
| 2.3 | Die kommunikative Vernetzung medialer Migranten | 44 |
| 3 | Von der Mediennutzung zur Medienaneignungstypologie | 49 |
| 3.1 | Mediennutzung, Medienumgebung und Medienrepertoire | 50 |
| 3.2 | Nutzertypologien in der Forschung zu Medien und Migration | 61 |
| 3.3 | Mediale Migranten als Herkunfts-, Ethno- und Weltorientierte | 64 |

Teil 2: Aneignungskontexte

| | | |
|-----|--|-----|
| 4 | Bildung und Sprache als mediatisierte Vernetzungschancen | 75 |
| 4.1 | Bildung zwischen Migration, Familie und Beruf | 77 |
| 4.2 | Sprachkompetenz und alltagsweltlicher Sprachgebrauch | 85 |
| 4.3 | Mediatisierte Vernetzungschancen | 101 |
| 5 | Lokalitäten als materielle Aspekte kommunikativer Vernetzung | 103 |
| 5.1 | Die häusliche Welt | 108 |
| 5.2 | Das Anderswo | 113 |
| 5.3 | Das Irgendwo | 118 |

| | | |
|-----|--|-----|
| 6 | Diasporamedien als Vernetzungsfokus..... | 123 |
| 6.1 | Diasporamedien in der migrantischen Alltagswelt..... | 126 |
| 6.2 | Praktiken der Aneignung von Diasporamedien..... | 129 |
| 6.3 | Diasporamedien im Kontext von Handlungsfeldern..... | 144 |

Teil 3: Aneignungstypen

| | | |
|------|--|-----|
| 7 | Herkunftsorientierte..... | 151 |
| 7.1 | Die Heimat mitnehmen..... | 153 |
| 7.2 | Medien als Brücken..... | 163 |
| 7.3 | Die mediatisierte Herkunft..... | 176 |
| 8 | Ethnoorientierte..... | 181 |
| 8.1 | Sich im Dazwischen positionieren..... | 183 |
| 8.2 | Medien als bikulturelle Aushandlungsräume..... | 192 |
| 8.3 | Die mediatisierte Ethnizität..... | 210 |
| 9 | Weltorientierte..... | 213 |
| 9.1 | Jenseits der Nation..... | 215 |
| 9.2 | Transkulturelle digitale Medienwelten..... | 222 |
| 9.3 | Die mediatisierte Transkulturalität..... | 236 |
| 10 | Mediale Migranten..... | 239 |
| 10.1 | Mediatisierung der Diaspora..... | 239 |
| 10.2 | Möglichkeiten kommunikativer Vernetzung..... | 242 |
| 10.3 | Kommunikative Integration anders denken..... | 248 |
| 11 | Anhang..... | 253 |
| 11.1 | Interviewpartnerinnen und -partner..... | 253 |
| 11.2 | Wichtigste genutzte Diaspora- und Herkunftsmedien..... | 261 |
| 11.3 | Analysekategorien..... | 268 |
| | Literatur..... | 271 |
| | Sachregister..... | 285 |

1 Einleitung

Vielleicht wird 2010 als ein Jahr in die deutsche Geschichte eingehen, in dem Fragen der Migration wieder auf neue Weise entbrannt sind. In diesem Jahr erschien Thilo Sarazzins Buch „Deutschland schafft sich ab“, in dem er seine ausländerkritischen Thesen zur Einwanderung in Deutschland pointierte. Es war das Jahr, in dem Christian Wulf als deutscher Bundespräsident während der offiziellen Feiern zum Tag der Deutschen Einheit äußerte, „der Islam gehört inzwischen auch zu Deutschland“. Kurz danach polemisierte die Bundeskanzlerin Angela Merkel bei einer CDU-Regionalkonferenz am 15. Oktober in Berlin gegen das „Multikulti-Eiapopeia“. Und einen Tag später spitzte sie dies beim Deutschland-Tag der Jungen Union in Potsdam weiter zu, indem sie die Bemühungen um den Aufbau einer Multikulti-Gesellschaft vor dem Hintergrund einer „deutschen Leitkultur“ als „absolut gescheitert“ erklärte.

Man kann solche Äußerungen als Indiz dafür begreifen, dass sich im deutschen Politikbetrieb die Diskussion um die „Einwanderungsgesellschaft Deutschland“ zuspitzt. Hierbei wird die Widersprüchlichkeit der „konservativen Positionen“ deutlich: Auf der einen Seite entspricht die Ablehnung von „Multikulti“ dem *kultur*konservativen Wunsch nach einer „deutschen Leitkultur“. Auf der anderen Seite steht die Forderung von einer „geordneten Einwanderung Hochqualifizierter“ für die *wirtschafts*konservative Idee, eine nationale Ökonomie in Zeiten fortschreitender Globalisierung „konkurrenzfähig“ zu halten. Medien werden als der Raum begriffen, in dem nicht nur eine öffentliche Debatte hierüber ausgetragen wird, sondern der auch in eine „deutsche Leitkultur“ integrieren sollen.

Aber auch ganz andere Blickwinkel werden in den Medien greifbar. In der taz etwa erschien 2010 eine Artikelserie zum Thema „Erfolgreiche Migranten“. Diese positioniert sich gegen die öffentliche Diskussion „über gescheiterte Migranten und deren Abkapselung in Parallelwelten“. Dargestellt werden in Reportagen ausgewählte Biografien von Migrantinnen und Migranten, die in Deutschland Fuß gefasst und das öffentliche Leben mitgeprägt haben. Dabei geht es nicht nur um Personen mit türkischem Migrationshintergrund. Vorgestellt werden die Costa-Ricanerin Lorelly Bustos Córdoba, die in Hamburg einen Kindergarten leitet, Vietnamesen in Leipzig, die als ehemalige Vertragsarbeiter der DDR im Zentrum der gesamtdeutschen Gesellschaft angekommen sind, Ali Aslan, der im Innenministerium arbeitet, der argentinische Maler Juan Arata, die in Syrien geborene Lina Ganama, die arabische Frauen und Familien unterstützt

sowie die polnischstämmige Agnes Malczak, die heute Mitglied des Bundestags ist. In einem solchen Rahmen sind auch die Aktivitäten der „Deuken“ (<http://www.deukischegeneration.de>) zu sehen, ein Verein mit dem Ziel der Vertretung der Interessen und Belange von türkischstämmigen Jugendlichen in Deutschland. „Deukisch“ steht hierbei als wörtliche Zusammensetzung von Deutsch und Türkisch für das Lebensgefühl der bikulturell und bilingual aufgewachsenen Jugendlichen.

Solche Beispiele zeigen: Migration in Deutschland ist wesentlich vielschichtiger, als manche Debatte dies nahelegt. Deutschland wandelt sich nachhaltig, u. a. getragen von Migration. Vorstellungen einer nationalkulturell homogenen Gesellschaft – dominiert durch einheitliche religiöse und ethnische Wertsetzungen – treffen immer weniger die Komplexität und Widersprüchlichkeit des aktuellen Lebens. Doch was kennzeichnet die Identitäten der Migrantinnen und Migranten in Deutschland? Welchen Stellenwert hat Medienkommunikation für deren Artikulation? Helfen Medien, dass sie sich in Deutschland „besser integrieren“? Ermöglicht dieses ein besseres „empowerment“ von Personen mit Migrationshintergrund? Oder fördert es – gegenteilig – einen „digital divide“?

