

2 Mediatisierung und Aneignung digitaler Medien

Dieses Kapitel soll die vorliegende Arbeit innerhalb des Faches der Kommunikations- und Medienwissenschaft verorten. Hierfür werden im ersten Teil die relevanten Theorien und Begrifflichkeiten dargelegt, vor deren Hintergrund anschließend im zweiten Abschnitt konkrete Konzepte formuliert werden, mit denen sich theoretische Annahmen anwenden und für eine empirische Analyse fruchtbar machen lassen. Ziel des ersten Teils dieses zweiten Kapitels *Annäherungen: Die Konzepte der Mediatisierung und Medienaneignung* (2.1) ist es, den theoretischen Rahmen der Arbeit abzustecken und in die zugrunde gelegten Begriffe und Konzepte einzuführen, die für eine Annäherung an eine Auseinandersetzung mit der Aneignung digitaler Medien in heutigen Gesellschaften notwendig erscheinen. Hierzu gliedert sich das Kapitel in drei Abschnitte: Erstens bildet für eine Auseinandersetzung mit kommunikativen Vernetzungsprozessen junger russischer Migranten über digitale Medien die Meta-Theorie der Mediatisierung zur Analyse medien- und soziokultureller Wandlungsprozesse aus kommunikations- und medienwissenschaftlicher Perspektive eine der zwei zentralen Theoriesäulen der vorliegenden Arbeit. Ins Zentrum der Betrachtung rücken ausgehend von Mediatisierung eine Beschäftigung mit medialen Hybridisierungsprozessen und Kommunikationswandel in heutigen Gesellschaften. Zweitens erfolgt anschließend eine Darstellung der Theorie der Medienaneignung, deren Konzept gleichzeitig den Analyserahmen bildet. Hierbei wird erstmalig auf die Cultural Studies als Forschungsparadigma Bezug genommen, indem Medienaneignung nicht im Kontext der Rezeptionsforschung, sondern aus kulturtheoretischer Perspektive diskutiert wird. Den ersten Teil des Kapitels abschließend werden drittens die Notwendigkeit sowie die Besonderheiten der Medienaneignung in der Betrachtung komplexer digitaler Medienumgebungen dargelegt. Im zweiten Teil des Kapitels *Netzwerkorientierte Zugänge in digitaler Medienaneignung* (2.2) geht es darum, Mediatisierungsprozesse anhand konkreter Konzepte zu erörtern, um sie für die später folgende empirische Analyse nutzbar zu machen. Ausgangspunkte hierfür stellen die zwei Konzepte *kommunikative Mobilität* und *kommunikative Konnektivität* dar, die in den ersten beiden Abschnitten herausgearbeitet werden, um sich konzeptionell sowie analytisch den Vernetzungsphänomenen von Individuen mit digitalen Medien zu nähern. An diese theoretische Zugangsweise anknüpfend erfolgt im dritten Abschnitt ein Über-

blick zum aktuellen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschungsstand dieses Themenfeldes. Damit verbunden ist ebenso eine Auseinandersetzung mit dem Begriff des Ortes als Lokalität und dessen Wandlungsprozess durch die Aneignung digitaler Medien, in dessen Zusammenhang das Kapitel abrundend im letzten Abschnitt in den Ansatz der Translokalität eingeführt, der in Bezug auf die dieser Studie zugrunde liegende transkulturelle Perspektive diskutiert wird.

2.1 Die Konzepte der Mediatisierung und Medienaneignung

Einen zentralen Ausgangspunkt der vorliegenden Arbeit bildet die kommunikations- und medienwissenschaftliche Meta-Theorie⁹ der *Mediatisierung*, die als breiter Rahmen eine der zwei theoretischen Säulen meiner Arbeit darstellt, neben dem in den Cultural Studies verankerten Ansatz der Diasporaforschung. Mediatisierung hebt ab auf komplexe Wandlungsprozesse in der Auseinandersetzung mit der Bedeutung von Medien, Medienaneignung und Kommunikation. Friedrich Krotz (2006) identifiziert Mediatisierung neben Globalisierung, Individualisierung und Kommerzialisierung als einen der vier prägenden Metaprozesse heutiger Gesellschaften. Zentral für meine Untersuchung ist Mediatisierung insbesondere deshalb, da sich dieses Konzept ein als theoretischer und analytischer Rahmen eignet, um sämtliche mediatisierten Kommunikationsformen und -prozesse vor dem Hintergrund aktueller medialer sowie soziokultureller Wandlungsprozesse zu betrachten. Dabei verweist eine Auseinandersetzung mit Mediatisierung selbst auf einen Perspektivenwandel innerhalb des Faches der Kommunikations- und Medienwissenschaft innerhalb der letzten Jahre: Bis vor kurzem stand im Kern kommunikations- und medienwissenschaftlicher Untersuchungen noch die Analyse der Beziehung zwischen Massenmedien und gesellschaftlichen Institutionen bzw. Bereichen, wie z.B. Politik, Familie oder Umwelt. Mittlerweile ist allerdings ein Wandel in der Blickrichtung erkennbar, indem es nicht mehr darum geht, den massenmedialen Einfluss auf diese bisher als von den Medien unabhängig existierend betrachteten gesellschaftlichen Bereiche zu untersuchen, sondern vielmehr Gesellschaft und alle ihre Organisationsformen als von Medien und Medienkommunikation „durchdrungen“, eben mediatisiert, zu begreifen, Sonia Livingstone macht diesen Wandel beispielsweise auch anhand der sich verändernden Buchtitel im Fach fest:

“Several decades ago, typical book titles included Mass Communication and Society, Mass Communication and Public Health, Television and the Child,

⁹ Mit Meta-Theorie bzw. Metaprozess sind in Anlehnung an Krotz (2006) solche Art Langzeitentwicklungen zu fassen, die für das heutige Zusammenleben von Menschen von Bedeutung sind, die allerdings weder einen konkreten Anfangspunkt oder eine Richtung haben, noch auf ein bestimmtes Gebiet beschränkt bleiben. Vielmehr erlauben Metaprozesse wie Mediatisierung die Fokussierung gesellschaftlicher Wandlungsprozesse (Krotz 2006: 29).

Television and the Public Sphere, Television and the Public, and so forth. The form was that of 'Mass Communication and . . .' or 'Television and . . .' Now, we examine 'Mediated . . .', with the focus on the verb - as in Mediated Politics, The Mediation of Power, Mediating the Nation, Mediating the Family, Mediating Culture, Mediated Sex." (Livingstone 2009)

Auszumachen ist demzufolge ein Perspektivenwandel weg von ‚den Medien‘ als Ausgangspunkt hin zu Prozessen von Mediatisierung, die allgegenwärtig sind. Livingstone weiter:

„It seems that we have moved from a social analysis in which the mass media comprise one among many influential but independent institutions whose relations with the media can be usefully analyzed to a social analysis in which everything is mediated, the consequence being that all influential institutions in society have themselves been transformed, reconstituted, by contemporary processes of mediation." (Livingstone 2009: 2)

Als ein prozessorientiertes Konzept zur analytischen Darstellung der Rolle der Medien in Bezug auf soziokulturelle Wandlungsprozesse hat Mediatisierung inzwischen eine Schlüsselbedeutung inne und insbesondere in den vergangenen Jahren innerhalb der europäischen Kommunikations- und Medienwissenschaft an großer Bedeutung gewonnen, weshalb es in zahlreichen Studien aufgegriffen wird. Die große Bedeutung und breite Anschlussfähigkeit des Konzeptes spiegelt sich aktuell auch in der Vielfalt der zu dieser Thematik erscheinenden Publikationen wider (vgl. Hjarvard 2008, die Beiträge in Lundby 2009 sowie die 2010 erscheinende Sonderausgabe der Zeitschrift *European Journal of Communication Research*). Dabei sind allerdings unterschiedliche Perspektiven auszumachen, die auch in verschiedenen Begrifflichkeiten zum Fassen von Mediatisierung zum Ausdruck kommen, die sowohl im englischsprachigen als auch im deutschsprachigen Diskurs auftreten.

Im aktuellen Diskurs des englischsprachigen Raums existieren z.B. die beiden Begriffe „mediation“ und „mediatization“ (vgl. Couldry 2008 sowie Livingstone 2009 zur Erörterung der Begriffe), im deutschsprachigen Wissenschaftsdiskurs findet neben dem Begriff der Mediatisierung auch die Verwendung von „Medialisierung“ statt, wie er insbesondere in der Auseinandersetzung mit politischer Kommunikation angewandt wird: Beispielsweise geht es in der Auseinandersetzung mit politischer Kommunikation und Medien häufig um die Funktion (und Veränderung) von Massenmedien und deren bestimmten Leistungen, den „Medienlogiken“¹⁰ (Schulz 2007: 5), die in einem Wirkungszusammenhang mit daraus resultierenden gesellschaftlichen und politischen Folgen gesehen werden (vgl.

