

SOCIOLOGY IN SWITZERLAND

Towards Cybersociety and Vireal Social Relations

Diaspora zwischen den Stühlen

Hat das Internet Einfluss auf die Ethnisierung und die Identitätsbildung von Migrantinnen und Migranten?

Kadrie Zejnuni

kadriezejnuni@access.uzh.ch

Zürich, September 2012

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	2
2 Definitionen	4
2.1 Diaspora	5
2.2 Migration	5
2.3 Integration	5
2.4 Nationale Identität	6
2.5 Ethnizität	6
2.6 Internet	7
3 Fragestellung	8
4 Internetangebot für Migranten	9
4.1 Albinform.ch	10
4.2 Nineveh.com	11
4.3 Theinder.net	12
4.4 Kurdmania.com	13
4.5 Kythera-family.net	14
5 Zwischenfazit	15
6 Medienghettos	16
7 Hybridenidentitäten	17
8 Schlussfolgerungen	18
Literaturverzeichnis	20

Bibliographische Zitation:

Zejnuni, Kadrie: Diaspora zwischen den Stühlen. Hat das Internet Einfluss auf die Ethnisierung und die Identitätsbildung von Migrantinnen und Migranten? In: Sociology in Switzerland: Towards Cyber-society and Vireal Social Relations. Online Publications. Zürich 2012. http://socio.ch/intcom/t_kzejnuni.pdf

1 Einleitung

Das 21. Jahrhundert ist geprägt von neuen Technologien und Medien aller Art. Sowohl in privaten als auch öffentlichen Teilbereichen sind Computer, Handys und Internet nicht mehr wegzudenken und auch Diasporas haben die Vorteile dieser neuen Technologien für sich entdeckt. Medien für und von Diaspora haben sich in den letzten Jahren rapid vermehrt und weiterentwickelt, so dass die Kommunikation von ethnischen Minderheiten untereinander und mit anderen, sei es lokal, national oder transnational, stark beeinflusst wurde (Georgiou 2002). Kulturen sind heute jenseits von Medien nicht mehr wegzudenken (Hepp et al. 2011). Ob in seiner eigenen Heimat oder als Migrant in einem neuen zu Hause, die Aneignung von Medien ist von grundlegender Bedeutung, um in der Gesellschaft angekommen zu sein und um vom kulturellen und sozialen Leben nicht ausgeschlossen zu werden. Menschen mit Migrationshintergrund nutzen wie alle anderen Fernsehen, Radio und Internet zur Unterhaltung oder um sich über das Land, in dem Sie leben, zu informieren. Zusätzlich verwenden sie diese Ressourcen, um über Ihre Heimat Informationen zu beziehen oder mit Verwandten und Freunden aus der Heimat in Kontakt zu bleiben. Letzteres tun Migranten und Migrantinnen vor allem mittels Telefon, E-Mail und/oder Skype (Hepp et al. 2011, S. 9). Diese Veränderungen in der Informations- und Kommunikationstechnologie schaffen also nicht nur neue Bedingungen für die gesamtgesellschaftliche Integration und Identitätsbildung, sondern auch für die Integration und Identitätsbildung von Migranten in der Gesellschaft (Kissau 2008).

Da der Umgang mit Medien für Kinder und Erwachsene in den Industrieländern zu einem wichtigen Bestandteil des täglichen Lebens geworden sei, so erläutern die Autoren Bonfadelli und Bucher 2008, stelle er einen Faktor der Identitätsbildung im Sinne eines Erfahrungsraumes sowie einer Orientierungsquelle dar. Menschen richten sich nach Vorbildern aus den Medien oder vorgelebten Lebensstilen und können dies durch neue Techniken wie dem Internet nicht nur passiv, sondern tatsächlich auch aktiv nutzen. Mittels interaktiver Kommunikationsmedien können so eigenständige rollenbasierte Erfahrungen gemacht werden und das Internet erlaube den Nutzern sich selbst produktiv einzubringen oder sich mittels Identitätsentwürfen auf der eigenen Homepage, Netzwerken wie Facebook oder Parbörsen selbst darzustellen (Bonfadelli & Bucher 2008, S.27). Das Internet dient zum einen als ein Kommunikationsraum, der vielfältige Möglichkeiten zur Rezeption, Diskussion und Konstruktion

von Identität bietet und zum anderen stellt es eine Art Organisationsreservoir dar, das Angebote zur Schaffung von Öffentlichkeit bereithält (Dierschke 2009, S. 145). Die Darstellung von Identität kann im Internet häufig freier und pointierter gestaltet werden, als dies in anderen Kommunikationskontexten möglich ist und das stellt einen 'deterritorialiserten Kommunikationsraum' dar, in dem auch über große Entfernungen hinweg Verbindungen zu identitätsprägenden Referenten gehalten werden können (ebd., S.145).

Die Autoren Geser und Ideli beschreiben 2011 in „Ethnische Selbstorganisation Online“, dass Diasporas in der Vergangenheit auf besondere Voraussetzungen bauen mussten, um als Ethnie langfristig zu überleben. Solche Voraussetzungen, um Kultur und Tradition nicht nur zu bewahren, sondern auch weiterzugeben, stellen zum einen die Möglichkeit sich in dem Einwanderungsland zu einer kompakten räumlichen Diasporagruppe zu verdichten und die Möglichkeit Gruppenkultur in Form von Verschriftlichungen oder Kulturgegenständen zu bewahren dar. Allerdings, so betonen die Autoren, ist es vor allem für kleine oder weit verstreut lebende Ethnien schwierig teure Tageszeitungen oder Fernsehsender zu erstellen, um so die Diaspora zusammenzuhalten und sich am öffentlichen Geschehen zu beteiligen. Zudem kommt es teilweise dazu, dass sich Aufnahmestaaten, aufgrund des Druckes der Herkunftsstaaten, weigern ethnischen Minderheiten überhaupt Rechte auf Radio und Fernsehsender zu erteilen. Solche und ähnliche Beschränkungen gehören seit der Erfindung des Internets der Vergangenheit an. Mit Hilfe des Internets können Mitglieder einer Ethnie unabhängig von Ort, Zeit und sozialen Kontrollen miteinander kommunizieren und sich informieren (Geser & Ideli 2011). Digitale Medien spielen also heutzutage eine immer bedeutsamere Rolle, da sie durch Ihre nahezu ständige Verfügbarkeit kommunikative Verbindungen zwischen Menschen intensivieren können. Ethnischen Minderheiten können nun von fast jedem Ort Informationen und Unterhaltung abrufen und den Kontakt zu ihrer lokalen sowie translokalen Bezugsgruppe herstellen, während sie selbst lokal mobil im Alltag unterwegs sind (Düvel 2008, S.2).