Es sind Fragen wie diese, die den Ausgangspunkt des vorliegenden Buchs bilden. Unsere Antworten basieren auf einer mehrjährigen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung. Sie beruhen einerseits auf einer Betrachtung verschiedener internationaler Studien der letzten Jahre, die im Themenfeld Medien und Migration realisiert wurden. Andererseits haben wir mit 100 Personen mit marokkanischen, russischen und türkischen Migrationshintergrund Interviews geführt, sie gebeten, uns ihre Kommunikationsnetzwerke aufzuzeichnen, Tagebücher über ihre Mediennutzung zu führen und uns ihre Mediennutzungsorte zu zeigen. Bevor wir aber näher auf das methodische Vorgehen eingehen, einleitend einige Anmerkungen dazu, was den Blick, den wir in diesem Buch auf Medien und Migration werfen, auszeichnet.

1.1 *Mediale Migranten, Mediatisierung und kulturelle Identität*

Der grundlegende Begriff, entlang dessen wir unsere Analysen entwickeln, ist der des *medialen Migranten*. Dieser wurde von uns bewusst quer zu Konzepten entwickelt, die gegenwärtig in der wissenschaftlichen Diskussion verbreitet sind. Wir wollen mit dieser Bezeichnung pointiert deutlich machen, was im Zentrum dieses Buchs steht: dass die Medienaneignung konstitutiv für das Leben kultureller Identitäten von Migrantinnen und Migranten in Deutschland ist.

Innerhalb der Kulturanthropologie hat es sich eingebürgert, von „Postmigranten“ zu sprechen. Dieser Ausdruck soll problematisieren, dass mit dem Begriff „Migrant“ Zuschreibungen und Positionierungen verbunden sind, die sich nicht mit der Eigenperspektive dieser Personen decken, wenn sie der zweiten oder dritten Migrationsgeneration entstammen. Während wir einem solchen Anliegen vollkommen zustimmen, halten wir dennoch am Begriff des „medialen Migranten“ fest: Wie das Leben anderer Mitteleuropäer auch ist das von Personen mit Migrationshintergrund geprägt durch eine umfassende Durchdringung der Alltagswelten mit Medien. Im Austausch von Briefen und E-Mails, in Telefonaten und Chats entwickeln Menschen mit Migrationshintergrund ein geteiltes Selbstverständnis. Das, was sie als ihre Herkunft konstruieren, ist u. a. geprägt von Medienbildern. Die dortigen Lebensorte ihrer Familie kennen sie einerseits dank Besuchen in den Ferien. Andererseits halten sie mittels Telefon, E-Mail und Skype Kontakt zu Familienangehörigen. Ebenso sind sie in ihrer Alltagswelt kontinuierlich damit konfrontiert, dass ihnen von außen ein Migrationsstatus zugewiesen wird – wiederum in Teilen geprägt von Medienbildern. Entsprechend können wir die von uns interviewten Menschen insgesamt als *mediale Migranten* beschreiben, wenn wir verdeutlichen wollen, dass die migrantischen Momente ihres Lebens gerade *auch* durch Medienaneignung vermittelt sind. Mit solchen migrantischen Momenten sind dabei auch Personen der zweiten und dritten Migrationsgeneration konfrontiert.

Hiermit verweist der Begriff des medialen Migranten auf eine breitere kommunikations- und medienwissenschaftliche Diskussion, nämlich die um *Mediatisierung* (Krotz 2007; Lundby 2009b; Hartmann/Hepp 2010). Greift man die Überlegungen von Friedrich Krotz (2007) auf, bezeichnet Mediatisierung – ähnlich wie Globalisierung, Individualisierung oder Ökonomisierung – einen Metaprozess des sozialen Wandels. Solche Metaprozesse bieten uns einen übergeordneten Interpretationsrahmen, um die unterschiedlichen Phänomene der aktuellen Veränderung in einem Gesamtinterpretationsraster zu fassen. Hierbei lassen sich zwei Aspekte von Mediatisierung unterscheiden, nämlich quantitative und qualitative (Hepp 2010).

Vereinfacht gesagt sind die *quantitativen Aspekte von Mediatisierung* mit dem Wort „mehr“ bezeichnet. Grundlegend ist offensichtlich, dass über die Menschheitsgeschichte die bloße Zahl der uns verfügbaren technischen Kommunikationsmedien zugenommen hat. Differenzierter formuliert können wir Mediatisierung als einen fortlaufenden Prozess der Verbreitung von technischen Kommunikationsmedien in (a) zeitlicher, (b) räumlicher und (c) sozialer Hinsicht begreifen.

In zeitlicher Hinsicht wird eine ansteigende Zahl von technischen Medien immer andauernder verfügbar. Beispielsweise hat das Fernsehen keinen Sende-

schluss mehr, sondern ist ein fortdauernder, nicht endender Fluss technisch vermittelter Kommunikation. In räumlicher Hinsicht kann man sagen, dass Medien zunehmend an verschiedenen Lokalitäten präsent (bzw. an deren Konstruktion beteiligt) sind. Immer mehr „Orte“ werden zu „Medienorten“, wie auch bei der Bewegung zwischen diesen Orten Medien verfügbar werden. Das Telefon zum Beispiel ist nicht mehr nur eine Medientechnologie, die auf bestimmte Orte der Kommunikation bezogen ist, sei es das Büro, die häusliche Welt oder eine öffentliche Telefonzelle. Als personalisiertes Mobiltelefon wird es über die verschiedensten Lokalitäten hinweg zugänglich. Diese Beispiele beziehen sich schon in Teilen auf die soziale Dimension von Mediatisierung. Mehr und mehr soziale Kontexte sind durch Mediengebrauch gekennzeichnet. Um hier weitere Beispiele zu nennen: Computernutzung kennzeichnet nicht mehr länger nur Arbeitskontexte. Vielmehr erstreckt sich das Mailen, Surfen oder Computerspielen über die verschiedenen sozialen Sphären des Privaten und Öffentlichen, der Arbeitszeit und der Freizeit usw.

Reflektiert man diese drei Momente des quantitativen Aspekts von Mediatisierung insgesamt, so wird deutlich, dass es nicht nur um ein „Mehr“ geht, sondern darum, wie die Verbreitung von technischen Medien mit dem Wandel der Lebensbereiche von Menschen gekoppelt ist. Wie ändert sich die Alltagswelt von Migrantinnen und Migranten, wenn sie in einer zunehmend von Medien durchdrungenen Welt leben? Diese Frage hebt auf die *qualitativen Aspekte von Mediatisierung* ab.

In qualitativer Hinsicht erscheint es aber nicht sinnvoll, einem einzelnen Medium eine einfache Medienlogik zu unterstellen. Die Verbreitung des Fernsehens hat keine eindimensionale, kontextfreie Folge. Und das Internet geht nicht geradlinig mit einer Demokratisierung einher. Welche Prägkräfte Medien in einzelnen soziokulturellen Feldern entwickeln, hängt von komplexen Wechselbeziehungen ab. Insofern verweist der Begriff der Mediatisierung auf einen *bestimmten Ansatz der empirischen Forschung zum Wechselverhältnis von Medienwandel und soziokulturellem Wandel*, nicht auf eine in sich geschlossene Medienwirkungstheorie. Es ist dieser Zugang der Mediatisierungsforschung, in dem wir uns Fragen zu Medien und Migration annähern wollen.