¹⁰ In Anlehnung an Schulz resultieren diese Leistungen aus den physikalischen, ökonomischen und informationellen Eigenschaften der Medien. Diese Eigenschaften definieren das, was als Funktionslogik oder auch „Medienlogik“ bezeichnet wird (Schulz 2007: 5).

exemplarisch Schulz 2004; Imhof 2006 oder Vowe 2006 und 2007). Argumentiert wird hier, wie politische Handlungen zunehmend nach medialen Formaten und Bedingungen, also den bestimmten *Medienlogiken*, gestaltet werden. In diesem Zusammenhang favorisieren Forscher zur politischen Kommunikation den Begriff der „Medialisierung“ (vgl. auch Donges 2008), der auf einen ausgehend von Massenmedien initiierten und beeinflussten sozialen Wandel abhebt (Schulz 2007). Während der Kern dieses Mediatisierungsverständnisses insbesondere auf öffentliche Kommunikation und Massenmedien abhebt, kritisiert Nick Couldry dieses Konzept der Mediatisierung allerdings insgesamt als zu „linear“ (2008: 377), womit er es als zu sehr in der Wirkungsforschung verhaftet sieht, als dass man mit ihm auch dialektische gesellschaftliche Transformationsprozesse in ihrer Komplexität fassen könne. Ebenfalls in der Betrachtung von Funktionsbestimmungen und -leistungen der Massenmedien begreift Jo Reichertz, allerdings aus einer kultursoziologischen Perspektive, Mediatisierungsprozesse als sich in einer „eigenständige(n) Handlungslogik massenmedialer Inszenierung“ (Reichertz 2007: 29) ausdrückend. Reichertz stellt die Überlegung an, ob sich diese Eigenlogik in einem den Handlungen der gesellschaftlichen Akteure zugrunde liegenden gemeinsamen „Fluchtpunkt“ trifft, und sich Mediatisierung damit auf einen Punkt der Handlungslogik bringen lässt und so eine strukturelle gesellschaftliche Funktion übernimmt. Während der Begriff der Medialisierung somit eher auf ein Beschreibungsmodell von Gesellschaft als Mediengesellschaft (vgl. Donges 2008; Imhof 2006) mit dem Fokus auf den massenmedialen Funktionsleistungen insbesondere hinsichtlich politischer Kommunikation abhebt, erscheint ein solcher Analyserahmen nicht hinreichend, will man sich mit kultur- und nationenübergreifenden kommunikativen Vernetzungsprozessen anhand von digitalen Medien beschäftigen.

Anschlussfähig ist eher eine mediensoziologisch orientierte Herangehensweise in Form einer komplexeren, soziologisch und kulturtheoretisch angelegten Betrachtungsweise von Mediatisierung, wie sie Knut Lundby (2009), Stig Hjarvard (2008), Andreas Hepp (2009), insbesondere aber Friedrich Krotz (2009) unter diesem Begriff mittlerweile auch im englischsprachigen Raum prägen (vgl. die Beiträge in Lundby 2009). Dabei stellt sich die Schwierigkeit, im englischsprachigen Diskurs Mediation von Mediatization begrifflich und inhaltlich abzugrenzen, allerdings komplexer dar: Während Krotz' Betrachtung von Mediatisierung als offener, niemals abgeschlossener Prozess einer Wechselbeziehung zwischen sozialen, kulturellen Entwicklungen im Kontext des Wandels kommunikativer Medien (Krotz 2001) mit den Metaprozessen wie Globalisierung, Individualisierung und Kommerzialisierung fasst, in dessen Konsequenzen sich komplexe Mediumumgebungen ausdifferenzieren und auch die sozialen Beziehungen zunehmend mediatisiert stattfinden, fokussiert Roger Silverstone auf ganz ähnliche Prozesse, fasst diese allerdings als „Mediation“: „Mediation, as a result, requires us to understand how processes of communication change the social and cultural

environments that support them as well as the relationships that participants, both individual and institutional, have to that environment and to each other.” (Silverstone 2005: 189) Diese begriffliche Problematik wird auch in Nick Couldrys Auseinandersetzung (2008) deutlich, der in Anlehnung an Silverstone für eine Verwendung von „Mediation“ zum Greifbarmachen sozialer Transformationsprozesse im Kontext von Medien argumentiert, damit aber inhaltlich an das anschließt, was Krotz, Lundby und weitere Autoren des Sammelbandes (Lundby 2009) als Mediatisierung bezeichnen. In meiner Arbeit beziehe ich mich ebenfalls auf das von Krotz geprägte Mediatisierungskonzept, das im Folgenden näher erörtert werden soll.

Krotz setzt in seiner Konzeption von Mediatisierung nicht bei bestimmten Medienlogiken und deren Untersuchung an, sondern er begreift Mediatisierung als Meta-Theorie eines soziokulturellen Wandels, in deren Rahmen Veränderungsprozesse und deren Interdependenzen auf unterschiedlichen Ebenen analysierbar werden. Mediatisierung als Metaprozess ist dabei als ein Interpretationskonzept zu verstehen, das es, laut Krotz, erlaubt, „Bezugspunkte der Konstitution und empirischen Untersuchung einzelner (Teil-)Prozesse und damit der theoretischen und konzeptionellen Organisation und Integration einzelner Sachverhalte, Entwicklungen und Veränderungen, empirischer Ergebnisse und kleinräumiger Teiltheorien oder auch Theorien mittlerer Reichweite [zu fassen].“ (2001: 36) (vgl. auch Krotz 2005a sowie zur Definition und Erläuterung von Metaprozessen Krotz 2006)

Auf theoretischer Ebene fußt Mediatisierung auf einer handlungsorientierten Perspektive des symbolischen Interaktionismus in Anlehnung an Herbert Blumer (1973) oder George Herbert Mead (1969). Hiernach gilt die soziale Welt als von Menschen anhand geteilter und gedeuteter Symbole konstruiert. Diese Konstruktion erfolgt kommunikativ und beruht auf der Annahme, dass Bedeutungen, soziale Rollen und kulturelle Wertvorstellungen im sozialen Interaktionsprozess ausgehandelt werden. Dabei wird Kommunikation als eine Form symbolischer Interaktion begriffen, auf der, in Anlehnung an Weber (vgl. 1978), alles soziale Handeln der Menschen basiere und ohne die die soziale Welt nicht verstanden werden könne. Kommunikation wird hier also stets als ein Prozess gedacht, der eingebettet in soziale und kulturelle Kontexte stattfindet, dem das wechselseitige Anzeigen von Bedeutung seitens des Kommunikators und Rezipienten zugrunde liegt (Krotz 2001: 58f.). Demzufolge liegt dem Mediatisierungsansatz auch eine handlungsorientierte Theorie des Mediengebrauchs und der Medien in Kultur und Gesellschaft zugrunde, in der Krotz ebenso strukturorientierte Elemente der Cultural Studies vereint.

Konkret fasst Mediatisierung den gesellschaftlichen und kulturellen Wandel zur Interpretation der Omnipräsenz von Medien im alltäglichen und kulturellen Leben als Charakteristikum westlicher Gesellschaften des 21. Jahrhunderts. Dieser Wandel wird anhand unterschiedlicher Aspekte von Mediatisierung greifbar, die

sich auf mehreren Ebenen sowohl quantitativ als auch qualitativ ergründen lassen (vgl. Hepp/Krotz 2007) und allesamt auf unterschiedliche Dimensionen medialer Entgrenzungs- und Integrationsprozesse (vgl. Krotz 2007a: 96) verweisen. Entgrenzungsprozesse finden auf zeitlicher, räumlicher und sozialer Ebene statt: Auf einer *zeitlichen* Ebene ist erstens rein *quantitativ* betrachtet eine immer größere Anzahl von Medien ständig und dauerhaft verfügbar und liefert Inhalte und Zugangsmöglichkeiten zu Themen und Diskursen. Beispielsweise hat nicht nur das Fernsehen keinen Sendeschluss mehr, auch das Internet ist rund um die Uhr zugänglich z.B. zum Surfen etc. Auf *räumlicher* Ebene vernetzen Medien immer mehr Orte und Räume, die zunehmend miteinander durch Medienkommunikation verbunden sind. Exemplarisch kann hier das Mobiltelefon aufgeführt werden, das Kommunikationen über unterschiedliche soziale Kontexte und Lokalitäten hinweg ermöglicht. Auch auf *sozialer* Ebene „entgrenzen“ (Krotz 2001: 22) sich Medien, da sie mit immer mehr Absichten und Motiven verwendet werden und damit Mediennutzung in immer mehr sozialen Kontexten stattfindet.