Es stellt sich nun die Frage welchen Einfluss diese Medien auf die Migranten und ihre Situation in der Aufnahmegesellschaft haben. Funktionalistische Perspektiven behaupten, dass die muttersprachlichen Angebote aus den Heimatländern der Migranten die Entstehung einer geschichteten Gesellschaft begünstigten und so die Integration an die Mehrheitsgesellschaft behinderten. Massenmedien hätten im wei-

testen Sinne eher eine Integrationsfunktion bei der Einbindung von Migranten in die Mehrheitsgesellschaft, wohingegen das Internet eine eher desintegrative Funktion habe. Migranten, die das Internet nutzen, seien daher weniger gut integriert und in Ihrem Alltag dominiere die Muttersprache und sie suchen über das Internet hauptsächlich Kontakte zu gleichgesinnten Migranten (Dübel 2008). Auf der anderen Seite kann man aber auch argumentieren, dass das Internet Migranten zwar tatsächlich eine einfache Kommunikation mit ihrem Heimatland ermöglicht und gleichzeitig eine Migrationswelt jenseits der Heimat aufbaut, indem Migrantinnen und Migranten das Internet als einen Raum zur Selbstdarstellung nutzen, es aber zusätzlich den Informationsaustausch und die Kommunikation zwischen Menschen ermöglicht, die in der gleichen Lebenssituation stecken und sich vor gleiche Probleme gestellt sehen. Diese können sich gegenseitig helfen, Ratschläge erteilen und eventuell genau dadurch zu einer verbesserten Integration oder zumindest eine Art Hilfestellung leisten, um Integration zu erleichtern (Kissau 2008).

Diese Hausarbeit versucht anhand von Beispielen einen Überblick über das Thema Ethnifizierung und Identitätsbildung von Migranten und Migrantinnen durch das Internet zu geben. Zu Beginn werden kurze Definitionen der wichtigsten Begriffe aufgeführt, gefolgt von einem theoretischen Teil, der den Kontext sowie die Fragestellung der Arbeit herausarbeitet. Im Hauptteil werden Beispiele für Diaspora Websites genannt und erörtert, so dass im Anschluss ein kurzes Zwischenfazit über den Einfluss – wie aktuelle Studien mit Hilfe der zuvor erwähnten Websites zeigen - von Internet auf Migrantinnen und Migranten gezogen werden kann. Bevor die Schlussbemerkungen aufgeführt werden, gibt diese Hausarbeit zusätzlich noch einen kleinen Exkurs in die Themen Medienghettos sowie Hybridenidentität wieder, welche vor dem Hintergrund der Fragestellung immer wiederkehrende Konzepte in der aktuellen Literatur darstellen.

2 Definitionen

Um ein besseres Verständnis der in dieser Hausarbeit dargestellten Studien und Zusammenhänge zu gewährleisten, werden im Folgenden die wichtigsten Begriffe definiert und so dargestellt, wie sie in dieser Hausarbeit Verwendung finden.

2.1 Diaspora

Zunächst ist es wichtig zu verstehen, was eine Diaspora im allgemeinen Verständnis ausmacht. Das Konzept der *Diaspora* steht für die Betonung des Spezifischen der kulturellen Form von Vergemeinschaftung (Weber 2001) von Migranten und Migrantinnen und dafür, dass Migranten und Migrantinnen nicht einfach als ein im Ausland lebender Teil einer Nation begriffen werden können. Migrantinnen und Migranten konstituieren dann eine Diaspora, wenn sie ein geteiltes Identitätsverständnis subjektiv gefühlter Zugehörigkeit haben. Diasporas sind hochgradig differenzierte und auch situationsabhängige Konstruktionen und dürfen nicht als harmonische Gebilde begriffen werden, sondern sind wie andere kulturelle Verdichtungen hochgradig konflikthanfällige und vermachtet. Die Grenzen von Diasporas sind fließend und gehen in andere kulturelle Verdichtungen über (Hepp 2011, S.31). Einfacher ausgedrückt meint Diaspora Individuen oder ganze Nationen, die nicht mehr in ihrem Heimatstaat, also dem Staat, in dem sie geboren worden sind, sondern in einem ‚neuen‘ Staat leben. Im Aufnahmestaat bilden die Migranten und Migrantinnen eine Minderheit, sind aber keineswegs stets marginalisiert oder gar unterdrückt, sondern nehmen am gesellschaftlichen und vor allem wirtschaftlichen Leben teil und unterscheiden sich voneinander vor allem durch den Grad der Integration und ihre Verbindung zum Heimatstaat (Reutter 2009, S.16).

2.2 Migration

Man spricht von *Migration*, wenn Menschen ihren Lebensmittelpunkt über längere Zeit hinweg verlagern. Die klassische Definition von Migration umfasst Emigration (Auswanderung) aus einem Herkunftsland und Immigration (Einwanderung) in ein Zielland (Treibel 2008, S.295). Der Grund für eine Migration kann freiwillig, meist Arbeitsmigration, oder unfreiwillig, meist Fluchtmigration, sein und zielt in beiden Fällen darauf ab eine bessere Grundlage für das eigene Leben zu schaffen (ebd., S.295). Migration ist des Weiteren eine spezifische Form der Mobilität, da es sich hierbei um eine Bewegung im geographischen und gesellschaftlichen Raum handelt (ebd., S.296).

2.3 Integration

Der Begriff der Migration wird im Alltagsgebrauch häufig in Verbindung mit dem Thema *Integration* verwendet. Und oft geht es um die Frage, ob und in wieweit sich

ein Migrant an die Aufnahmegesellschaft angepasst bzw. assimiliert (angeglichen) hat (Treibel 2008, S.302). Integration hebt den Zustand der Ausgrenzung und Separation auf und beschreibt einen dynamischen, lange andauernden und sehr differenzierten Prozess des Zusammenfügens und Zusammenwachsens. Der Prozess der Integration von Migranten und Migrantinnen besteht aus Annäherung, Kommunikation, dem Finden von Gemeinsamkeiten und Feststellen von Unterschieden zwischen eben diesen und der Aufnahmegesellschaft. Im Gegensatz zur Assimilation (völlige Anpassung), verlangt Integration nicht die Aufgabe der eigenen kulturellen Identität (Hillmann 2010). Der politische Diskurs über die Integration der Migranten in der Schweiz und in übrigen Ländern Europas hat zu einer Diskussion über die sogenannte *nationale Identität* geführt (Bonfadelli & Bucher 2008, S.15).

2.4 Nationale Identität

Identität ist die Gesamtheit an Eigenschaften, die ein Individuum oder eine Gruppe von allen anderen unterscheidet (Willems & Hahn 1999) und stellt einen Entwicklungsprozess dar (Kirstein 2004). Die Bildung einer eigenen Identität stellt ein Grundbedürfnis des heranwachsenden Menschen dar, um sich selbst zu definieren und seinen Platz in der Gesellschaft finden zu können (Kirstein 2004). *Nationale Identität* bezeichnet die Bekenntnis zu einem Vaterland, die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Menschengruppe mit der gleichen Sprache, Kultur und Geschichte (Contradictio.de) und wird offenbar im Alltag ein Problem, „wenn die tradierten und kulturellen Grundlagen einer Gesellschaft für eine stabile Verortung und Einbindung der Menschen nicht mehr ausreichen oder gar wegzubrechen drohen“ (Bonfadelli & Bucher 2008, S.16). Genauso problematisch wird es bei der Frage um die eigene *Ethnizität*.