Hierfür ist für uns das Konzept der *Konnektivität* bzw. der *kommunikativen Vernetzung* ein wichtiges Hilfsmittel. Der Ausdruck Konnektivität fasst allgemein das Herstellen von kommunikativen Beziehungen oder Verbindungen, die einen sehr unterschiedlichen Charakter haben können. Diese Relevanz von Konnektivität wird deutlich, wenn man eine von John B. Thompson (1995: 85) vorgenommene Unterscheidung dreier Typen von Kommunikation aufgreift (siehe unten stehende Tabelle).

Tabelle 1: Typen von Kommunikation als Interaktion

| | Face-to-Face-Interaktion | Mediatisierte Interaktion | Mediatisierte Quasi-Interaktion |
|--------------------------------|---|--|--|
| Raum/Zeit-Konstitution | Kontext der Kopräsenz; geteiltes räumliches/zeitliches Referenzsystem | Separation von Kontexten; erweiterte Verfügbarkeit von Raum/Zeit | Separation von Kontexten; erweiterte Verfügbarkeit von Raum/Zeit |
| Bandbreite symbolischer Mittel | Vielheit von symbolischen Mitteln | Einengung von symbolischen Mitteln | Einengung von symbolischen Mitteln |
| Handlungsorientierung | Orientiert auf bestimmte Andere | Orientiert auf bestimmte Andere | Orientiert auf ein unbestimmtes Potenzial von Adressaten |
| Kommunikationsmodus | Dialog | Dialog | Monolog |
| Konnektivität | Lokal | Translokal adressiert | Translokal offen |

Quelle: Erweitert nach Thompson 1995: 85

Dies ist erstens Face-to-Face-Interaktion, also das direkte Gespräch mit anderen Menschen. Zweitens ist das die mediatisierte Interaktion, d. h. die technisch vermittelte personale Kommunikation mit anderen Menschen (beispielsweise mittels eines Telefons). Schließlich ist drittens mediatisierte Quasi-Interaktion zu nennen. Hiermit wird der Bereich der Medienkommunikation bezeichnet, den klassischerweise das Konzept der Massenkommunikation oder der öffentlichen Kommunikation fasst.

Bemerkenswert ist, welche Aspekte Thompson (1995: 82-87) im Detail herausarbeitet. Während die *Face-to-Face-Interaktion* in einem Kontext der Kopräsenz mit einem geteilten raum-zeitlichen Referenzsystem stattfindet und diese Kommunikation so etwas wie eine lokale Konnektivität schafft, besteht diesbezüglich bei der translokalen Konnektivität *mediatisierter Interaktion* eine Differenz: Durch den Gebrauch technischer Medien agieren die Beteiligten der mediatisierten Interaktion in Kontexten, die räumlich und/oder zeitlich unterschiedlich sind. Sie teilen entsprechend kein Referenzsystem im obigen Sinne. Insgesamt geht der Gewinn einer solchen translokalen kommunikativen Konnektivität mit einem Verlust an symbolischen Mitteln einher, entlang derer die Kommunikation erfolgt bzw. erfolgen kann. Indem die translokale Konnektivität der mediatisierten Interaktion auf bestimmte Interaktionspartner bezogen bleibt, lässt sie sich als translokal adressierte Konnektivität bezeichnen.

Bei der *mediatisierten Quasi-Interaktion* liegt ein zusätzlicher Aspekt von Konnektivität vor. Auch hier ist diese zuerst einmal translokal, indem mittels technischer Medien Kommunikation aus ihren lokalen Kontexten entbettet wird. Im Gegensatz zur mediatisierten Interaktion wie zur Face-to-Face-Interaktion ist die mediatisierte Quasi-Interaktion aber auf ein unbestimmtes Potenzial von Anderen gerichtet. Entsprechend muss die Konnektivität, die durch sie hergestellt wird, anders gefasst werden – nämlich als eine translokal offene Konnektivität, d. h. als ein Kommunikationsgefüge mit entsprechend unscharfen Rändern. Der damit verbundene Konnektivitätsgewinn – die Möglichkeit von kommunikativen Verbindungen zu nicht weiter spezifizierten Anderen – geht wiederum mit einem Verlust einher, dem Verlust einer dialogischen Kommunikationsbeziehung zu Gunsten einer monologischen.

In einem solchen Gesamtrahmen sind auch die vielfältigen Kommunikationsbeziehungen von medialen Migranten zu sehen: *Mit der fortschreitenden Mediatisierung stehen diese in einem komplexen Gefüge von Face-to-Face-Interaktion, mediatisierter Interaktion und mediatisierter Quasi-Interaktion. Insbesondere die beiden letztgenannten Kommunikationsformen haben eine hohe Relevanz für Migrantinnen und Migranten, weil sie ein translokales Erstrecken von Kommunikationsnetzwerken über den aktuellen Lebensort hinaus ermöglichen. Auf diese Weise kann die Migrationsgemeinschaft ‚zusammengehalten‘ werden.*

Bei einem näheren Blick sind die Verhältnisse aber wesentlich vielschichtiger, als sie in einer solchen ersten Annäherung erscheinen: Wir haben es mit *komplexen Kommunikationsnetzwerken* zu tun, die wir bei unserer Analyse von Medien und Migration berücksichtigen müssen. Eine Betrachtung dieser Kommunikationsnetzwerke zielt auf das Herausarbeiten mehr oder weniger dauerhafter Strukturen von Kommunikation. Hier lässt sich durchaus die ursprünglich auf soziale Netzwerke bezogene Definition Manuel Castells' auf Kommunikationsnetzwerke übertragen. Kommunikationsnetzwerke wären dann

„offene Strukturen und in der Lage, grenzenlos zu expandieren und dabei neue Knoten zu integrieren, solange diese innerhalb des Netzwerks zu kommunizieren vermögen, also solange sie die selben Kommunikationskodes besitzen [...]“ (Castells 2001: 528f.)

Strukturen von Kommunikationsnetzwerken sind nicht einfach da, sondern werden in einem fortlaufenden Kommunikationsprozess (re)artikuliert. Kommunikationsnetzwerke verweisen also stets auf Flüsse der sie konstituierenden Kommunikationspraxis. In der Vielfalt von Handlungspraxis liegt begründet, dass diese alles andere als hermetisch voneinander abgeschlossen sind, dass ein und dieselbe Person Teil verschiedener Kommunikationsnetzwerke sein kann: Eine Jugendliche mit Migrationshintergrund beispielsweise steht im Kommunikationsnetzwerk ihrer lokalen Clique (zu der, neben anderen Migrantinnen und

Migranten, auch Deutsche gehören), einem weitergehenden Kommunikationsnetzwerk der Diasporagemeinschaft, sowie dem zentrierten Kommunikationsnetzwerk einzelner Massenmedien unterschiedlicher Kommunikationsräume.