Zweitens macht nun in *qualitativer* Hinsicht das Konzept der Mediatisierung das Wechselverhältnis von medientechnologischem, kommunikativem und soziokulturellem Wandel greifbar und damit verbunden eine Bedeutungszunahme von Medien und Medienkommunikation auf all diesen Ebenen (vgl. ebd.), weshalb Hepp/Krotz von einer „Triade der Mediatisierung“ (2007) sprechen. Demnach impliziert die Untersuchung dieser qualitativen Ebene einerseits einen materiellen Aspekt, mit dem medientechnologischer Wandel beispielsweise durch Digitalisierung aufgefasst wird. Andererseits ist damit verbunden auch eine Veränderung der kommunikativen Handlungen und Praktiken, die mit „Kommunikationswandel“ (vgl. ebd.) gefasst werden. Als Folge dessen kann vor allem auch eine zunehmende *Entgrenzung* einzelner Lebensbereiche wie Öffentliches, Privates, Arbeit, Freizeit, Freunde, Familie festgestellt werden (Krotz 2003a: 178), die mehr und mehr durch Medien und Medienkommunikation durchdrungen werden. Früher war jedes Medium traditionell an übliche Zeiten, spezifische Zwecke und soziale Bedingungen und damit an klar definierte Situationen, abgegrenzte Kontexte und Sinnzusammenhänge gebunden. Jedoch wurden diese traditionellen Strukturen im Zuge der Digitalisierung aufgeweicht oder gar ganz aufgehoben, so dass die durch Ort, Zeit und Sinn bisher voneinander abgegrenzten medialen Bereiche persönlichen und alltäglichen Handelns sich immer weitergehend untereinander vermischen, ebenso wie sich Medien selbst miteinander verbinden und mischen. Auf sozialer Ebene haben diese Entwicklungen zur Folge, dass sich auf Medien und Mediennutzung bezogene Alltagspraktiken verändern und auch soziale Beziehungen mehr und mehr medial vermittelt sind.

Deutlich wird, dass ähnlich wie die Metaprozesse Globalisierung oder Individualisierung sich auch Mediatisierung dadurch auszeichnet, dass sie quer liegt zu anderen gesellschaftlichen Entwicklungen, d.h. also, sich auf zahlreiche Bereiche des Alltagslebens bezieht und erlaubt, diese zumindest in ihren einzelnen Aspek-

ten als Teil eines Ganzen zu betrachten und zu verstehen. Doch auch entgegengesetzt zu den bisher dargestellten Entgrenzungs- und „Entdifferenzierungsprozessen“ (Krotz 2007a: 97) entstehen neue Potenziale und Formen der *Integration* von bisher getrennten Kommunikationsformen und Funktionen: Auf medialer Ebene steht exemplarisch für diese Integration das Internet als „mediatisierter Kommunikationsraum“ (Krotz 2007a: 97), das als Hybridmedium¹¹ eine Reihe unterschiedlicher Formen der interpersonalen und Massenkommunikation umfasst und sich darin verschiedene Kommunikationsformen losgelöst von ihrer Bindung an Einzelmedien finden lassen. Auf einer eher personalen sozialen Ebene bieten Medien und Medienkommunikation in alltagsweltlicher Hinsicht ebenso eine Orientierungsfunktion wie integrative Potenziale zur Herstellung von Verbindungen mit verschiedenen Personen: Das Internet beispielsweise bietet ein Integrationsnetz von Teilnetzen unterschiedlicher Gruppen, die über verschiedene Kommunikationsformen dieses Mediums an unterschiedlichen Orten und in unterschiedlichen Kontexten miteinander vernetzt sind. Diese Vernetzungen bleiben allerdings nicht nur auf das Medium Internet oder generell auf ein Medium beschränkt, sondern finden darüber hinaus beispielsweise auch über das Mobiltelefon statt, so dass oftmals soziale Beziehungsnetzwerke über Online- und Offlinekommunikationen und -medien hinweg artikuliert werden. Insbesondere dieser Aspekt wird im Folgenden noch ausführlich dargestellt werden.

Bezogen auf die dieser Arbeit zugrunde liegende Forschungsfrage nach der kommunikativen Vernetzung von jungen Angehörigen der russischen Migrationsgemeinschaft mittels digitaler Medien, werden nun Mediatisierungsprozesse erstens in Form einer Medienaneignung und Kommunikation an nahezu jedem beliebigen Ort und insbesondere ortsübergreifend durch digitale Medientechnologien, die mit den Stichworten kommunikative Mobilität, mediale Entgrenzung und translokale Kommunikation gefasst werden kann, empirisch analysiert. Zweitens verweist Mediatisierung insbesondere auf das kommunikative Potenzial medienübergreifender Verbindungen, die sich in kommunikativen Vernetzungen von Individuen über eine Vielfalt unterschiedlicher (digitaler) Medien hinweg artikulieren. Mediatisierung hebt damit ab auf das Potenzial einer Intensivierung von Kommunikationsprozessen über verschiedene Medien hinweg mit bestehenden sozialen Beziehungsnetzwerken aus unterschiedlichen Personen und Personengruppen an unterschiedlichen Lokalitäten und in verschiedenen (kulturellen) Kontexten bei individueller Mobilität im Alltag. Damit eignet sich das Konzept insbesondere, um komplexe und medienübergreifende Kommunikationsprozesse im Kontext von soziokulturellem Wandel zu betrachten und empirisch zu analysieren und erlaubt damit die Untersuchung komplexer Medienum-

¹¹ Hepp fasst den Begriff der Hybridisierung im Kern als „aktiven Prozess der Vermischung von Ressourcen unterschiedlicher [...] Kontexte, [sowie] deren Verbindung, Fusion und Mélange“ (Hepp 2004b: 171). Im Fall des Mobiltelefons fasst Hybridisierung beispielsweise die Konvergenz diverser unterschiedlicher Mediendienste, Kommunikationsformen und -technologien in einem Medium.

gebungen, wie sie für diese Arbeit relevant ist. Um nun diese beschriebenen Mediatisierungsprozesse auch empirisch greifbar zu machen, bedarf es eines weiteren Analyserahmens: Zur Erforschung kommunikativer Vernetzungen im Kontext von (mobilen) Kommunikationsprozessen und der Nutzung digitaler Medien eignet sich der Ansatz der Medienaneignung.

Aneignung als kulturelle Lokalisierung: Medienaneignung in den Cultural Studies

In diesem Abschnitt erfolgt zunächst die Erläuterung von Aneignung als theoretisches Konzept sowie als Analyserahmen im Sinne der Cultural Studies, wobei auch auf den Domestizierungsansatz als Annäherung an Medienaneignung Bezug genommen wird. Anschließend spezifiziere ich die Aneignung von Medien und Medieninhalten als kulturelle Lokalisierung im Kontext von Alltagspraktiken näher, bevor abschließend die Spezifika der Aneignung digitaler Medien herausgearbeitet werden.

Der Begriff der „Aneignung“ wird in Arbeiten unterschiedlichster Disziplinen aufgegriffen und ist insbesondere mit der Medienforschung der Cultural Studies verbunden. Dabei unterscheidet sich der hier zugrunde gelegte Aneignungsbegriff der Cultural Studies allerdings stark von dem, wie ihn die deutschsprachige Mediennutzungs- und Rezeptionsforschung gebraucht: In der klassischen Tradition wird Mediennutzung in drei unterschiedliche Teilphasen unterteilt (vgl. z.B. Mikos 2001; Hasebrink 2003b), nämlich erstens in die Medienauswahl als prä-kommunikative Phase, zweitens in die Medienrezeption als kommunikative Phase, und Medienaneignung stellt lediglich die dritte, die post-kommunikative Phase dar. Ausgehend von einer solchen Perspektive wird Medienaneignung nur in einem engeren Sinne als die Phase im *Anschluss* an die eigentliche Rezeption begriffen, so zum Beispiel in Form von Folgekommunikation über bestimmte Medieninhalte. Auch die innerhalb der deutschsprachigen Rezeptionsforschung bestehende Tendenz, den Begriff der kommunikativen Aneignung auf die Kommunikation über Medieninhalte zu reduzieren, scheint hier gleich aus zwei Gründen nicht sinnvoll, will man kommunikative Vernetzungsprozesse über die Aneignung digitaler Medien analysieren: Erstens verdeutlichen empirische Studien, wie bereits in der Rezeptionssituation als solcher durch Gespräche abgesicherte Medienaneignungsprozesse beginnen (vgl. Hepp 1998 sowie Holly/Püschel/ Bergmann 2001). Zweitens ermöglicht diese traditionelle Trennung der Mediennutzung in verschiedene Phasen es allerdings auch nicht, die Komplexität des kommunikativen Aneignungsprozesses insbesondere digitaler Medien zu berücksichtigen, wie im folgenden Abschnitt erörtert werden soll. Das hier verwendete Konzept der Aneignung als eine „kulturelle Lokalisierung“ im Sinne der Cultural Studies verweist nun sowohl auf einen theoretischen Zugang als auch auf einen Analyserahmen qualitativer Medienforschung.