2.5 Ethnizität

Ethnizität bezeichnet eine Eigenschaft einer Gruppe bzw. eine Eigenschaft eines Mitglieds einer Gruppe. Die meisten Definitionen umfassen folgende drei Aspekte: Mitglieder einer Gruppe nehmen sich selbst als verschieden von anderen Menschengruppen wahr, diese anderen Menschengruppen nehmen diese Gruppe auch als verschieden wahr und Mitglieder dieser Gruppe nehmen an gemeinsamen Aktivitäten teil, die sich auf ihre gemeinsame Herkunft oder Kultur beziehen (Bös 2008, S.55). Unter dem Vorliegen bestimmter struktureller Prozesse oder irgendwelchen

Gemeinsamkeiten neigen Menschen dazu sich einer Ethnie zugehörig zu fühlen. Erst wenn so eine ethnische Interpretation sozialen Handelns in die Welt gesetzt wurde, tendieren Akteure dazu, alle Handlungen als typisch zu der einen oder anderen Ethnie gehörig betrachten (ebd., S.57). Migranten und Migrantinnen, besonders solche der zweiten oder dritten Generation, werden jedoch mit dem Problem konfrontiert sich zu mehr als nur einer Ethnie zugehörig zu fühlen. Diese Situation kann durch das neue Hypermedium *Internet* in manchen Fällen sogar noch verstärkt werden, in anderen Fällen kann es aber ein wenig Abhilfe schaffen, damit die Migranten und Migrantinnen sich nicht mehr so fühlen als sässen sie zwischen den Stühlen.

2.6 Internet

Das *Internet* stellt eine Art Hypermedium dar, da es nicht nur ein Medium, sondern gleichzeitig mehrere verschiedene Kommunikationsformen darstellt (Kissau 2008, S.19). Alle Formen wie E-Mail Plattformen, das World Wide Web oder Forumsfunktionen werden unter dem Begriff *Internet* subsumiert. Diese sind aber nicht nur ein einziges Medium, genauso wenig wie „Zeitung und Briefe aufgrund ihrer Schriftlichkeit“ (ebd., S.19). Das Internet unterscheidet sich zudem dadurch von anderen Medien, dass es für die Akteure leichter zugänglich ist, geringerer institutioneller Kontrolle unterliegt und die Kosten verhältnismässig gering sind (Geser 2004). Gerade weil Diasporas über verschiedene Territorien und Nationalstaaten verstreut bestehen und sie entsprechend kein gemeinsames geografisches Territorium haben, sind Medien für deren heutige Form der Artikulation konstitutiv (Hepp 2011). Das Internet bildet ein zusätzliches Medium überräumlicher zwischenmenschlicher Kommunikation und dient wie bereits Telefone, Briefe und Fax zuvor vorwiegend der Unterstützung von Bekanntschafts- und/oder Verwandtschaftsbeziehungen. Zudem lassen sich aber online auch leichter neue Bekanntschaften schliessen als offline, sei es zu anderen Diasporamitgliedern oder Mitgliedern des Einwanderungslandes (Geser & Ideli 2011). Das Internet kann zusätzlich dazu verwendet werden „Inhalte gemeinsamer kultureller Tradition zu verbreiten oder die Identität des Kollektivs zu akzentuieren oder auf neuartige Weise zu definieren“ (Geser & Ideli 2011) und eröffnet neue Denkweisen betreffend Identität und Gemeinschaft (Georgiou 2002). Das Internet hat eigene soziale Regeln und ermöglicht eine andere Dynamik und Identität als im Offline-Leben (Georgiou 2002).

3 Fragestellung

Wie bereits beschrieben, handelt es sich bei der Diaspora im weiteren Sinne um Individuen oder ganze Nationen, die nicht mehr in ihrem Heimatstaat, also dem Staat, in dem sie geboren worden sind, sondern in einem ‚neuen‘ Staat leben. Diese Personen sind oft Hin- und Hergerissen zwischen dem Wunsch Ihre alten Traditionen und Normen zu bewahren und dem logischen Drang – den Weg des geringsten Widerstandes zu gehen - sich an die Aufnahmegesellschaft anzupassen. Die Diaspora sitzt also zwischen zwei Stühlen und viele Mitglieder bemühen sich darum sich entweder für den einen oder den anderen Stuhl zu entscheiden, müssen sich am Ende aber damit glücklich schätzen wenn sie es schaffen sich einen dritten Stuhl und damit eine sogenannte ‚Hybrididentität‘ zu schaffen. Diese Hausarbeit diskutiert nun die Identitätsbildung der Diaspora vor dem Hintergrund der Entwicklung neuer Kommunikationstechnologien und Informationsmedien und geht konkret auf den möglichen Einfluss des Internets auf die Identitätsbildung und Ethnifizierung von Migranten ein.

Laut Reutter et al. ist die These, dass Migranten Heimatmedien vor allem nutzen, um in Kontakt mit ihrer eigenen Kultur zu bleiben, die am weitesten verbreitete These (Reutter et al. 2009). So beschreiben Studien beispielsweise, wie die Inuit und andere indigene Völker des nördlichen Polarkreises durch Internet, Radio- und Fernsehsender den Kontakt zu ihrer Sprache, ihren Bräuchen und Traditionen aufrechterhalten, selbst wenn sie zum Beispiel in den amerikanischen Südstaaten leben. Ein weiteres Beispiel ist der Austausch über den Alltag zwischen weltweit verstreuten Griechen in speziellen Internet-Chatrooms. In dieser virtuellen Gemeinschaft wird ein Gefühl von Heimat und Zusammengehörigkeit medial vermittelt und die Erfahrung der Diaspora nicht nur durch das Mithören oder Mitansetzen der Kultur, sondern durch aktiven Austausch gemildert. Solche Programme können also ein wichtiges Mittel zur Erhaltung des kulturellen Erbes darstellen. Allerdings benötigt man trotzdem weitere nicht medial vermittelbare Systeme, um eine Kultur aufrechtzuerhalten oder ein Zugehörigkeitsgefühl zu erschaffen. Vertraute Gesten, Gerüche, Musik oder Nahrungsmittel sind wichtige Faktoren, um den Verlust der alten Heimat kompensieren zu können. Nichts desto trotz führen die meisten Versuche zu der Entwicklung einer Hybrididentität (Reutter 2009).

Um sich nun einer möglichen Antwort auf die Frage, ob das Internet einen Einfluss auf die Ethnisierung und die Identitätsbildung von Migrantinnen und Migranten hat zu nähern, werden im Folgenden fünf Beispiele von Diaspora Websites genannt und im Kontext erörtert.