Ähnlich differenziert muss auch der Begriff von *kultureller Identität* sein, wenn wir die komplexen Identitäten medialer Migranten fassen möchten. Wir begreifen Identität nicht als etwas Statisches, sondern als einen fortlaufenden Prozess der Identifikation (Hall 1994; Krotz 2009). Diese Formulierung verweist auf zweierlei: Erstens entsteht im Sinne des symbolischen Interaktionismus Identität in der Interaktion zwischen einem „Ich“ und „der Gesellschaft“. Zweitens kann im Verständnis der Artikulationstheorie von Stuart Hall nicht die Existenz eines dauerhaften „Ichs“ oder „Subjektes“ als *essenzielles* Zentrum einer Person angenommen werden. Jedes Subjekt nimmt zu verschiedenen Zeiten und in unterschiedlichen diskursiven Kontexten andere Identitäten an. Diese lassen sich nicht um ein kontextunabhängiges „Ich“ als „Identitätskern“ vereinheitlichen.

Statt von einer Identität als einem abgeschlossenen Ding zu sprechen, erscheint es damit sinnvoller, *sich Identität als einen fortlaufenden Prozess der Artikulation zu denken, für den die kommunikative, kontextuell-situative Abgrenzung gegenüber verschiedenen Identifikationsangeboten eine grundlegende Voraussetzung ist*. Insbesondere für mediale Migranten gilt, dass die Angebote für solche Identifikationen – die Ressourcen oder Elemente der Artikulation von kultureller Identität – eine erhebliche Varianz haben. Neben der Positionierung in Relation zur (vorgestellten) Herkunft spielen Bezugnahmen zu dem, was als „Deutsch“ konstruiert wird, ebenso eine Rolle wie lokale Bezüglichkeiten. Deshalb sind speziell migrantische Identitäten als *hybrid* zu charakterisieren: Sie konstituieren sich in einer Artikulation von Identifikationselementen verschiedenartiger diskursiver Kontexte.

Wenn wir im Weiteren also von der migrantischen Identität sprechen, meinen wir damit nicht Identität in einem essenzialistischen Verständnis, sondern den Prozess einer fortlaufenden Artikulation von Elementen unterschiedlicher Diskurse im oben beschriebenen Sinne. Umgekehrt ist dies aber *nicht* damit gleichzusetzen, dass Identitäten etwas rein Situatives oder Subjektives wären. Indem sie als Artikulation auf verschiedene kulturelle Diskurse verweisen, sind sie in einem überindividuellen Zusammenhang zu sehen. Kultur ist dabei zunehmend mediatisierte Kultur, durchdrungen von verschiedensten Prozessen der Medienkommunikation. Deshalb wollen wir nicht einfach nur von Identität sprechen, sondern von *kultureller* Identität. Unsere Analysen versuchen, für mediale Migranten die musterhaften Momente ihrer Identitätsartikulation herauszu-

arbeiten. Dabei müssen wir im Blick haben, dass es nicht einfach um *eine* Kultur geht, sondern um die Überlagerung verschiedener kultureller Verdichtungen: die Herkunftskultur, die Kultur der Diaspora und die deutsche Kultur.

Entsprechend können wir den theoretischen Ausgangspunkt unserer Untersuchung folgendermaßen zusammenfassen: Im Zentrum der Studie stehen mediale *Migranten*, d. h. solche Personen mit marokkanischem, russischem oder türkischem Migrationshintergrund, für die der (vorgestellte) Migrationsstatus eine wie auch immer geartete alltagsweltliche Identitätsrelevanz hat. Wir charakterisieren diese als *mediale* Migranten, um auf den generellen Umstand zu verweisen, dass deren Leben und Identitätsartikulation in unterschiedlichen Graden mediatisiert sind. Wie sich dies genau konkretisiert, soll unsere Forschung zeigen. In dieser analysieren wir – mit Bezügen zu Fragen von Face-to-Face-Kommunikation – mediatisierte Interaktion (medienvermittelte personale Kommunikation) und mediatisierte Quasi-Interaktion (so genannte Massenkommunikation). Kennzeichnend für den Ansatz ist damit ein transmedialer Blick auf egozentrierte Kommunikationsnetzwerke in deren Gesamtheit – ein Blick, der Fernsehen, Radio und Printerzeugnisse ebenso einbezieht wie Telefon, Mobiltelefon und Internet.

1.2 Das methodische Vorgehen

Die grundlegende Frage der vorliegenden Untersuchung lautet: Wie eignen sich Personen der marokkanischen, russischen und türkischen Diaspora Medien im Hinblick auf ihre kommunikative Vernetzung und Identitätsartikulation an? Diese Fragestellung wurde in drei konkrete Forschungsziele heruntergebrochen: Erstens zielt unsere Analyse darauf, spezifische, alltagsweltlich kontextualisierte Muster der Aneignung von Medien in den untersuchten Migrationsgruppen herauszuarbeiten. Zweitens wollen wir so eine materialbasierte Theorie der kommunikativen Vernetzung und kulturellen Identitätsartikulation von medialen Migranten entwickeln, um zu einem besseren Verständnis von Vergemeinschaftung in der Diaspora zu gelangen. Hiermit zielen wir schließlich drittes auf eine abschließende Bewertung der bestehenden Potenziale von Medien für die Integration und Segregation von Migrantinnen und Migranten.

Zur Bearbeitung dieser Forschungsziele haben wir in einem ersten Schritt bestehende quantitative Studien zu Medien und Migration in ihren Kernergebnissen einander gegenübergestellt. Auf dieser Basis wurde die bereits erwähnte qualitative Untersuchung zur Medienaneignung von 100 Personen der türki-

schen, russischen und marokkanischen Diaspora in Deutschland durchgeführt (für einen Überblick unserer (anonymisierten) Interviewpartnerinnen und -partner siehe die Übersicht im Anhang). Der Auswahl der Migrationsgemeinschaften liegen drei Kriterien zu Grunde. Erstens sollte es sich um Migrationsgruppen handeln, deren Mitglieder seit einem längeren Zeitraum in Deutschland leben (können), um verschiedene Migrationsgenerationen zu erfassen. Zweitens sollten es Diasporas sein, die in Bezug auf ihre Identität als sich abgrenzende Gemeinschaften wahrgenommen werden (sowohl im Selbst- als auch Fremdverständnis). Drittens war uns gleichzeitig im Hinblick auf die Migrationsgeschichte und Form der kulturellen Positionierung eine hinreichende Differenz zwischen den Migrationsgruppen wichtig.

Orientierend für unsere Forschung war dabei die *Medienethnografie* (Ginsburg et al. 2002; Murphy/Kraidy 2003). Das Konzept der Medienethnografie hebt – im Gegensatz zur allgemeinen Ethnografie – *nicht* darauf ab, Lebenswelten in deren Gesamtheit „dicht“ (Geertz 1997) zu beschreiben. Vielmehr versteht sich die Medienethnografie als ein methodischer Ansatz der „Ethnografie über Menschen, die Medien nutzen, konsumieren, distribuieren oder produzieren“ (Bachmann/Wittel 2006: 183). Im Fokus der Untersuchung steht demnach der kontextualisierte Umgang mit Medien. Entsprechend ist unser medienethnografisches Vorgehen keine „ethnography proper“. Es operiert also nicht mit langmonatigen Feldaufenthalten (Lotz 2000), sondern nutzt „akkumulierte ethnografische Miniaturen“ (eine Vielzahl von Kurzaufenthalten, Beobachtungen und Interviews), um Aussagen zu spezifischen Umgangsweisen mit Medien zu machen (Bachmann/Wittel 2006: 189-192). Akkumulierte ethnografische Miniaturen erscheinen für unsere Studie deswegen zielführend, weil durch sie das Problem des mit einer „ethnography proper“ verbundenen Sich-Verlierens im Kontext vermieden wird, d. h. die eigentliche *kommunikations- und medienwissenschaftliche* Fragestellung nicht aus dem Blick gerät (Grossberg 1988; Hepp 1997).