Innerhalb der Cultural Studies geht die Aneignungsforschung auf eine lange Tradition zurück, wofür vor allem die klassischen Studien zur Aneignung von Fernsehsendungen stehen (vgl. exemplarisch die ‚Nationwide-Studie‘ von David Morley 1980; ‚Das Gefühl Dallas‘ von Ien Ang 1986 oder auch die Jugendstudien der Cultural Studies wie beispielsweise ‚Profane Culture‘ von Paul Willis 1981). Im deutschsprachigen Raum haben insbesondere Lothar Mikos (1994), Waldemar Vogelgesang (1994) sowie Rainer Winter (1995) und Andreas Hepp (1998) Medienaneignung bzw. „kommunikative Aneignung“ (Hepp 2005: 67) als wichtige Konzepte innerhalb der qualitativen Medienforschung etabliert. Das Konzept der Medienaneignung ermöglicht zu fassen, dass der tägliche Umgang der Menschen mit Medien und Medienangeboten einen Teil ihrer Alltagspraktiken darstellt, indem der Aneignungsprozess der Medien und Medieninhalte als „kulturelle Lokalisierung von (Medien)Produkten, d.h. deren ‚Integration‘ in der jeweils eigenen Lebenswirklichkeit bzw. Alltagswelt [stattfindet]“¹² (Hepp 2005: 68). In diesem Zusammenhang gelten die Arbeiten des französischen Kulturtheoretikers Michel de Certeau als grundlegend, der in seinem Werk „Kunst des Handelns“ (1988) formuliert, wie Alltagspraktiken der Nutzer im Gebrauch eines Mediums als „Aneignungspraktiken“ (de Certeau 1988: 19) verstanden werden, durch die Konsumenten Produkte ‚in ihren Besitz‘ nehmen und sie zu einem Teil ihres „kulturellen Eigentums“ (vgl. ebd.) machen. Zentral hierbei ist, dass nicht nur das explizit auf ein Medium gerichtete soziale Handeln als Aneignungspraktik verstanden wird, sondern jedes soziale Handeln, das in seinem Bezug auf medial vermittelte Bedeutungen verweist. Damit wird auch deutlich, dass das Konzept der Aneignung zum Fassen des Medienkonsums konträr zu dem der *Assimilation* steht, in dem Medienkonsum nicht als ein eindimensionaler Vorgang des Sich-Anpassens dargestellt werden kann, sondern vielmehr ein aktiver Prozess des Schaffens und Gestaltens von Bedeutungen ist. Mit dieser Entwicklung leistete die kritische Medienforschung der Cultural Studies einen zentralen Beitrag, der der Massenkommunikationsforschung mit deren Ausgangspunkt einer unterstellten Wirkungsbeziehung zwischen Medieninhalten und Rezipienten entgegensteht.

Medienaneignung lässt sich somit nicht mit Konzepten einer Wirkung, Gratifikation oder Manipulation fassen, sondern sie wird als ein Prozess begriffen, in dem sich Menschen eingebettet in kulturelle Kontexte, durch verschiedene kulturelle Praktiken aktiv Medien und Medieninhalte zu eigen machen (Hepp 2004a: 164) und vor ihrem persönlichen Hintergrund mit Bedeutung versehen. Anschlussfähig für meine Arbeit ist das Konzept der Medienaneignung nun insbesondere, da es auch darauf abzielt, die zunehmende mediale Durchdringung des Alltagsle-

¹² Lokalisierung ist hier allerdings nicht in Anlehnung an Lokalität als ein geografischer Bezugspunkt oder Ort gedacht, sondern eher im Sinne von einer kommunikativen und kulturellen Verortung im Handeln des Alltagslebens einer Person.

bens zu fassen. Hierauf hebt auch Roger Silverstone mit dem Begriff der „mediation“ ab, der nicht nur auf dialektische Prozesse kultureller Bedeutungsproduktion und deren kommunikativer Vermittlung durch Medien verweist, sondern gleichzeitig die sich im Rahmen zunehmender Medienkommunikation und Mediatisierungsprozesse wandelnden Kulturen, Kommunikationsmodalitäten und Sinnhorizonte des Alltagslebens betont: „One can no longer conceive of the everyday without acknowledging the central role that increasingly the electronic media (but also books and the press) have in defining its ways of seeing, being, and acting“ (Silverstone 2002a: 762). Indem Medien zu einer zentralen Vermittlungsinstanz geworden sind, durch die sich Individuen ihre Alltagswelt erschließen und zugänglich machen, kann man von Medienaneignung als Praktik der alltäglichen Verortung in der Lebenswelt sprechen, indem in medialvermittelten Situationen soziale Beziehungen, Zugehörigkeiten oder Abgrenzungen sowie damit verbundene Wertvorstellungen vor dem Hintergrund der Bedeutung der Medien und Medienangebote artikuliert und in Beziehung zur Artikulation der eigenen (kulturellen) Zugehörigkeit gesetzt werden. Vor diesem Hintergrund kann man das Alltagsleben selbst als medial durchdrungen und als „hochgradig differenzierten sozialen Raum“ betrachten (Silverstone 1994a: 165), in dem die Aneignung von Medien erfolgt bzw. der mit dessen fortschreitender Mediatisierung durch die Aneignung von Medien selbst mit artikuliert wird (Hepp 2008b: 75).

Diese Sichtweise von Mediennutzung als Prozess einer kulturell kontextualisierten Aneignung wird nun anhand eines Kreislaufmodells greifbar und findet ihre grafische Darstellung im Kreislauf der Kultur (vgl. Hall 1999; Johnson 1999). Mit dieser prozessualen Vorstellung von Medienkultur¹³ und deren Analyse wird deutlich, wie innerhalb der Cultural Studies Medienkommunikation nicht entlang von linearen „Transfermodellen“ wie beispielsweise der Lasswell-Formel zu beschreiben ist, sondern vielmehr als Teil der Gesamtartikulation von Kultur begriffen wird (vgl. hierzu auch du Gay 1997; Hepp 2005)¹⁴. Hiernach sind Medienkulturen nur dann vollständig erfassbar, wenn man sie in ihrer Gesamtartikulation nicht nur auf Aneignungsebene, sondern auch auf den Ebenen der Produktion, Repräsentation sowie die quer zu diesen Ebenen liegenden Prozesse der Identitätsbildung und Regulation betrachtet. Diese Arbeit fokussiert nun auf

¹³ Das Konzept der Medienkultur verweist darauf, dass im Kontext von Mediatisierungsprozessen sowohl die kulturellen Ressourcen als auch die Sinnhorizonte der Bedeutungsproduktion weitgehend medial vermittelt sind. Mit dem Ausdruck der Medienkulturen werden in Anlehnung an Hepp (2008a) solche Kulturen bezeichnet, deren primäre Ressourcen der Bedeutungsproduktion vermittelt durch technische Kommunikationsmedien zugänglich sind.

¹⁴ In Anlehnung an Stuart Hall wird Artikulation hier nach dem Verständnis der Cultural Studies als Prozess diskursiver Zusammenhänge gefasst, in denen kulturelle Ressourcen, übergreifende Deutungsmuster und soziales Handeln ineinandergreifen und Bedeutung hergestellt wird (vgl. Hall 1980 und 1999 92f.).

kommunikative Vernetzungsprozesse über die Medien Mobiltelefon und Internet, womit insbesondere eine Analyse von Medien und Medienkommunikation auf Aneignungsebene im Zentrum des Interesses steht, die anderen Ebenen jedoch nicht einfach ausgeblendet werden, sondern insbesondere Bezüge zu Identifikationen, aber auch Regulationen hergestellt werden.

Wie genau muss man sich nun den Prozess der Medienaneignung vorstellen und wie lässt sich kulturelle Lokalisierung am besten analytisch fassen? Einige Antworten hierzu liefert die Betrachtung des *Domestizierungsansatzes*, bei dem es sich um *eine* Herangehensweise handelt, um Medienaneignungsprozesse zu untersuchen. Der ursprünglich aus Großbritannien stammende Domestizierungsansatz¹⁵ aus der Medienaneignungs-, Rezeptions- und Nutzungsforschung stellt einen Versuch dar, die Einbettung der Mediennutzung in den Alltag ihrer Nutzer zu untersuchen und zu verstehen. In diesem Zusammenhang hat Roger Silverstone darauf hingewiesen, dass Medien stets in ihrer *doppelten Artikulation*, nämlich als Texte *und* materielle Objekte betrachtet werden müssen, deren symbolische und soziale Bedeutung stets wechselseitig aufeinander verweisen (vgl. Silverstone 1992; 1994a und b), womit nicht nur die bedeutungsvolle, symbolische Dimension medial vermittelter Kommunikation ins Zentrum der Betrachtung rückt, sondern ebenso die Aneignungspraktiken des sozialen Gebrauchs von Medien als Produkten. Insbesondere der letztgenannte Punkt ist bei der Auseinandersetzung mit Medienaneignungsprozessen über digitale Medien wie Mobiltelefon und Internet nicht zu unterschätzen¹⁶.