4 Internetangebot für Migranten

Da das Online-Angebot weltweit zugänglich ist, scheinen nationale Grenzen bedeutungslos und das Internet grenzenlos zu sein. Man darf jedoch nicht vergessen, dass es doch bestimmte Barrieren in der Internetnutzung gibt. Sprachkenntnisse zum Beispiel beschränken die Auswahlmöglichkeiten. Gleichzeitig sind die Interessen der Nutzer sowie die Inhalte der Angebote meist auf ein nationales, regionales Umfeld fokussiert (Kissau 2008). Sprachkenntnisse und Themen wirken demnach grenzziehend und unterteilen das große Netz der Angebote in kleinere Einheiten, die große Ähnlichkeiten mit nationalen Einteilungen aufweisen. Migranten stellen in diesem idealtypisch skizzierten System einen Sonderfall dar, da sie sich oftmals sowohl für das Herkunftsland als auch für das Aufnahmeland interessieren und beide Sprachen beherrschen (ebd.). Migrantenmedien scheinen transnationale Räume zu sein, die mindestens zwischen drei ‚Polen‘ Brücken schlagen. Diese Pole sind die Diasporagemeinschaft, die Herkunft- und die Ankunftsgesellschaft. Es entstehen neue transnationale soziale Räume, welche „meist auf den Konstellationen der Herkunfts- und der Residenzregionen aufbauen, so dass sie sich in und zwischen den Polen positionieren und diese miteinander verbinden“ (Bonfadelli & Ideli, noch nicht veröffentlichter Bericht). Nutzern mit Migrationshintergrund stehen daher drei Arten an Angeboten zu Verfügung. Zum einen Internetseiten aus dem Heimatland, die auch das Heimatland betreffen, Internetseiten aus dem Einwanderungsland, die auch dieses im Allgemeinen betreffen und Internetseiten aus dem Einwanderungsland oder dem Heimatland, die speziell für Migranten konzipiert sind (Kissau 2008). Solche Websites stellen vor allem Linksammlungen zu weiteren medialen Angeboten von Organisationen oder Individuen dar, die alle Lebensbereiche wie zum Beispiel Religion oder Politik und Interessen wie Kunst oder Sport abdecken können. Diese Websites sind vor allem für Migranten interessant, deren Angehörige so stark verstreut leben, dass die Gründung einer lokalen Diaspora kaum möglich ist (Geser 2004). Aber das Internet verändert nicht nur persönliche Beziehungen zwischen in der Diaspora und

im Herkunftsland lebenden Menschen, sondern auch zwischen Diaspora und ihren Herkunftsstaaten, so dass Regierungen einen engeren Kontakt zu Ihren im Ausland lebenden Staatsbürgern etablieren können (Breidenbach & Zukrigl 2008).

Im Folgenden werden fünf ausgesuchte Internetseiten von und für Migranten vorgestellt und in Hinblick auf einen möglichen Einfluss auf die Integration bzw. Ethnifizierung der betreffenden ethnischen Gruppen diskutiert.

4.1 Albinfo.ch

Der Verein Albinfo, der von anerkannten Persönlichkeiten aus der albanischen Diaspora in der Schweiz sowie von schweizerischen Institutionen im Bereich des Journalismus, der E-Media und der Migrationspolitik, getragen wird, gründete im Oktober 2010 die gleichnamige Website. Verantwortlich für die Inhalte ist eine professionelle Redaktion in Lausanne und finanziert wird die Webseite aktuell hauptsächlich durch die Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA) und den Integrationskredit des Bundes (EKM) (Bonfadelli & Ideli, noch nicht veröffentlichter Bericht). Die Website Albinfo.ch wurde geschaffen, um zum einen die albanisch sprechenden Diaspora in der Schweiz zu erreichen und zum anderen dafür, Ihr einen offenen Raum für Kommunikation und Interaktion zur Verfügung zu stellen. Diese aktive Interaktion und Kommunikation soll sowohl die Integration in die Aufnahmegesellschaft erleichtern als auch die bestehenden Bindungen an die Herkunftsgesellschaft unterstützen – ohne das eine oder das andere auszuschliessen. Die Begründer wollen ein professionelles, qualitativ hochstehendes und politisch neutrales Informationsangebot und Kommunikationsservice für die albanisch sprechende Diaspora in der Schweiz schaffen sowie eine interaktive Plattform für Debatten, Kontakte und Networking für Einzelpersonen und Vereine, insbesondere zur Förderung des Integrationsprozesses in der Schweiz, aber auch zur sozioökonomischen Entwicklung im Balkan kreieren. Die Website soll Themenbereiche wie ‚intergenerationelle Herausforderungen der Migration‘ und Geschlechterverhältnisse bzw. die ‚Stellung der Frau‘ in der jeweiligen Bevölkerung thematisieren (Bonfadelli & Ideli, noch nicht veröffentlichter Bericht). Erste Experteninterviews zeigen jedoch, dass sich Nutzer der Website einig darüber sind, dass die Website zwar professionell und hilfreich sei, um Informationen von und über Albaner und Albanerinnen zu finden, sie allerdings keinen integrierenden Einfluss habe. Die Experten sind der Meinung, dass vor allem gut integrierte

Albaner und Albanerinnen der zweiten und dritten Generation die Website kaum nutzen würden, weil sie ja auch schweizer Medien verstehen, die ihnen in Massen zur Verfügung stünden und, dass gerade die Albaner und Albanerinnen, die eher schlecht integriert sind – oftmals die erste Generation – auch das Internet kaum nutzen würden. Diese lesen eventuell mal eine Zeitung, aber noch vielmehr würden sie sich über das albanische Satellitenfernsehen informieren (Bonfadelli & Ideli, noch nicht veröffentlichter Bericht). Andere Studien zeigen, dass Albaner und Albanerinnen allgemein dazu tendieren sich gut zu integrieren. So zum Beispiel die Albaner in Italien. Diese würden laut Mai hauptsächlich italienische Medien nutzen (Mai 2005), so dass sich die Frage nach dem Integrationseinfluss von Heimatmedien erübrigen würde. Eine interessante Kritik gegenüber der Website nennt Prof. Dr. Janine Dahinden von der Universität Neuenburg. Sie erklärte im Rahmen der Experteninterviews, dass sie solchen Websites, die sich nur nach einer Nationalität orientieren, grundsätzlich kritisch gegenüber stünde. Zum einen, weil diese Seiten eine starke Gefahr der Ethnisierung in sich tragen und zum anderen, weil sich immer die Frage nach den Akteuren und deren Zielen stellen würde. Sie würde viel eher ein Internetprojekt begrüßen, das auf alle Migrantinnen und Migranten, ethnische Grenzen übergreifend, gerichtet ist. Immerhin sollten sich alle Migranten unabhängig von Ihrer Ethnienzugehörigkeit für etwa die gleichen Themen in Ihrem neuen Wohnort und über ihre Aufnahmegesellschaft interessieren (Bonfadelli & Ideli, noch nicht veröffentlichter Bericht).