In diesem Gesamtrahmen der Medienethnografie ordnen wir ebenfalls die von uns durchgeführte qualitative Netzwerkforschung ein. Die jüngere Diskussion aufgreifend verstehen wir diese als Möglichkeit, ein besseres Verständnis der (kommunikativen) Netzwerke von Menschen in bestimmten kulturellen Kontexten zu erlangen (u. a. Hollstein 2006; Hepp 2011). Begreift man Medienethnografie als „Rahmenstrategie zur Generierung von Theorien“ (Krotz 2005: 247), ist der „triangulative“ (Flick 2004) Einbezug von verschiedenen Datenquellen und Auswertungsmethoden nicht nur möglich, sondern zielführend: Hierdurch wird eine Überinterpretation in die eine oder andere Richtung verhindert, indem ein wechselseitiges Korrektiv stattfindet. Im Einzelnen beruht unse-

re Studie zur Medienaneignung in der marokkanischen, russischen und türkischen Diaspora in Deutschland damit auf folgender Datenbasis:

- Sekundärauswertungen bestehender standardisierter Untersuchungen zu Medien und Migration, insbesondere des Datensatzes der ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“.
- Qualitative Interviews mit einer Dauer von ein bis anderthalb Stunden zur Identität, Medienaneignung und kommunikativen Vernetzung der Interviewten. Ergänzt wurden diese durch Beobachtungsprotokolle der Interviewsituation und dem dabei möglichen Einblick in die Medienwelt der Gesprächspartnerinnen und -partner.
- Qualitative Netzwerkkarten der interviewten Personen, d. h. freie Zeichnungen der (medienvermittelten) Kommunikationsnetzwerke. Diese wurden von den Interviewpartnerinnen und -partnern im Gespräch erläutert.
- Medientagebücher, in denen die von uns Befragten über ein bis zwei Wochen hinweg ihre gesamte Mediennutzung protokollierten.
- Materiale Dokumentationen, d. h. Fotografien der Mediennutzungsorte außer Haus, insbesondere Internetcafés und Telefonläden.

Die Daten haben wir zwischen Juli 2008 und März 2009 in den Untersuchungsregionen Bremen und Berlin (jeweils mit Umland) erhoben. Kernphasen der Materialerhebung waren zwei je dreiwöchige Feldaufenthalte. Vor, zwischen und nach den Kernphasen wurden einzelne, das Sampling komplettierende Datenerhebungen durchgeführt. Die Auswahl der Untersuchungsregionen wurde auf Grund der Konzentration der untersuchten Migrationsgemeinschaften in diesen getroffen. Grundlegendes Kriterium für die Wahl von Interviewpartnerinnen und -partnern war, dass sie sich – unabhängig von ihrer Migrationsgeneration – in ihrer kulturellen Identität in Beziehung zu einer der von uns erforschten drei Diasporas sahen. Ausgehend von diesem Basiskriterium arbeiteten wir mit einem *theoretischen Sampling* im Sinne der Grounded Theory (Glaser/Strauss 1998: 53-82), d. h. mit einem fortlaufenden Sampling von Gesprächspartnern zur schrittweisen, auf Theorieentwicklung ausgerichteten Beantwortung unserer Fragestellung.

Das Grundprinzip des theoretischen Samplings setzten wir wie folgt um: In einer ersten Phase haben wir eine größtmögliche Varianz von Interviewten angestrebt, wie sie charakteristisch für unsere Untersuchungsfelder ist. Dabei haben wir auf Streuung über die Kategorien Alter, Aufenthaltszeit in Deutschland, Bildung und Gender geachtet, ohne die Spezifik der Untersuchungsfelder aus dem Blick zu verlieren. In einer zweiten Phase wurden gezielter Interviewpartnerinnen und -partner ausgewählt, die auf Basis der bis dahin erfolgten Ma-

terialerhebung und -auswertung auf bestimmte Lücken und offene Fragen in unserer Forschung verweisen (bspw. ob unsere Kategorien auch für Frauen mit geringer formaler Bildung zutreffen, zu denen wir anfänglich eher schwer Zugang fanden). Erhoben haben wir so für die marokkanische Diaspora 31 Interviews (davon eines mit zwei Personen, insgesamt also 32 Fälle), für die russische 30 Interviews (davon eines mit 2 Personen, auf diese Weise 31 Fälle) und für die türkische 30 Interviews (davon sieben Interviews mit zwei Personen, demnach 37 Fälle).

Insgesamt gehen wir davon aus, dass wir *im Hinblick auf unsere grundlegende Fragestellung* – nämlich die nach der Aneignung von Medien in Migrationsgemeinschaften bezogen auf deren kommunikative Vernetzung und Identitätsartikulation – eine *theoretische Sättigung* erreicht haben. Das heißt, die Zunahme zusätzlicher Fälle in den letzten Phasen der Materialerhebung ergab keine weiteren Ergebnisse zu den von uns erfassten Grundmustern der Medienaneignung. Gleichwohl begreifen wir unsere Forschung als *nicht* gesättigt im Hinblick auf eine „dichte“ ethnografische Beschreibung dieser Diasporas. Dies war aber auch nicht das Forschungsziel.

Der Umstand, dass wir mit einem transkulturellen Team arbeiteten, in dem neben eigenen Migrationserfahrungen die notwendigen Fremdsprachenkenntnisse (Deutsch, Englisch, Russisch und Türkisch) vorhanden waren, ermöglichte uns einen vergleichsweise problemlosen *Zugang zu den Interviewpartnerinnen und -partnern*. Nicht immer einfach gestaltete sich im Einzelfall das Erstellen der Netzwerkkarten, indem einzelne Interviewte Hemmungen hatten, diese zu skizzieren. In wenigen Fällen, in denen eine mehrfache Ermunterung nicht half, wurden die Netzwerkkarten gemeinsam mit den Interviewern gezeichnet. Bei 80 erstellten Netzwerkkarten auf 100 Fälle können wir dennoch von einer erfolgreichen Strategie der Materialerhebung sprechen. Problematischer war die Erhebung der Medientagebücher. Wegen der kontinuierlichen zeitlichen Belastung, in einzelnen Fällen aber auch auf Grund von Analphabetismus, haben wir bei diesen eine deutlich geringere Rücklaufquote von nur 38 Prozent (8 Tagebücher bei der marokkanischen, 17 bei der russischen und 13 bei der türkischen Diaspora). Vor diesem Hintergrund konnten die Medientagebücher nur ergänzend in die Datenauswertung einbezogen werden. Die materiale Dokumentation der Nutzungsorte floss insbesondere in unsere Analysen der Lokalitäten der Medienaneignung ein (siehe Kapitel 5).