Herausragend an diesem Ansatz sind nun insbesondere zwei Schwerpunkte, die den Ausgangspunkt des Domestizierungsansatzes für eine Analyse des Medienaneignungsprozesses bilden: Zum einen ist dem Ansatz die Forderung inhärent, bei der Analyse von Medienaneignung nicht bloß bei der Rezeption *einzelner Medienprodukte* stehen zu bleiben. Vielmehr erhebt er den Anspruch der Untersuchung der *ganzen Bandbreite* der Mediennutzung im Alltag, da nur die Analyse singulärer Medien als Einzelmedien allein nicht ausreichend sei. Diese Forderung stellte 1984 bereits Hermann Bausinger mit seinem Aufsatz „Media, Tech-

¹⁵ Er wurde von Vertretern der Cultural Studies wie beispielsweise David Morley und Roger Silverstone gegen Ende der 1980er Jahre entwickelt. Im deutschsprachigen Raum sind es vor allem Maren Hartmann (2008, Höflich/Hartmann 2007 sowie Berker/Hartmann et al. 2006) und Jutta Röser (2005, 2007a), die den Ansatz weiterdenken und -entwickeln.

¹⁶ Insgesamt fasst der Domestizierungsansatz Medienaneignungsprozesse innerhalb von vier Dimensionen, womit der prozessuale Charakter von Medienaneignung hervorgehoben wird: Erstens wird durch die *Kommodifizierung* die Technologie als Ware in Umlauf gebracht, die konsumiert und damit angeeignet werden kann. Zweitens geschieht innerhalb der Dimension der *Objektifizierung* das ‚Inbesitznehmen‘ des Mediums als Objekt, bevor drittens durch die *Eingliederung* das Medium und seine Inhalte in alltägliche Abläufe und Routinen vollzogen wird. In der vierten Dimension, der *Umwandlung* erfolgt der (auch öffentlich sichtbare) Umgang mit dem Medium und die damit entwickelten Kompetenzen und Fähigkeiten, die wiederum in folgenden Kommodifizierungen aufgegriffen werden (vgl. Hartmann 2008: 405).

nology and Daily Life“ auf, in dem er für eine Auseinandersetzung mit medialen Aneignungsprozessen im Alltag eine Fokussierung auf unterschiedliche Medien, das sogenannte „Medienensemble“ plädiert, um so in einer ganzheitlichen Mediennutzungs-Forschungsprogrammatik den alltäglichen Umgang von Individuen mit Medien entsprechend zu kontextualisieren (1984a: 349). Insbesondere dieser Punkt macht den Domestizierungsansatz für aktuelle Forschungen anschlussfähig, die darauf abzielen, mediale Aneignungsprozesse und kommunikative Vernetzungen über unterschiedliche Medien hinweg zu analysieren.

Aus heutiger Forschungsperspektive eher kritisch zu betrachten ist der zweite Schwerpunkt des Domestizierungsansatzes: Ursprünglich wurde das Domestizierungskonzept zur Analyse häuslicher Medien wie Fernsehen oder Radio entwickelt, womit der Ansatz in seiner eigentlichen Definition die Eigenständigkeit des Haushaltes gegenüber ‚eindringenden Medien‘ betont. Damit rücken die *Lokalität* und die in ihr verankerten bzw. mit dieser Lokalität verbundenen sozialen Beziehungen in den Ausgangspunkt der Betrachtung alltäglicher Medienaneignung. Es geht also um die Integration von Medientechnologien sowie deren Inhalte in alltägliche Abläufe, Routinen und soziale Prozesse innerhalb des Haushaltes und demzufolge um eine „Zähmung“ (taming) (Silverstone 1994b: 221) oder Bändigung dieser Medientechnologien und Inhalte innerhalb der Alltagswelt. Im Fokus stehen daher ursprünglich der Haushalt oder das Häusliche als *domus* und damit in der Forschungspraxis oftmals soziale Beziehungen im familiären Kontext. Allerdings ist die häusliche Welt nicht der alleinige lokale Kontext der Medienaneignung, weshalb der Ansatz auch als konservativ kritisiert wird, indem er eher darauf abzielt, an der Bewahrung des Bestehenden festzuhalten, und es nur schwer möglich ist, auch Wandlungsprozesse zu erfassen. Relevant und somit anschlussfähig für aktuelle Forschung zur Medienaneignung und das vorliegende Forschungsvorhaben im Bereich der Aneignung digitaler Medien ist nun der Domestizierungsansatz hinsichtlich dessen Weiterentwicklung, wie sie Maren Hartmann (2006; 2008) bzw. Joachim R. Höflich und Maren Hartmann (2007) als Mobilkommunikations- bzw. Mobilitätsforscher vornehmen: Indem sie Domestizierung loslösen von der Fixierung auf die Lokalität des Zuhauses, machen sie den Ansatz anwendbar auch zur Analyse digitaler und mobiler Medienaneignung, die häufig durch ein hohes Maß an Mobilität charakterisiert werden kann. Im Unterschied zu dem von Roger Silverstone geprägten „Dinge-nach-Hause-Bringen“ (2006: 233) steht bei Hartmann eher der Blick auf soziale Arrangements und die Berücksichtigung unterschiedlicher Kontexte der Medienaneignung im Kern des Ansatzes „Domestizierung 2.0“ (Hartmann 2008), bei dem das häusliche Terrain nur *ein* möglicher Ort dieser Prozesse ist. Viel wichtiger ist aber auf abstrakterer Ebene die Erforschung der Kontexte von Medienaneignung (Hartmann 2008: 413), die gerade bei digitalen Medien ebenfalls mobil sein können, weshalb anstelle von geografischen Orten vielmehr soziale Gefüge oder „kontextuelle Arrangements“ (Höflich/Hartmann

2007: 219) als solche betrachtet werden sollten. Löst man sich nun von der Betrachtung von Medienaneignung, gebunden an eine spezifische geografisch definierte Lokalität, und betont vielmehr die Kontextualität, so gelangt man aus Perspektive des Domestizierungsansatzes 2.0 dazu, Medienaneignung als Prozess einer kulturellen Lokalisierung zu fassen. So schlussfolgert Hepp: „Ähnlich wie der Domestizierungsansatz greift der Begriff der Lokalisierung die Medienaneignungsforschung insofern auf, als er die Handlungsfähigkeit („agency“) von Menschen im Umgang mit Medien(produkten) innerhalb des Alltags betont. In ihrer Aneignung ‚lokalisieren‘ sie Medien und Medieninhalte oder Medienrepräsentationen in ihrer alltäglichen Lebenswelt.“ (2006a: 254) Diese kulturelle Lokalisierung erfolgt nun auf zwei verschiedenen Ebenen: Erstens muss auf *materieller* Ebene das Medium als technisches Endgerät wie z.B. der Fernseher, der Computer oder das Mobiltelefon zunächst im alltäglichen Kontext positioniert/lokalisiert werden. Zweitens erfolgt die Lokalisierung aber auch auf *inhaltlicher, diskursiver* Ebene als Verortung in den Diskursen und Sinnhorizonten der jeweiligen Lebenswelt, die sich nicht zuletzt gerade deshalb im Wandel befindet. Anstelle der Einbettung von Medienaneignung im Ort des häuslichen Zuhauses findet somit kulturelle Lokalisierung als „eine Verortung im ‚Zuhause der Lebenswelt‘“ (Hepp 2006a: 255) statt, die damit verbunden auch einem steten Wandel unterzogen ist.