4.2 *Nineveh.com*

Die Website *Nineveh.com* hat ebenfalls das Ziel Migranten und Migrantinnen eine Plattform zu bieten, auf der Sie sich zu jeder Tages- und Nachtzeit informieren, Traditionen und Kultur verfolgen können und um mit andern Angehörigen ihrer Volksgruppe in Beziehung zu treten. Unter dem Motto ‚the internet is our only home‘ haben sich die Assyrer im Vergleich zu den Albanern aber tatsächlich im Internet bereits früh eine virtuelle Ersatzheimat geschaffen, die den „doppelten Zweck verfolgt, einerseits die Solidarität und traditionelle Kohäsion der Ingroup zu verstärken und andererseits die Existenz und Identität der Volksgruppe in der Weltöffentlichkeit zum Ausdruck zu bringen“ (Geser 2004). Ihrer umfassenden Zielsetzung entsprechend profiliert sich *Nineveh.com* durch ein vielfältiges Informationsangebot, das sich von aktuellen Nachrichten über eine wöchentliche Online-Zeitschrift bis zu antiken Do-

kumenten erstreckt. Die Website bietet neben Schrifttexten auch Bilder, Videos und Audiofiles mit traditioneller Musik sowie unterschiedliche interaktive Anwendungen wie zum Beispiel regelmässige Chat-Stunden, die der Auslegung von Bibeltexten gewidmet sind. Es gibt auch spezielle virtuelle Jugend- und Frauenclubs, in denen man sich austauschen kann. Erst die digitale Revolution hat aber die Voraussetzungen geschaffen, um einerseits die verstreuten Diasporagruppen miteinander zu vernetzen, und um andererseits auch isolierte Volksangehörige, die nicht in solchen Gruppierungen integriert sind, den Zugang zu permanenter Interaktion mit anderen Volksangehörigen zu eröffnen (Geser 2004).

4.3 Theinder.net

Die Nutzer der Website Theinder.net verstehen sich als ‚junge indische Internet Community‘ und haben das Ziel „Menschen im Internet zusammenzubringen, die Kommunikation untereinander zu fördern, Projekte vorzustellen und über das Land Indien an sich zu informieren“ (Goel 2002). Über 600 Jugendliche sind offiziell Mitglied von Theinder.net, mehr als 800 haben sich im Forum registrieren lassen und viele weitere besuchen die Seite regelmässig. Die meisten Nutzer und Nutzerinnen sind Mitglieder der zweiten Generation der Inder und Inderinnen in Deutschland und zwischen 16 und 25 Jahre alt. Nur wenige Deutsche und Inder aus Indien nutzen die Seite. Gleichgesinnte nutzen Theinder.net um Geselligkeit zu finden, Leute kennen zu lernen und um sich zu verabreden oder auszutauschen (Goel 2002). Insgesamt dominiert der Aspekt der Geselligkeit. Kontakte, die in der physischen Welt geknüpft wurden, werden im virtuellen Raum gepflegt. Kontakte, die im virtuellen entstanden sind, finden in der physischen Welt ihre Weiterentwicklung. Der virtuelle Raum ist somit mit dem lokalen Geschehen in Deutschland eng verbunden. Die redaktionellen Teile der Internetplattform vermitteln vor allem Informationen über Veranstaltungen in Deutschland, die asiatische Musik- und Filmszene sowie über Gesellschaft und Politik in Indien. Gelegentlich sind auch Artikel zum Thema Identität in Deutschland zu finden. Die Themen in den interaktiven Foren sind vielfältig und reichen von dem im Internet üblichen Small Talk über die Suche nach Partnern und der Diskussion von Partys bis zu Debatten über aktuelle Ereignisse in Indien, indische Traditionen in Deutschland oder die eigene Zugehörigkeit. Indien scheint mehr oder weniger präsent in dem Leben der Inder und Inderinnen der zweiten Generation in Deutschland zu sein. Ohne das Medium Internet hätte sich dies nur schwer etablieren lassen, da

die Mitglieder der zweiten Generation in Deutschland verstreut über das gesamte Land leben und in absoluten Zahlen sehr wenige sind. In Großbritannien herrscht eine grösser Dichte an indischen Migranten und Migrantinnen und dort können Netzwerke leichter im physischen Raum aufgebaut werden. Sowohl die Inder und Inderinnen in Deutschland als auch die in Grossbritannien wollen zwar nicht unbedingt zurück in ihre Heimat, wollen aber dennoch ihre Kultur und Traditionen bewahren. Hierzu gehört auch ein ausgeprägtes Netz transnationaler Verflechtungen, in das die jeweiligen nationalen Gemeinschaften eingebunden sind. „Für die Mitglieder der zweiten Generation bedeutet dies, dass sie mit ethnischen Kategorisierungen aufwachsen, mit ethnisch begründeten Verhaltensweisen konfrontiert werden und ein erheblicher ethnischer Assimilationsdruck auf ihnen liegt“ (Goel 2002). Sie müssen sich daher fast zwangsläufig mit ihrer ethnischen Identität auseinandersetzen und Räume finden, an denen sie diese aushandeln können. Der Erfolg der Internetplattform Theinder.net deutet an, dass in diesem Kontext dem virtuellen Raum eine besondere Rolle zukommt (ebd.).

4.4 Kurdmania.com

Studien ergeben, dass sich kurdische Migranten in Deutschland zu einer Art digitalen Diaspora zusammengeschlossen haben. Dies geht aus den Interessen und Aktivitäten sowohl der Anbieter als auch der Nutzer hervor. Die Mitglieder dieser digitalen Diaspora haben ihre Herkunftsregionen überwiegend seit dem Anfang der 1980er Jahre bis Anfang der 2000er Jahre hauptsächlich aus politischen Gründen verlassen und sind häufig Einwanderer der ersten Generation (Candan 2009). Zentrales politisches Ziel ist die Herkunftsregion und die kurdische Sache. Die Ziele der digitalen kurdischen Diaspora in Deutschland sind Information, Austausch, Identitätsstiftung und Mobilisierung für die kurdische Sache. Sowohl die Betreiber der Webseiten wie zum Beispiel Kurdmania.com als auch die Anbieter der befragten Webseiten sehen im Internet eine einmalige Gelegenheit der freien Meinungsäusserung für die Kurden. Die Motive der Anbieter sind fast immer die Gleichen. Es geht darum, die Mitglieder der kurdischen Diaspora, die Öffentlichkeit im Aufnahmeland, die Kurden in den Herkunftsregionen und die internationale Öffentlichkeit über die kurdische Sache zu informieren und zu aktiver Politik auf zu rufen (Candan 2009). Die Anbieter wollen der Annahme, dass die Mainstream Medien Nachrichten, die die

Herkunftsregionen der Kurden betreffen, nicht erwähnen bzw. ihrer Meinung nach manipuliert wiedergegeben, entgegentreten (ebd.).