Das so erhobene Datenmaterial wurde von uns im komparativen Rahmen einer *transkulturellen Kommunikations- und Medienforschung* ausgewertet. In der Kommunikations- und Medienwissenschaft wird mehrheitlich unter komparativer Forschung eine Perspektive verstanden, bei der „zwischen mindestens zwei territorial definierten Kommunikationsräumen, -kulturen oder -systemen

Vergleiche in Hinblick auf mindestens einen medienwissenschaftlich relevanten Untersuchungsgegenstand gezogen“ werden (Esser 2002: 322; für ähnliche Verständnisse vgl. auch die Beiträge in Esser/Pfetsch 2003). Das Ergebnis einer so begriffenen vergleichenden Kommunikationsforschung ist bisher die Gegenüberstellung von Mustern einer territorial gefassten Kultur bzw. eines territorial gefassten Systems mit denen einer/eines anderen. Auch wenn im Rahmen einer solchen interkulturellen bzw. internationalen Komparatistik hoch relevante, vergleichende Studien realisiert wurden, ist diese Art der Forschung für das hier vorliegende Gegenstandsfeld nicht hinreichend: Diasporagemeinschaften bestehen in ihrer Medienaneignung und kommunikativen Vernetzung gerade *jenseits* einfacher territorialer Bezüglichkeiten.

Entsprechend ging es uns darum, transkulturell vergleichend – also: die einzelnen Migrationsgemeinschaften übergreifend – Gemeinsamkeiten und Differenzen der Medienaneignung, kommunikativen Vernetzung und kulturellen Identitätsartikulation herauszuarbeiten (vgl. zu diesem Ansatz Hepp 2009). Konkret haben wir das gesamte Material nach dem Verfahren der Grounded Theory kodiert und ein System von 96 Kategorien entwickelt. Hinsichtlich unserer Fragestellung haben wir dieses grundlegende Kategoriensystem mit Fokus auf zwei aus der Fragestellung hergeleitete Schlüsselkategorien *kulturelle Identität* und *kommunikative Vernetzung* hierarchisiert. *Kulturelle Identität* verweist auf die Kategorien *Angaben zur Person*, *Identitätsbild*, *Migrationserleben* und *Wohnorte*. Unter die Schlüsselkategorie *kommunikative Vernetzung* haben wir die Kategorien *Angebotsformen*, *Kommunikationsformen*, *Kommunikationsnetzwerk*, *Inhalte*, *Medienausstattung*, *Medienerfahrung*, *Nutzungsorte* und *Vermittlerrollen* gefasst. Dies gestattete es uns, die 82 Einzelkategorien in einer Weise systematisierend zu fassen, wie sie im Anhang dieses Buchs aufgeführt sind.

Weitere Auswertungsverfahren haben wir für die Netzwerkkarten und Medientagebücher angewandt. Indem diese Datenquellen bisher in der qualitativen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Netzwerkforschung keine Berücksichtigung fanden, haben wir ikonografische Analyseverfahren (Müller-Doohm 1997) bzw. Verfahren der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Tagebuchauswertung (Couldry et al. 2007) aufgreifend ein eigenes Analyseinstrument entwickelt.

Im Falle der *Netzwerkkarten* besteht dies darin, in einer vergleichenden Auswertung von visueller Darstellung und reflektierenden Erläuterung durch die Interviewten die Grundmuster der subjektiven Repräsentation der Kommunikationsnetzwerke herauszuarbeiten. Es geht demnach weniger um das Detail der Visualisierung in den freien Netzwerkzeichnungen, als vielmehr um das Herausarbeiten des Gesamtvernetzungsmusters, für das diese stehen. Die Ergebnisse dieser Analysen werden exemplarisch vorgestellt.

Zur Auswertung der *Medientagebücher* haben wir die Angaben zu den genutzten Medien einer Matrix zugeordnet. Diese unterscheidet einerseits acht Arten von Medien (Print, Fernsehen/DVD, Radio/Musik, WWW, Telefon (einschließlich Mobiltelefon), E-Mail, Chat/Skype und Social-Web (so genannte Web-2.0-Angebote). Andererseits wird zwischen den Kommunikationsräumen, die sich in der Medienaneignung manifestieren, unterschieden: die Kommunikationsräume der Herkunft, der Diaspora, des Migrationslandes und Europas bzw. der weiteren Welt. Durch eine Visualisierung der Nutzung der verschiedenen Arten von Medien in Relation zu den damit hergestellten Bezügen zu Kommunikationsräumen über den Verlauf von sieben Tagen wird es möglich, Verlaufsmuster der kommunikativen Vernetzung zu erfassen. Indem bei den Medientagebüchern die Rücklaufquote jedoch nicht zufrieden stellend war, haben wir diese Auswertungen nur ergänzend zu den anderen Materialdaten einbezogen.

Bezogen auf dieses Gesamtmaterial und seine Kodierung konkretisiert sich die transkulturelle Ausrichtung unserer Forschung darin, dass wir zuerst einmal offen nach Mustern gesucht haben, die über die von uns untersuchten drei Diasporas hinweg auftreten. Nach deren Bestimmung haben wir in einem zweiten Schritt konkreter danach geschaut, welche Ausprägungen dieser Muster bzw. welche weiteren Muster als spezifisch für jede der drei Migrationsgemeinschaften angesehen werden müssen. Auf diese Weise – so unsere Hoffnung – ist es möglich, generelle Muster der kommunikativen Vernetzung und Identitätsartikulation in der Medienaneignung medialer Migranten herauszuarbeiten, ohne sich gleichzeitig über Spezifika einzelner Untersuchungskontexte hinwegzusetzen.

Ein Potenzial wie eine besondere Erfahrung war in unserem gesamten Forschungsprozess das *transkulturelle Team*, mit dem wir die Forschung realisiert haben. Wie bereits erwähnt, ermöglichte der Umstand, dass zwei Personen unseres Teams selbst türkischen und lettischen Migrationshintergrund haben, Zugang zu Migrantinnen und Migranten zu finden, der für einen Deutschen allein auf Grund der Sprachbarrieren nicht machbar gewesen wäre. Aber auch im Kodierungs- und Analyseprozess war die Transkulturalität produktiv. Fortlaufend konnten wir hierdurch unsere eigenen Vorurteile der einen oder der anderen Migrationsgemeinschaft gegenüber hinterfragen. Ebenso gelang es uns so, zu verhindern, zu stark in die Eigenperspektivik einer der von uns untersuchten Migrationsgemeinschaften zu verfallen.

1.3 Über dieses Buch

Insgesamt gliedert sich die vorliegende Monografie in zehn Kapitel. Diese sind – neben der Einleitung als *erstem Kapitel* und dem *zehnten als Schlusskapitel* – in drei Teile strukturiert: Analyserahmen, Aneignungskontexte und Aneignungstypen. Die Verwendung des Begriffs der Aneignung in den Titeln der zwei Analyseabschnitte dieses Buchs verweist auf ein Grundverständnis unserer Forschung: Uns geht es um den Umgang von Migrantinnen und Migranten mit Medien insgesamt. Dass wir diesen Umgang nicht einfach als Nutzung, sondern als Aneignung charakterisieren, hebt darauf ab, dass wir diesen Prozess als eine kulturelle Lokalisierung von Medien in der Alltagswelt von Menschen begreifen.