Insbesondere digitale Medien stellen nun die Aneignungsforschung vor neue Herausforderungen, wie das Beispiel der Ausdehnung der Mediennutzung über bestimmte Orte hinweg bereits illustriert. Darüber hinaus lassen sich im Zuge von Prozessen des Medienwandels auf Handlungsebene Rezeption und Aneignung kaum mehr voneinander getrennt betrachten. Sondern es ist vor allem die Spezifik digitaler Medien, die auf einer ersten Ebene als *Digitalisierung* in Form einer technologischen Konvergenz von Inhalten und auf einer zweiten Ebene mit *Multimedia* als eine technologische Konvergenz von Endgeräten gefasst werden kann (vgl. Hepp 2005: 74). Während Digitalisierung darauf verweist, wie Medieninhalte in digitalisierter Form in unterschiedlichen Verwertungsformen zur Verfügung stehen, rekurriert Multimedia darauf, dass ein und dasselbe Gerät in differenter Weise als Endgerät für verschiedene Medienangebote verwendbar ist. So sind beispielsweise die Kommunikation in Chat-Rooms im Internet oder verschiedene Formen der Mobilkommunikation gleichzeitig als Medienaneignung und als ein Prozess der personalen Generierung von Medieninhalten zu betrachten. Hinzu kommt die durch digitale Hybridmedien bereits erörterte nicht mehr mögliche Trennung von personalen und Massenkommunikationsformen, die ebenso bei der Auseinandersetzung mit Prozessen der Medienaneignung berücksichtigt werden muss.

In Anlehnung an Hepp muss es folglich darum gehen, „die Spezifik der Aneignung der digitalen Medien zu fokussieren, wobei davon auszugehen ist, das hier Prozesse der kommunikativen Aneignung selbst vermittelt über personale Medi-

enkommunikation geschehen“ (2005: 74). Hierzu argumentiert Hepp, illustrierten empirische Studien zur Mobil- und Netzkommunikation, liege die Besonderheit der Hybridmedien Computer und Mobiltelefon darin, dass sie eine Genese medial vermittelter Kommunikationsnetzwerke im Alltag ermöglichten. Über solche Netzwerke findet gleichzeitig die Aneignung verschiedener Medien oder Medieninhalte statt wie auch die Aneignung des Alltags selbst. Somit ist die Aneignung gleichzeitig auch ein Prozess der individuellen Generierung von Medieninhalten, welche unmittelbar in den Alltag eingebettet ist und diesen erst konstituiert.

Worauf nun insbesondere die Medienaneignungsforschung der Cultural Studies abhebt, ist die Kontextualisierung der Aneignung im Alltag, der hier gefasst als Alltagsleben, Alltagswelt oder Lebensalltag bereits zur Sprache kam. Es geht dabei darum, dass mediale und kommunikative Aneignungsprozesse nicht als herausgehoben aus persönlichen Alltagshandlungen stattfindend betrachtet werden, sondern stets rückbezogen auf und in die persönliche Alltagswelt integriert werden. Vor diesem Hintergrund wird Alltag hier in Anlehnung an Krotz/Thomas (2007) und Thomas/Krotz (2008) im Kontext der Auseinandersetzung mit transkulturellen medialen Aneignungsprozessen verstanden als „ein spezifischer, durch Unmittelbarkeit gekennzeichnete Modus sozialen Handelns, der sich nicht auf einen einzelnen zusammenhängenden Lebensbereich bezieht, sondern im Hinblick auf ganz unterschiedliche praktische Probleme wirksam ist.“ (Thomas/Krotz 2008: 32) Damit ist – Thomas/Krotz weiter folgend – verbunden, dass Alltag nicht separiert von anderen Bereichen sozialen Handelns verstanden werden kann, weshalb die Betrachtung und Analyse von Alltag und Alltagshandeln immer auch eine gesellschaftliche Kontextualisierung bedingt. Alltag kann somit als Bezugsrahmen gefasst werden, in dem Individuen vor dem Hintergrund ihrer Lebensumstände Wandlungsprozesse bewältigen (vgl. Thomas/Krotz 2008: 33). Mit der Aneignung von Medien und zunehmenden Mediatisierungsprozessen wandelt sich der Alltag als Bezugsrahmen aber auch selbst. Demnach transformieren Medien und Medienaneignung den Alltag von Menschen kontinuierlich und nachhaltig, was nicht nur auf einer weitläufigen Ebene auf einen gesellschaftlichen und kulturellen Wandel verweist, sondern auch auf Ebene des Individuums Konsequenzen für die Artikulation sozialer Beziehungen und Beziehungsnetzwerke hat.

Bezogen auf das Thema der vorliegenden Arbeit sind nun insbesondere zwei Punkte im Zusammenhang dieser Medienaneignungsansätze zentral, setzt man sich fundiert mit der Nutzung digitaler Medien auseinander: Zum einen ist es die Betrachtung von Medienaneignung als komplexen Prozess kultureller Lokalisierung, der zwei Dimensionen umfasst, nämlich erstens die materielle Ebene der Aneignung des Gerätes und dessen Gebrauch als soziale Praxis betreffend, sowie zweitens die Ebene der Inhalte, auf der die Bedeutungsproduktion als diskursive Verortung von Medien und Medieninhalten vor dem Hintergrund eigener Kon-

texte und Sinnhorizonte erfolgt. Gerade dieser Punkt erscheint deshalb zentral, da vor allem bei Mobiltelefon und Internet der Prozess der Medienaneignung gleichzeitig auch selbst eine Generierung von Medieninhalten darstellt, wie beispielsweise durch die Aneignung von Chatkommunikation im Internet oder SMS-Schreiben per Mobiltelefon deutlich wird.

Zum zweiten erscheint es vor allem im Kontext dieser Aneignungsbesonderheiten digitaler Medien sowie den dargestellten Mediatisierungsprozessen nicht mehr hinreichend, sich in einer Analyse kommunikativer Vernetzungen durch digitale Medien nur auf Aneignungsprozesse einzelner Medien zu konzentrieren und damit anzuknüpfen an die Reihe der Untersuchungen zu Einzelmedienanalysen der Rezeptionsforschung. Vielmehr erfordert der hybride Charakter digitaler Medien einen erweiterten Analysefokus, um auch die hybriden mediatisierten Kommunikationsformen in ihrer Komplexität im Alltag ihrer Nutzer untersuchen zu können. Hierzu ist es notwendig, den Blick auf ganze *Medienumgebungen* ihrer Nutzer zu richten. Diese Perspektive ermöglicht somit, anhand individueller Medienaneignungsmuster über unterschiedliche Medien und Kommunikationsformen hinweg eine Aussage über kommunikative Vernetzungsprozesse zu unterschiedlichen Personenkreisen treffen zu können.

Medienaneignung und Medienumgebungen

Der Großteil kommunikations- und medienwissenschaftlicher empirischer Forschung, auch zu neuen Medien und deren Aneignung, kann bisher dadurch charakterisiert werden, dass er sehr eng um das jeweilige Medium als solches kreist. Dies verwundert nicht vor dem Hintergrund, dass auch die Forschung bisher nach unterschiedlichen Einzelmedien strukturiert war: Beispielsweise gibt es die Fernsehforschung, die Radioforschung und andere mediumscentrierte Richtungen, bei der das jeweilige Medium des Interesses in den Mittelpunkt gerückt wird. In der Rezeptions- und Nutzungsforschung spielte somit lange Zeit das jeweils verwendete technische Gerät die entscheidende Rolle für die Definition des Nutzungsverhaltens. In diese mediengeleitete Untersuchungsrichtung haben sich neben der Forschung zu Massenmedien in den vergangenen Jahren auch die Mobilkommunikations- sowie die Onlineforschung eingegliedert. Verbunden mit dieser Fokussierung auf einzelne Medien und deren isolierter Nutzung ist allerdings eine „unterstellte Determiniertheit kommunikativer Prozesse durch Medientechnologien und Medienangebote“ (Hasebrink 2003a: 29), die auch als medienzentristische Perspektive mit einem technikdeterministischen Ansatz bezeichnet werden kann.

Allerdings ist diese Perspektive nicht zielführend, will man komplexe kommunikative Vernetzungsprozesse von jungen Menschen über ihre Aneignung von Mobilkommunikation und Internet analysieren, da schließlich eine Mediennutzung im Alltag auch nicht nur bei einem Medium stehen bleibt: Vielmehr werden soziale Kontakte über unterschiedliche Medien und Kommunikationsformen

hinweg artikuliert, z.B. die berufliche Verabredung per E-Mail, die informelle Onlineunterhaltung im Chat mit Bekannten oder ein schneller Telefonanruf vom Mobiltelefon unterwegs, um dem Partner eine Verspätung mitzuteilen. Während auf medientechnologischer Ebene eine bereits dargestellte ‚Vermischung‘ der Medien und Kommunikationsformen durch vielschichtige Konvergenzprozesse und Hybridformen stattfindet, die eine Trennung von Individual- und Massenmedien insbesondere bei digitalen Medien nur noch schwer möglich macht, finden nun solche medienübergreifenden Prozesse der ‚Vermischung‘ auch aus Nutzerperspektive statt. Aktuelle Forschungsergebnisse illustrieren, wie Medien der interpersonalen und Massenkommunikation genauso wie Online- und Offline-Medien simultan genutzt werden, wofür insbesondere die junge Generation die Vorreiterrolle einnimmt: Beispielsweise wird der im Internet im Chatroom begonnene Dialog mobil per SMS vom Mobiltelefon fortgesetzt und die Interaktion mit dem Kommunikationspartner situationsspezifisch über ein anderes Medium weitergeführt (vgl. Düvel 2006b zu jugendlichen Diasporaangehörigen; Berg 2008 zu beruflich mobilen Personen). Diese Aneignungsmuster digitaler Medien verdeutlichen nun, weshalb es nicht ausreichend erscheint, insbesondere bei der Analyse kommunikativer Vernetzungsprozesse nur beim Mobiltelefon als Einzelmedium anzusetzen oder ausschließlich das Internet zu fokussieren. Vielmehr muss der Fokus einer Einzelmediumstheorie überwunden und eine erweiterte Perspektive eingenommen werden, in der das gesamte Repertoire an Medien oder die Medienumgebung (Krotz 2001/ 2007a) ins Zentrum der Betrachtung rücken, worüber (junge) Menschen ihre sozialen Beziehungen artikulieren.