4.5 Kythera-family.net

Kythera-family.net ist eine Plattform, die als Hybridmedium genutzt wird. Die Produktion von Repräsentationen und Diskursen geschieht nicht durch eine Redaktion, sondern durch das Publikum selbst. Die Seite steht und fällt mit dem Engagement ihrer Nutzer. Es gibt zwar eine Redaktion – in Person des Gründers der Site sowie eines Administrators –, aber diese überprüfen die neuen Einträge nur auf eventuell unpassende und/oder sittenwidrige Inhalte. Findet sich nichts dergleichen; unternimmt die Redaktion auch nichts (Pentsi 2008, S.79). Es sind vor allem griechische – genau kytherianische - Migranten der zweiten und dritten Generation in Australien, die die Website nutzen. Kythera-family.net macht kulturelles Material über Kythera einer größeren Öffentlichkeit zugänglich. Die Website bietet ein umfangreiches und vielfältiges Angebot an Wissen und Informationen rund um die Kultur der Insel Kythera und ihre Bewohner bzw. Nachkommen, das allen Nutzern der Seite zur Verfügung steht und kann daher als Informations- und Wissensressource beschrieben werden (ebd., S.79). Jeder Nutzer, der sich registriert hat und eingeloggt ist, hat über die Website die Möglichkeit, Kontakt zu anderen Nutzern aufzunehmen. Die Website bietet auch die Möglichkeit von Gruppendiskussionen. Aus Sicht der Nutzer, die selbst dazu beitragen, die Seite zu einer Informations- und Wissensressource werden zu lassen, indem sie Einträge posten, kann Kythera-family.net auch als Veröffentlichungsmedium beschrieben werden. Im Allgemeinen liegt die Bedeutung der Seite für die kulturelle Identität ihrer Nutzer darin, dass sie diesen in vielfältiger Weise ermöglicht, diasporische Identitäten herzustellen bzw. zu bewahren. Je nachdem, wie der Bezug zu ihrer (Trans-)Kultur bisher ausgeprägt ist und welche Charakteristika bzw. Nutzungsmöglichkeiten der Website im Vordergrund stehen, können diese beiden übergreifenden Bedeutungsdimensionen – Herstellung und Bewahrung diasporischer Identität – jeweils unterschiedlich interpretiert bzw. akzentuiert werden, wie sich an der Definition der einzelnen Kategorien ablesen lässt (ebd., S.89).

5 Zwischenfazit

In den letzten Jahren hat eine Explosion an Websites im Internet stattgefunden und unter anderem entstanden auch viele Internet Websites über, von und für Migranten und Migrantinnen. Wie im vorherigen Abschnitt beschrieben, genießt das Internet bei Migranten und Migrantinnen eine große und zunehmende Popularität, weil es ihnen dadurch erstmals auf breiter Basis möglich wird, ihre eigenen Ethnomedien zu kreieren, womit sie auch erstmals wirklich die Möglichkeit erhalten, sich selbst zu verorten (Pentsi 2008). Allerdings gibt es zurzeit nur lückenhafte Daten betreffend der genauen Gründe und Ziele der Internetnutzung von Migranten und Migrantinnen (Karim 2004). Zudem existieren zurzeit noch viel häufiger Internetseiten, die das Thema Integration und Migration behandeln, sich dabei aber an eine Aufnahmegesellschaft richten (Kissau 2008, S.191). Obwohl einige Diaspora Websites auch wissenschaftliches und archivalisches Informationsmaterial zur Verfügung stellen, sind sie doch hauptsächlich dafür konzipiert als Mittel zur Verbreitung kulturellen Wissens zu fungieren (Karim 2004). Eine Studie von Bonfadelli und Bucher zeigt des Weiteren, dass Jugendliche in der Schweiz hauptsächlich deutschsprachige Medien nutzen. Vor allem Printmedien werden fast ausschliesslich in deutscher Sprache genutzt. Bezüglich Fernsehen und Internet in Form von Chats, E-Mail etc. lässt sich jedoch festhalten, dass Migrantenkinder diese zu 50% auch in der Herkunftssprache verwenden (Bonfadelli & Bucher 2007).

Betrachtet man die zuvor vorgestellten Websites lässt sich zusammenfassen, dass das Internet scheinbar kaum Einfluss auf die Ethnifizierung und Identitätsbildung im Kontext der Integration von Albanern in der Schweiz hat, hingegen die kurdischen und indischen Websites tatsächlich eine Art digitale Diaspora hervorbringen. In diesem Sinne scheinen wohl noch weitere Variablen in Betracht gezogen werden zu müssen, um die Fragestellung dieser Hausarbeit beantworten zu können. Es sieht so aus als müsse man hierzu wissen, ob die zu betrachtende Ethnie einen eigenen geographisch existenten Staat besitzt, ob Diasporamitglieder sich in dem Einwanderungsland räumlich verdichten können oder nicht und eventuell müsste man sogar die Entfernung zum Heimatort der betreffenden Migranten anschauen. So fühlen sich Albaner (Europa) in der Schweiz (Europa) eventuell nicht ganz so fremd wie Inder (Asien) in den USA (Amerika) und besuchen ihre Heimat öfter persönlich, wo

sie dann auch auf den Rest der Diaspora treffen, so dass die Erstellung einer digitalen Diaspora nicht oder weniger notwendig erscheint als für Inder in den USA.

Beim Studieren der Literatur bezüglich Medien und Ihrem Einfluss auf Ethnifizierung und Identitätsbildung stösst man zusätzlich immer wieder auf die Begriffe wie Medienghettos und Hybrididentitäten, welche im Folgenden kurz dargestellt werden, um den Kontext dieser Hausarbeit etwas breiter zu fassen.

6 Medienghettos

Wie bereits erwähnt sind es vor allem Migranten und Migrantinnen der ersten Generation, die aufgrund von Sprachproblemen oft ausschliesslich Medien aus der Heimat zur Kommunikation oder Informationsbeschaffung verwenden, so dass von sogenannten *Medienghettos* gesprochen werden kann (Bonfadelli & Ideli, noch nicht veröffentlichter Bericht). Migranten und Migrantinnen der ersten Generation sind meist in einem höheren Alter und beherrschen nicht nur die Sprache des Einwanderungslandes schlechter als Ihre Kinder und/oder Enkel, sondern kennen sich auch mit neuen Technologien wie dem Internet meist schlechter aus. Oft bestehen diese auch noch mehr als die Nachfolgenerationen auf alten Traditionen und Gewohnheiten und legen weniger Wert darauf sich in dem Einwanderungsland bestmöglich zu integrieren – immer vor dem Hintergrund eines Tages in die Heimat zurück zu kehren. Im Sinne einer Medienghetto-These können so die Medien aus dem Herkunftsland dazu beitragen, dass Ausländer sich im Aufnahmeland kaum integrieren (Herrmann & Bucher 2008). Tatsächlich zeigen Studien in der Schweiz, dass insbesondere Mitglieder der Nachfolgenerationen sowohl die schweizerischen Rundfunkprogramme als auch jene aus ihren Heimatländern nutzen (Bonfadelli & Ideli, noch nicht veröffentlichter Bericht). Allerdings scheinen Unterschiede zwischen Personen mit und ohne Migrationshintergrund in der Schweiz bezüglich der Mediennutzung sich weniger bei der Nutzung von Medieninhalten, sondern vielmehr beim Umgang mit Medien, der Sprache sowie bei der Anschlusskommunikation zu zeigen (Herrmann & Bucher 2008). Von einem Medienghetto in der Schweiz kann daher also nicht gesprochen werden. Eine gewisse Isolation entstünde laut Hermann und Bucher allenfalls mangels Anschlusskommunikation mit Schweizern (ebd.).