Der *erste Teil* mit dem Titel *Analyserahmen* befasst sich in zwei Kapiteln mit den unsere Analyse rahmenden Überlegungen und Fakten. Hierzu zählt der Theorierahmen, ausgehend von dem unsere empirische Studie erfolgt, allgemeine Informationen zu den von uns untersuchten Migrationsgemeinschaften, übergreifende Informationen zur Mediennutzung von Migrantinnen und Migranten sowie eine erste Vorstellung der unsere weitere Analyse rahmenden Typologie. Die Grundzüge unserer Argumentation sehen dabei wie folgt aus:

In *Kapitel zwei* entwickeln wir das unserer Studie zu Grunde liegende Theorieverständnis über die in dieser Einleitung formulierten Grundbegriffe hinaus. Dies geschieht, indem zuerst der Zusammenhang zwischen Medien, Migration und Diaspora gefasst wird. Hierbei wird aufgezeigt, inwieweit die fortschreitende Mediatisierung die Potenziale der kommunikativen Artikulation von Migrationsgemeinschaften verändert hat. Gerade vor diesem Hintergrund macht es Sinn, heutige Migrationsgemeinschaften als eigenständige kulturelle Verdichtungen aufzufassen. Darauf hebt der Begriff der Diaspora ab. Entsprechend sprechen wir von marokkanischen, russischen und türkischen Diasporas, ohne zu unterstellen, dass diese in sich homogen wären bzw. dass in ihnen ungebrochen eine „nationale Identität in der Fremde“ gelebt werden würde. Ein solcher Begriff von Diaspora macht es möglich, die uns interessierende marokkanische, russische und türkische Migrationsgruppe in ihrer Migrationsgeschichte differenziert vorzustellen.

Das *dritte Kapitel* hat eine doppelte Funktion. Erstens geht es uns darum, bestehende Forschung zu Medien und Migration in Deutschland zu diskutieren. Dazu erarbeiten wir zuerst sekundäranalytisch die Kernparameter der migrantisches Mediennutzung, um dann die in der Kommunikations- und Medienfor-

schung bestehenden Nutzertypologien zu erörtern. Während Letztere eine wichtige Grundlage für unsere Forschung sind, erscheinen sie uns nicht hinreichend, um aktuelle Zusammenhänge von Medien und Migration in Deutschland angemessen zu fassen. Das verweist auf die zweite Funktion des Kapitels in unserer Gesamtargumentation. Dies ist eine erste Darstellung der von uns entwickelten Typologie von herkunfts-, ethno- und weltorientierten Migrantinnen und Migranten.

Der *zweite Teil* dieses Buchs – überschrieben mit *Aneignungskontexte* – befasst sich mit verschiedenen Phänomenen, die nicht im engeren Sinn Teil von Aneignung sind, aber kontextuell die Medienaneignung von medialen Migranten mitprägen. Dies sind erstens Bildung und Sprache, zweitens die verschiedenen Mediennutzungsorte in der migrantischen Alltagswelt und drittens Diasporamedien als ein spezifischer diskursiver Kontext.

Das *vierte Kapitel* setzt sich unter der Überschrift „Mediatisierte Vernetzungschancen“ mit einem in der öffentlichen Diskussion immer wieder diskutierten Thema auseinander: Inwieweit sind auch für Fragen der Medienaneignung Bildung und Sprache die zentralen Kontextfaktoren? Zur Beantwortung dieser Frage betrachten wir für Bildung die Migrationsbiografie, die Familie und die Berufsausübung der von uns interviewten medialen Migranten. Bei Sprache befassen wir uns mit Sprachkompetenz, alltagsweltlichem Sprachgebrauch und medienvermitteltem Lernen. Unser Fokus sind dabei Differenzen zwischen herkunfts-, ethno- und weltorientierten Migrantinnen und Migranten. Über solche Analysen entwickeln wir einen Blickwinkel, der Bildung und Sprache als eine mediatisierte Vernetzungschance begreift: Beide sind in gewissem Sinne Voraussetzungen von kommunikativer Vernetzung mittels unterschiedlicher Medien – werden als Kompetenzen aber zugleich in der Aneignung derselben entwickelt.

Im Zentrum des *fünften Kapitels* stehen die Vernetzungsorte der von uns interviewten Personen. Es interessieren also die Lokalitäten, an denen sich Migrantinnen und Migranten unterschiedliche Medien aneignen – und ihr Stellenwert für die kommunikative Vernetzung. In unseren Analysen unterscheiden wir die häusliche Welt, bei der es kommunikativ insbesondere um Beziehungsmanagement und die Grenzziehung des Privaten geht. Bei den Nutzungsorten des Anderswo – die Wohnzimmer von Familienangehörigen oder Internetcafés – rücken Kostenmanagement und Vergemeinschaftung in den Vordergrund der Betrachtung. Und beim Irgendwo – den zufälligen Orten der Mediennutzung – dominieren Fragen des Ortsmanagements und der kommunikativen Mobilität.

Das *sechste Kapitel* rückt dann einen sehr spezifischen diskursiven Kontext in den Fokus der Betrachtung, nämlich den der Diasporamedien. Hierunter sind Medienangebote zu verstehen, die von Angehörigen einer Diaspora für Angehö-

rige einer Diaspora produziert werden. Immer wieder werden Diasporamedien in der Forschung als „Kern“ der kommunikativen Vernetzung von Migrationsgemeinschaften charakterisiert. Unser Ziel ist eine detaillierte Analyse der Aneignung von Diasporamedien im Kontext der migrantischen Alltagswelt. Vor dem Hintergrund solcher Analysen werden Diasporamedien weniger als „Kern“ der kommunikativen Vernetzung denn als sich wandelnder migrantischer Vernetzungsfokus greifbar.

Der sich anschließende *dritte Teil* rückt nun detailliert die von uns unterschiedenen *Aneignungstypen* ins Zentrum. Während diese in den vorherigen Kapiteln bereits immer wieder Referenzpunkt der Analyse waren, um vergleichend Kontextfaktoren zu diskutieren, wollen wir uns nun damit auseinandersetzen, wie sich die Ko-Artikulation von kultureller Identität und kommunikativer Vernetzung für jeden dieser Aneignungstypen im Detail konkretisiert.

Kapitel sieben widmet sich den Herkunftsorientierten. Wir haben es bei diesen mit einer Ko-Artikulation von herkunftsorientierter kultureller Identität und einer Herkunftsvernetzung zu tun. In diesem Sinne erscheint Herkunft als ein mediatisiertes Phänomen: durch Massenmedien – die mediatisierte Quasi-Interaktion: Fernsehen, Zeitung, WWW usw. – bilden diese medialen Migranten eine Brücke zu den Kommunikationsräumen ihrer Herkunft. Gleichzeitig halten sie durch ihre mediatisierte Interaktion (Chat, E-Mail, Telefon usw.) mehr oder weniger intensiven Kontakt zu den Verwandten und Bekannten in der Herkunft.

Das *achte Kapitel* befasst sich mit den Ethnoorientierten. Die kulturelle Identität der Ethnoorientierten ist durch ein Spannungsverhältnis zwischen Herkunft und nationalem Migrationskontext gekennzeichnet. Dem entspricht deren bikulturelle Vernetzung: Durch unterschiedliche Medien mediatisierter (Quasi-)Interaktion werden sowohl kommunikative Kontakte zur Herkunft gehalten bzw. neu aufgebaut, wie auch eine intensive kommunikative Vernetzung im aktuellen lokalen Lebenskontext, der Diaspora und dem Migrationsland stattfindet. Solche vielfältigen kommunikativen Konnektivitäten gestatten den Ethnoorientierten ein fortlaufendes Vergleichen unterschiedlicher kultureller Bezüglichkeiten in einer mediatisierten Alltagswelt.