Dass nun eine kommunikations- und medienwissenschaftliche Beschäftigung mit Medienumgebungen an sich keine neue Forderung ist, macht ein Blick in die Literatur deutlich: Hermann Bausinger streicht bereits 1984 drei wichtige Punkte heraus, die die kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung der vergangenen Jahrzehnte nachhaltig geprägt haben und auch für die heutige Forschung von zentraler Bedeutung sind:

Erstens fordert Bausinger für Auseinandersetzungen mit medialen Aneignungsprozessen im Alltag eine Fokussierung auf unterschiedliche Medien, das sogenannte „Medienensemble“, um eine alltägliche Mediennutzung von Individuen entsprechend kontextualisieren zu können: „To make a meaningful study of the use of the media, it is necessary to take different media into consideration, the media ensemble which everyone deals with today“ (1984a: 349). Er betont – mit einem Fokus auf die Rezeption von Massenmedien wie Fernsehen, Radio und Zeitschrift – die „Integration“ unterschiedlicher Medien und Medieninhalte seitens des Rezipienten, der sie für sich durch deren Aneignung im Alltag bedeutungsvoll macht. Zweitens ist damit verbunden die Perspektive, dass Medienaneignung oftmals nicht mit der gesamten Aufmerksamkeit seitens des Rezipienten stattfindet, sondern nach bestimmten Selektionskriterien einzelne Inhalte ausgewählter Medien rezipiert werden oder es zu Überlagerungen von Mediennutzung

und face-to-face Kommunikation kommt: Bausinger nennt beispielhaft, wie sein Forschungssubjekt durch eine Zeitung blättert und sich nur für ihren Sportteil interessiert oder Zeitung liest, während nebenbei der Fernseher läuft. Im Alltag überlagern sich somit sowohl verschiedene Situationen der Mediennutzung als auch Mediennutzung und interpersonale Kommunikation (Bausinger 1984a: 350). Dies verweist drittens auf den Punkt, dass Medien und deren Aneignung ein zentraler Bestandteil im Prozess der Aneignung und Konstitution des Alltags selbst sind, wie Bausinger formuliert: „The media are an integral part of the way the everyday is conducted“ (1984a: 349). Diese drei Punkte sind auch in der Analyse digitaler Medienensembles von Bedeutung, indem Medienkommunikation über unterschiedliche Medien hinweg stattfindet, sich Situationen der Medienaneignung und face-to-face Kommunikation überlagern bzw. interpersonale Kommunikation zunehmend mediatisiert stattfindet und (digitale) Medien eine große Rolle in der Artikulation des Alltags einnehmen.

Um sich der Untersuchung des gesamten Sets im Alltag genutzter Medien und ihrer Inhalte zu nähern, existieren nun unterschiedliche Konzepte und Begrifflichkeiten: Uwe Hasebrink spricht beispielsweise von „Medienmenüs“ (Hasebrink 2003a: 31) oder „Medienrepertoires“ (Hasebrink/ Popp 2006: 369ff.). Seine Argumentation erfolgt aus der Perspektive der Rezeptionsforschung, indem er versucht, die auf theoretischer Ebene in der Kommunikations- und Medienwissenschaft existierenden Ansätze der Nutzungs- und Wirkungsforschung zur Untersuchung zur Einzelmediennutzung adaptierbar zu machen für eine Beschäftigung mit Medienrepertoires. Dabei umfasst bei Hasebrink/Popp der Begriff des Medienrepertoires sowohl die Gesamtheit der angeeigneten Medien und deren „Kombination“ in der Nutzung als auch deren verschiedene Inhalte (vgl. Hasebrink/Popp 2006: 370f.). Damit hebt er konzeptuell ab auf die Integration neuer Medien in das bereits bestehende Medienmenü der Nutzer und fokussiert dabei die Kombination von alten und neuen Medien (vgl. Hasebrink 2003a: 44) im Zuge kompatibler Nutzungen (Hasebrink/Popp 2006: 376). Ergänzend dazu entwickelt Hasebrink das Konzept der „Kommunikationsmodi“ (Hasebrink 2004), mit dem es aus einer nutzerorientierten Perspektive gelingen soll, aufgrund medialer Konvergenz- und Hybridisierungsprozesse die mediumsfokussierende Perspektive der Rezeptionsforschung zu überwinden und stattdessen medien(dienste)- und kommunikationsbezogene Handlungen und Nutzungsmuster von Individuen übergreifend zu analysieren (vgl. Hasebrink 2004: 72ff.).

Weniger aus der klassischen Rezeptionsorientierung, sondern eher aus einer handlungstheoretischen Perspektive im Rahmen von Medienaneignung bezogen auf soziokulturelle Wandlungsprozesse begreift Friedrich Krotz das Konzept der Medien- oder Kommunikationsumgebungen. Anders als Hasebrink betrachtet Krotz Medienrezeption als kein abgegrenztes, feststellbares Geschehnis, sondern vielmehr als „kontinuierliches Handeln“ (2007a: 112). Vor diesem Hintergrund fasst Krotz Medienumgebungen und deren Existenz nicht von dem Ausgangs-

punkt der Integration neuer Medien in bestehende Medienmenüs oder die kompatible Nutzung alter und neuer Medien, sondern argumentiert vor dem Hintergrund der Entgrenzungsprozesse (digitaler) Medien: „Wir leben in Medienumgebungen, die aus zum Teil funktional neuen, entgrenzten alten, vermischten und einander überlagernden, separiert spezifischen und doch integrierten kommunikativen Potenzialen bestehen, die mit unterschiedlichen Strategien an den Alltag der Menschen angeschlossen sind und oft Orientierungsleistungen [...] erbringen.“ (Krotz 2007a: 112) Somit prägen die auf diese Medienumgebungen bezogenen Kommunikations- und Handlungsformen nicht nur den Alltag und das Handeln, sondern vor allem auch die sozialen Beziehungen von Menschen im gesamtgesellschaftlichen Kontext.

Was diese Perspektive besonders anschlussfähig für die vorliegende Untersuchung macht, ist, dass hierbei die Überlagerungsprozesse unterschiedlicher Kommunikationsformen und medialer Angebote innerhalb der Medienumgebungen in den Blick geraten, in denen alten Medien zum Teil ein neuer Platz zukommt und sie sich in funktional neue Medien verwandeln. Diese Kommunikationsformen vermischen sich nun im Handeln der Menschen. Dadurch, dass diese Möglichkeiten nicht nur technisch vorhanden sind, sondern tatsächlich im Alltag in den sozialen Kontexten von den Menschen genutzt werden, entstehen daraus neue Kommunikationsgewohnheiten und *Kommunikationsumgebungen* (vgl. Krotz 2007a: 99) für Menschen. Dabei verweisen die Begriffe Kommunikationsumgebung und Medienumgebung meines Erachtens auf zwei unterschiedliche Ebenen im Aneignungsprozess: Während Kommunikationsumgebung eher auf die konkreten Kommunikationsmuster oder -praktiken fokussiert, rekurriert Medienumgebung auf das Set an vorhandenen Medien, über das diese Kommunikationspraktiken artikuliert werden. In dieser Arbeit geht es nun sowohl um die Betrachtung der persönlichen Medienumgebungen, die allerdings nicht in ihrer Komplexität analysiert werden sollen, sondern von denen hier vielmehr die digitalen Medien Mobiltelefon und Internet im Zentrum der Betrachtung stehen, als auch um die konkreten Kommunikationsmuster und -praktiken. Die Analyse beider Ebenen zusammen ermöglicht es, Einblicke in kommunikative Vernetzungsprozesse von Individuen zu bekommen, die über Kommunikation ihre *Beziehungsnetzwerke*, hier gefasst als Personennetzwerke von Freunden, Familie oder dem Partner, artikulieren und konstituieren.