7 Hybrididentitäten

Eine interessante Auswirkung von Globalisierung auf die kulturelle Identitätsbildung sind Entstehungen sogenannter Hybrididentitäten (Hugger 2009). Das Hybridmodell stellt Begriffe wie Nation und Ethnie sowie die homogenisierenden Vorstellungen von identisch und authentisch definierten kulturellen Wurzeln oder Traditionen in Frage und erkennt das Uneinheitliche und Mehrdeutige positiv an (Kissau 2008). Hybridisierungsprozesse lassen sich besonders gut bei jugendlichen Migranten beobachten, weil sie als Einwanderer der zweiten oder dritten Generation mit mehreren nationalen, ethnischen sowie kulturellen Zugehörigkeiten aufwachsen. Diese Mehrfachzugehörigkeit führt zu Konflikten mit der eigenen Identität und erschwert die Anpassung in die Einwertigkeit der vorherrschenden Zugehörigkeitsordnung (Bonfadelli 2008). Migrantenkinder beginnen ‚eigene ethnische Zugehörigkeiten‘ aufzubauen, da sie sich weder zu ihrem Heimatland, das viele regelmässig besuchen, noch zu ihrem Einwanderungsland, in dem sie leben, eindeutig zugehörig fühlen. Nicht selten fragen sie sich, was es ist, das ihre eigene Ethnie definiert. Ist es das Aussehen, der Pass, der Name, der Geburtsort oder die Herkunft der Eltern? Oder vielleicht Sprache und Kultur, die sie aber als Migrantenkinder immer in mindestens zweifacher Ausführung besitzen und beherrschen. Letztendlich scheint keine dieser Dimensionen ausschlaggebend für die eigene Identität. Jugendliche Migranten werden im Einwanderungsland als Ausländer bezeichnet, aber genauso auch in ihrem Herkunftsland. Auch im Herkunftsland sind Migrantenkinder nicht integriert, da Sie Umgangsformen und Normen nicht vollständig und nur aus Ihren Erfahrungen zu Hause und unter anderen Voraussetzungen im Einwanderungsland kennen, und bleiben sozusagen Ausländer. Dieser Zwischenstatus kann bei ihnen einen Mangel an persönlicher Anerkennung herbeiführen. Online-Communities schaffen als wichtige Sozial- und Bildungsräume des Internets nationale, ethnische und kulturelle Hybrid Umgebungen der Identitätskonstruktion für junge Migranten und Migrantinnen oder zumindest Umgebungen, die von den Jugendlichen als solche wahrgenommen werden (Bonfadelli 2008). Andererseits zeigen Befunde aus der Schweiz sowohl bei Jugendlichen als auch bei Erwachsenen, dass der Zugang zum Internet in ausländischen Familien mit 87% fast gleich gross ist wie in Schweizer Familien (92%) (Bonfadelli & Ideli, noch nicht veröffentlichter Bericht). Nach Reutter sind Hybrididentitäten das Ergebnis der Suche nach einer Verwurzelung in der Herkunfts- und in der

Aufnahmekultur. Hybridenidentitäten entstehen, wenn Migranten weniger versuchen gemeinschaftlich geteilte Sehnsüchte zu befriedigen, sondern sind stärker um den Aufbau einer wirklich eigenen Identität bemüht (Reutter 2009).

8 Schlussfolgerungen

Das Auftreten von Studien über Diasporas ist relativ neu in der Wissenschaft und die spezifische Untersuchung von Medieneinfluss auf Diasporas ist erst wenig erforscht worden, obwohl transnationale Kommunikation zwischen Diasporas schon seit Jahrhunderten existiert (Karim 2007). Noch seltener wurde der Aspekt der Integration mit in derartige Studien einbezogen (Kissau 2008). Die Möglichkeit, dass Individuen auf unterschiedlichen Kontinenten, in unterschiedlichen Ländern etc. untereinander kommunizieren können und jederzeit Zugang zu Informationen der Gemeinschaft haben hat die Dynamik von Diasporas verändert. In Deutschland ist ein muttersprachliches Medienangebot für nahezu alle Migrantengruppen gewährleistet, ähnlich sieht es auch in der Schweiz aus. Von Fernseh- und Hörfunkangeboten bis zu umfangreichen Printangeboten stehen den Migranten verschiedenste Medien zur Verfügung und natürlich wächst das Internet immer mehr in seiner Bedeutung (Jaber & Boruch 2010, S.32). Jedoch verwenden nicht alle Generationen jede Art von Medien gleichermassen. Die erste, im Allgemeinen eher schlechter integrierte Generation (Jaber & Boruch 2010, S.33), sowie Personen mit niedriger Bildung (Karim 2007) verwenden vor allem das Fernsehen als Unterhaltungsmedium während die zweite oder dritte Generation das Internet häufiger nutzt (Jaber & Boruch 2010, S.33).

Melkote und Liu haben diesen Zusammenhang als erste Wissenschaftler im Jahr 2000 empirisch untersucht. Die Autoren analysierten den chinesisch sprachigen Internetgebrauch von Chinesen in den USA und kamen zu dem Ergebnis, dass diese Form von Internetnutzung zu einer Akkulturation des Verhaltens führte und ihre ethnischen Werte und ihre chinesische Identität eher bewahrt wurde als ohne den Internetgebrauch von chinesischen Websites (Kissau 2008, S.89). Insgesamt folgerten sie, dass das Internet zu einer pluralistischen Integration der Migranten und Migrantinnen beiträgt (Kissau 2008, S.90). Man kann also anhand Studien und Websites wie zum Beispiel Nineveh.com bestätigen, dass digitale Nationenbildung und Identitätsbildung tatsächlich reale Phänomene sind, besonders bei Ethnien ohne eigenen

Staat wie den Tamilen aus Sri Lanka oder den Kurden aus dem Mittleren Osten. Diese Ethnien nutzen das Internet zusätzlich um genau auf diese Tatsache aufmerksam zu machen und um zu kommunizieren, dass sie unabhängige Ethnien oder Nationen darstellen (Candan & Hunger 2008). Das Internet schafft es Angehörigen einer Ethnie ungeachtet ihrer geographischen Verteilung in eine interaktive Kommunikationsstruktur einzubeziehen, die dank ihrer Flexibilität und Multimedialität praktisch allen Aspekten ihrer Volkstradition einerseits und ihrer aktuellen Diasporaproblematik andererseits Rechnung tragen kann. Wie beschrieben kann sich bei zahlreichen Migrantengruppen die Onlineinteraktion auch auf E-Mail Verkehr beschränken, um den Kontakt zu Verwandten und Freunden zu pflegen. In diesem Fall stehen vor allem die radialen Beziehungen zwischen den Emigranten und ihren im Herkunftsland verbliebenen Angehörigen im Vordergrund, während umfassendere translokale Vernetzungen nur in der Masse entstehen, als Angehörige derselben Familien oder Standesgruppen sich in den Diasporas verschiedener Länder befinden (Geser 2004).