Hieran schließt sich *Kapitel neun* an, in dem Weltorientierte detaillierter betrachtet werden. Diese können in gewissem Sinne als Elite der von uns interviewten medialen Migranten begriffen werden: Mit ihrer Migrationserfahrung bzw. der ihrer Familie gehen die Weltorientierten um, indem sie den Kern ihrer kulturellen Zugehörigkeit – bei bestehenden Bezügen zu (vorgestellter) Herkunft und Migrationsland – jenseits einfacher nationaler Bezüglichkeiten definieren. Sie verstehen sich als Europäer oder Weltmenschen. Entsprechend breit ist ihre transkulturelle Vernetzung. Diese schließt neben Lebensort, Herkunftsland, Diaspora und Migrationsland auch vielfältige weitere Bezüge zu Europa

und der Welt ein. Hierdurch kann ihr (Medien-)Handeln als ein umfassendes mediatisiertes transkulturelles Netzwerken begriffen werden.

Abgeschlossen wird unser Buch durch das *Kapitel zehn*, in dem wir ein Fazit aus unseren Analysen ziehen. Hier diskutieren wir zusammenfassend, wie sich die gegenwärtige Mediatisierung der Diaspora in der Alltagswelt medialer Migranten konkretisiert, welche Möglichkeiten kommunikativer Vernetzung für diese bestehen und inwiefern aus unserer Forschung die Notwendigkeit folgt, kommunikative Integration anders zu denken. Daran schließt sich ein Anhang an, der einen Überblick über die von uns geführten Interviews, Angaben zu den genannten Diaspora- und Herkunftsmedien, sowie eine Aufstellung unserer Analysekategorien enthält.

Wie andere Bücher auch wäre das vorliegende nicht ohne die Unterstützung verschiedener Personen und Institutionen möglich gewesen. Dies ist zuerst einmal die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG), die das Projekt, auf dem dieses Buch basiert, über zweieinhalb Jahre unter dem Titel „Integrations- und Segregationspotenziale digitaler Medien am Beispiel der kommunikativen Vernetzung von ethnischen Migrationsgemeinschaften“ förderte (Gz. HE 3025/7-1, Laufzeit 2008 bis 2010). Die Universität Bremen finanzierte eine Anschubphase dieser Forschung, in der wir das Instrumentarium entwickeln konnten, auf dem unsere Studie fußt. Dem Westdeutschen Rundfunk (WDR) danken wir für die Erlaubnis zur Sekundärauswertung der Datensätze der ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“ sowie der WDR-Studie „Einstellung und Mediennutzung junger Türken in NRW“. Daneben danken wir Data4U und GIM Heidelberg für die Bereitstellung ihrer Studien zur Mediennutzung von Migrantinnen und Migranten für eine Sekundäranalyse. Bedanken möchten wir uns außerdem beim Überseemuseum Bremen sowie bei dem Fotografen Veit Mette für ihre Zustimmung zur Verwendung des Titelbildes für diesen Band. Nur eine solche breite Unterstützung vor allem öffentlicher Institutionen macht Forschung wie die vorliegende realisierbar.

Jenseits dieser institutionellen Förderung danken wir unseren Interviewpartnerinnen und -partnern, die uns einen tiefen Einblick in ihr Leben gewährten und bereitwillig mit uns über ihre Medienaneignung sprachen. Zu großem Dank sind wir ebenfalls verschiedenen Kontaktpersonen in unterschiedlichen Vereinen und Einrichtungen in Berlin und Bremen verpflichtet, die uns beim Zugang zum Feld unterstützten. Ohne sie wäre die empirische Studie, die die Grundlage dieses Buchs ist, nicht möglich gewesen.

Nicht möglich wäre die Studie daneben ohne die verschiedenen studentischen Hilfskräfte bzw. Doktoranden gewesen, die uns in unserem Projekt unterstützten. Hier danken wir Bora Aksen, Evgeniya Borissenko, Wibke Duwe, Lo-

lita Grunska, Theresa Havlicek, Samim Cagri Ocakli, Cindy Roitsch und Julia Weiss. Organisatorisch und mit Textkorrekturen griff uns immer wieder Heide Pawlik unter die Arme. Daneben war der Kreis der Kolleginnen und Kollegen des IMKI an der Universität Bremen wie immer ein wichtiger Rückhalt – nicht zuletzt wegen der Möglichkeit, auch frühe Analyseergebnisse präsentieren und diskutieren zu können. An dieser Stelle danken wir insbesondere Matthias Berg, Andreas Breiter, Caroline Düvel, Marco Höhn, Sigrid Kannengießer, Katharina Kleinen-von Königslöw, Veronika Krönert, Friedrich Krotz, Swantje Lingenberg, Johanna Möller und Anke Offerhaus. Als Forschungsgästen des IMKI danken wir Nick Couldry, Myria Georgiou und Shaun Moores, die während wichtigen Phasen unseres Forschungsprojekts in Bremen waren und relevante Anregungen gaben.

Großer Dank geht ebenfalls an die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der verschiedenen Tagungen, auf denen wir Teile der nun als Gesamt vorliegenden Studie präsentieren und diskutieren durften. Unter den verschiedenen Personen, die Feedback gaben, möchten wir namentlich folgenden danken: Olga Bailey, Christiane Eilders, Maren Hartmann, Uwe Hasebrink, Friedrich Krotz, Elisabeth Klaus, Tristan Mattelart, Kevin Robins, Christina Slade, Ingrid Volkmer und Hartmut Weißler. Zu Dank sind wir ebenfalls allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Expertenworkshops „(Digitale) Medien, Migration und Diaspora: Perspektiven der Forschung zu Migration und Medien“ verbunden, den wir im Rahmen unserer Projektarbeit im Oktober 2008 am IMKI, Universität Bremen, realisierten: Heinz Bonfadelli, Annett Heft, Mustafa Ideli, Daniel Müller, Erk Simon, Joachim Trebbe und Hans-Jürgen Weiß gaben viele wichtige Anregungen in einer Frühphase unserer Forschung. Angestoßen durch diesen Workshop gab es bei der Zeitschrift *Medien & Kommunikationswissenschaft* des Hans-Bredow-Instituts im Heft 2/2010 einen thematischen Schwerpunkt „Medienwandel und Migration“. Hier danken wir der Redaktion, die ein solches Heft ermöglichte, wie auch unseren anonymen Reviewern für wichtige Anregungen. Daneben sind wir Barbara Emig-Roller vom Verlag für Sozialwissenschaften zu großem Dank verpflichtet, die seit Jahren nicht nur die Reihe „Medien – Kultur – Kommunikation“ vortrefflich betreut, sondern uns auch bei diesem Buchprojekt wieder großartig unterstützt hat.

Zu guter Letzt geht unser Dank an unsere Familien, Partnerinnen und Partner. Nur ihre Akzeptanz hat es ermöglicht, die vorliegende Studie in zweieinhalb Jahren zu realisieren.