Das Internet ist zu einem Ort geworden, indem nicht alle Ethnien sich einer einzelnen globalen Ethnie unterordnen, sondern wo jeder seine eigene Ethnie unterstützt und in ihre Onlineaktivitäten partizipieren kann. Diasporagemeinschaften greifen sehr gezielt bei der Bildung der eigenen Identität auf das Medium Internet zurück. Dies führt dazu, dass die gemeinsame Identität der Diasporamitglieder und teilweise auch zwischen den Diasporamitgliedern und den Mitgliedern ihrer Ethnie in ihren Herkunftsländern entwickelt, gefördert und teilweise gestärkt wird (Candan 2009). Das Auftreten des Internets hat sich also für Diasporagemeinschaften zweifellos als sehr nützlich erwiesen (Candan 2009). Dennoch darf die Wirkung des Internets auf die Identitätsbildung von Migranten nicht überschätzt werden. Oft scheint es so, dass eher Migranten mit niedriger schulischer Bildung dazu tendieren im Internet nach Gleichgesinnten zu suchen und ihr ‚Identitätsproblem‘ schlechter im Griff zu haben, als besser gebildete Migranten. Jene nutzen häufiger auch Medien der Heimat und vernetzen sich online mit anderen Migranten oder Personen aus der Heimat. Wie man sieht ist das Leben in der Diaspora ein Leben zwischen den Stühlen und eventuell Fluch und Segen zu gleich. Zum einen fühlen sich Migranten einer ständigen ‚Identitätskrise‘ ausgesetzt, zum anderen besitzen sie aber - im Gegensatz zu Nicht-Migranten – Erfahrungen und Wissen über die Welt, die und das eventuell hilfreich im Leben sein können.

Literaturverzeichnis

BONFADELLI, H. & BUCHER, P. (2008). „Jugend, Medien und Migration. Empirische Ergebnisse und Perspektiven.“ VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

BONFADELLI, H. & BUCHER, P. (2007). „Jugendliche mit und ohne Migrationshintergrund. Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Umgang mit Medien.“ Juventa Verlag, Mannheim.

BÖS, M. (2008). „Ethnizität.“ In: Handbuch Soziologie. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 55-76.

BREIDENBACH, J. & ZUKRIGL, I. (2008). „Vernetzte Diasporas. Das virtuelle Leben von Migranten.“ Interkulturelle Kommunikation in der Diaspora, München, 277-291.

CANDAN, M. & HUNGER, U. (2008). „Nation Building Online: A Case Study of Kurdish Migrants in Germany“. German Policy Studies Volume Four, Number 4, 125-153.

CANDAN, M. (2009). „Digitaldiaspora- Nationenbildung im Internet“. Hausarbeit zur Erlangung des Grades eines Magister Artium der Philosophischen Fakultät. Westfälische Wilhelms- Universität Münster, Westfalen.

DIERSCHKE, T. (2009). „Warum eigentlich Gemeinschaft? Überlegungen zum analytischen Potential des Gemeinschaftsbegriffs am Beispiel der politischen Internetnutzung von Migranten.“ In: Internet und Migration Teil 1, 131-148.

Düvel, C. (2008). „Lokal – translokal – digital: Kommunikative Vernetzungsprozesse junger russischer Migranten in Deutschland via digitaler Medien.“ PPI WORKING PAPER 6 (MÜNSTER 2008). <http://ppi.uni-muenster.de>

JABER, D. & BORUCH, J. (2010). „Medienumgang und Identitätsbildung von Jugendlichen mit Migrationshintergrund“. Hochschule für angewandte Wissenschaft, Hamburg.

GEORGIU, M. (2002). „Diasporic media and the construction of ethnic and Multiethnic publics.“ London School of Economics, Barcelona.

GEORGIU, M. (2002). „Diasporic Communities On-Line: A Bottom Up Experience of Transnationalism.“ Journal Hommes et Migrations, London.

GESER, H. (2004). „Der Nationalstaat im Spannungsfeld sub- und transnationaler Online- Kommunikationen.“ In: Sociology in Switzerland: Towards Cybersociety and Vireal Social Relations. Online Publikationen, Zuerich. http://socio.ch/intcom/t_hgeser10.pdf

GESER, H. & IDELI, M. (2011). „Ethnische Selbstorganisation Online.“ In: Sociology in Switzerland. Towards Cyberspace and Vireal Social Relations. Online Publikationen, Zürich. http://socio.ch/intcom/t_hgeser25.pdf

GOEL, U. (2002). „Forschungsprojekt: Die virtuelle zweite Generation. InderInnen in Deutschland und www.theinder.net.“ www.urmila.de/UDG/Forschung/hintergrund.html

HEPP, A. et al. (2011). „Mediale Migranten.“ VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

HERRMANN, T. & BUCHER, P. (2008). „Medienghetto oder Integrationshilfe?“ Schulblatt des Kantons Zürich, Zürich.

HILLMANN, K.H. (2010). „Integration.“ In: Wörterbuch der Soziologie. Alfred Kröner Verlag, Stuttgart, 383-384.

HUGGER, K.U. (2009). „Suche nach sozialer Anerkennung und Vergewisserung von Zugehörigkeit: Junge Migranten und die Verarbeitung von Hybrididentität im Internet.“ In: Internet und Migration Teil 1, 53-72.

KARIM, H.K. (2004). „Virtual diasporas and global problem solving project papers.“ School of Journalism and Communication, Carleton University, Ottawa.

KISSAU, K. (2008). „Das Integrationspotential des Internet für Migranten.“ VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

KISSAU, K. & HUNGER, U. (2008). „The Internet as a means of studying transnationalism and diaspora?“ Institut für Politikwissenschaft, Münster.

KISSAU, K. & HUNGER, U. (2009). „Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde.“ VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

KIRSTEIN, A. (2004). „Die Identitätsbildung von (Migranten-)Kindern.“ Humboldt Universität zu Berlin, Lehrbereich Mikrosoziologie, Berlin.

MAI, N. (2005). „The Albanian Diaspora-in-the-Making: Media, Migration and Social Exclusion.“ Journal of Ethnic and Migration Studies, Vol. 31, No. 3, 543-561.

MIKOS, L., HOFFMANN, D. & WINTER, R. (2007). „Mediennutzung, Identität und Identifikation. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen.“ Juventa Verlag Mannheim und München.

PENTSI, A. (2008). „Internetnutzung in der Diaspora. Eine theoretische und empirische Analyse des Zusammenhangs von Internet, Migration und kultureller Identität am Beispiel von kythera-family.net.“ Überarbeitete Version der Hausarbeit an der Freien Universität Berlin.

REUTTER, J., SCHINDLER, D.A., SCHULZ, C. & UNTERBERGER, M. (2009). „Heimatmedien und Medienheimat. Empirische Herleitung eines Modells zur Klassifizierung der Heimatmediennutzung durch Migranten.“ In Medien, Migration, Identität. Migranten und ihre Mediennutzung. Drei Projektberichte aus der Urbanregion Stuttgart.

TREIBEL, A. (2008). „Migration.“ In: Handbuch Soziologie. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 295-318.

WEBER, M. (2001). „Wirtschaft und Gesellschaft – Die Wirtschaft und die gesellschaftlichen Ordnungen und Mächte.“ Nachlass, Teilband 1: Gemeinschaften, Tübingen.

WILLEMS, H. & HAHN, A. (1999). „Identität und Moderne.“ Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main.

„Nationale Identität“ http://www.contradictio.de/nat_identitaet.html. Stand Juni 2012.