In diesem ersten Kapitel wurde mit der Erörterung von Mediatisierung als Konzept zum Fassen gesellschaftlicher und kultureller Wandlungsprozesse im Zusammenhang mit Medien und Medienkommunikation ein Ausgangspunkt für diese Untersuchung gesetzt. Eine weitere Konkretisierung des theoretischen und begrifflichen Rahmens stellt das Konzept der Medienaneignung nach den Cultural Studies dar, in dem kommunikative Aneignung als Prozess einer kulturellen Lokalisierung von Medien in die persönliche Alltagswelt gefasst wird. Dabei bezieht sich Medienaneignung sowohl auf die Aneignungsprozesse des Ge-

brauchs als Gerät, vor allem aber auch auf die Inhaltsebene im Sinne eines persönlichen ‚sich zu eigen Machens‘ von Medientexten und einer Bedeutungsproduktion vor dem Hintergrund des eigenen soziokulturellen Kontextes. Zugespitzt auf sich verändernde Mediennutzungsmuster im Kontext digitaler Medien und fortschreitender Mediatisierungsprozesse, rückt darüber hinaus die Perspektive der Aneignung komplexer Medienumgebungen ins Zentrum der Analyse. Die für dieses Forschungsvorhaben relevante Frage ist nun, welche Besonderheiten junge russische Diasporaangehörige kennzeichnen, wenn sie ihre sozialen Beziehungen kommunikativ über Medienumgebungen artikulieren. Vor diesem Hintergrund sollen im nächsten Abschnitt die analytischen Konzepte weiter zugespitzt und in die Konzepte der kommunikativen Mobilität und Konnektivität eingeführt sowie ein Forschungsüberblick der relevanten Studien gegeben werden.

2.2 Netzwerkorientierte Zugänge in der Aneignung digitaler Medien

In diesem zweiten Teil des Kapitels werden nun Mediatisierungsprozesse anhand konkreter kommunikations- und medienwissenschaftlicher Konzepte erörtert, um sie für die später folgende empirische Analyse nutzbar zu machen. Dabei stellen insbesondere die zwei Konzepte *kommunikative Mobilität* und *kommunikative Konnektivität* geeignete Ausgangspunkte dar, um sich konzeptionell sowie analytisch Mobilitäts-, vor allem aber Vernetzungsphänomenen von Individuen mit digitalen Medien zu nähern. Dies soll hier anhand der genannten Konzepte zunächst auf theoretischer Ebene erfolgen, bevor daran anschließend ein Überblick zum aktuellen Forschungsstand gegeben wird. Damit verbunden ist ebenso eine Auseinandersetzung mit dem Begriff des Ortes als Lokalität und dessen Wandlungsprozess durch die Aneignung digitaler Medien. In diesem Zusammenhang wird auch in den Ansatz der Translokalität eingeführt.

Kommunikative Mobilität und digitale Medien

Beschäftigt man sich mit kommunikativen Vernetzungsprozessen entlang von digitalen Medien, so stößt man schnell, insbesondere in der Auseinandersetzung mit dem Mobiltelefon, auf den Aspekt von Mobilität, der hier mit einem ‚eigenen‘ Konzept, nämlich dem der kommunikativen Mobilität, näher beleuchtet werden soll. Für eine Auseinandersetzung mit den Zusammenhängen von Mediatisierung, digitaler Medienaneignung und Mobilitätsaspekten aus kommunikations- und medienwissenschaftlicher Perspektive liefert das theoretische Konzept der „kommunikativen Mobilität“ (vgl. Hepp 2006b, 2007) einen geeigneten Zugang. Das Konzept erlaubt, die Beziehung zwischen Medien und einer zunehmenden Mobilität in heutigen postmodernen Gesellschaften des 21. Jahrhunderts zu fassen. Zentral ist hierbei, dass *kommunikative* Mobilität stets in einer engen Verbindung mit *lokaler* Mobilität steht, was an dem Beispiel deutlich wird, dass „vor wenigen Jahrhunderten noch kommunikative Beziehungen unwi-

derrufflich mit der Bewegung einer Person von einer Lokalität zur nächsten verloren waren, falls eine hinreichende Distanz zwischen diesen lag.“ (Hepp 2006b: 20) Dabei kann kommunikative Mobilität in zwei Dimensionen betrachtet werden, nämlich erstens in dem „'Mobil-Werden' von Kommunikationsgeräten“ sowie zweitens im „'Mobilitätsfokus' stationärer Medien“ (Hepp 2007: 38). Während der erste Aspekt auf die Vielzahl mobiler Medien der Massen- und Individualkommunikation verweist, vor allem auf Hybridformen, die im Zuge einer medientechnologischen Konvergenz entstanden, wie z.B. das Mobiltelefon, das Laptop oder portable Fernseh- und DVDgeräte, fokussiert der zweite Aspekt auf Medien, die sich auf Menschen in Bewegung richten. Damit sind beispielsweise Internetcafés gemeint, die von Menschen, wie z.B. Reisenden, unterwegs, aufgesucht werden.

Hier kommt die Wechselbeziehung zur Ebene der *lokalen* Mobilität ins Spiel, die ebenfalls in zwei Dimensionen betrachtet werden kann: Einerseits rekuriert Mobilität als eine Art „situative lokale Mobilität“ (Hepp 2007: 38) auf die Mobilität einer Person im Alltag (beispielsweise im Tagesablauf zwischen Wohnung und Arbeitsplatz). Andererseits – und das ist an dieser Stelle ein besonderer Aspekt dieser Untersuchung – verweist sie auf eine *biografische* lokale Mobilität, wie sie migrationsbedingt in Form von Ortswechseln durch Verlassen des Heimatlandes und Neuorientierung in einem anderen Kulturkreis die Lebensläufe von Migrantinnen und Migranten prägt. Dass für Verbindungen von Personen untereinander vor allem digitale Medien eine wichtige Rolle spielen, sollte bereits deutlich geworden sein: Während früher soziale Kontakte nur durch physische Mobilität wie Reisen von Personen von einem Ort zum anderen aufrechterhalten werden konnten, werden in heutigen Gesellschaften mithilfe von (digitalen) Medien soziale Beziehungen artikuliert, *währenddessen* sich Menschen zwischen unterschiedlichen Lokalitäten bewegen.

Der Vorteil des Ansatzes der kommunikativen Mobilität besteht nun darin, dass Hepp damit einen Rahmen für die Auseinandersetzung der Beziehungen zwischen Medien und Mobilität schafft, der es sowohl erlaubt, komplexe kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen und Phänomene, wie beispielsweise mobile und mobil-vernetzte Lebensstile, aus einem alltagskulturellen Blickwinkel zu betrachten. Darüber hinaus ermöglicht der Ansatz aber auch, den vielfach in der Mobilkommunikationsforschung zugrunde liegenden technologischen Zentrismus mit einer häufigen Fokussierung auf Einzelmedien zu überwinden und vielmehr Medien- und Kommunikationstechnologien und deren Aneignung im Hinblick auf den soziokulturellen Wandel heutiger Gesellschaften insgesamt zu kontextualisieren (Hepp 2006b: 19). Betrachtet man die Nutzung digitaler Medien junger Menschen, so stehen dabei hinter diesen Mobilitätsphänomenen stets die Verbindungen zu Personen und Personenkreisen über verschiedene Medien im Mittelpunkt, die sogenannten kommunikativen Vernetzungen. Im

nächsten Abschnitt führe ich nun in konkrete Konzepte zur Auseinandersetzung mit Vernetzungsprozessen und *Konnektivitäten* ein.

Konzeptionelle Zugänge: Netzwerke, Konnektivitäten und Kommunikation

Historisch betrachtet haben Medien schon immer zur Herstellung von Verbindungen zwischen Menschen und insbesondere von Menschen an unterschiedlichen Orten beigetragen, weshalb Vernetzung an sich kein neues Phänomen darstellt. Insbesondere digitale Medien wie das Internet und das Mobiltelefon haben allerdings nicht zuletzt durch ihre allgegenwärtige Verfügbarkeit das Potenzial, Vernetzungen zwischen Menschen zu intensivieren, indem sie *kommunikative* Verbindungen herstellen und diese mobilisieren, was auch zu einer veränderten Betrachtung von Orts- und Zeitkonzepten führt. Diese Entwicklungen sind nicht zuletzt im Kontext von Globalisierungsprozessen zu betrachten, weshalb insbesondere mediale Vernetzungsprozesse auf eine Globalisierung der Medienkommunikation zurückzuführen sind. In diesem Abschnitt wird es darum gehen, das Konzept der kommunikativen Konnektivität als theoretischen und analytischen Rahmen für die Untersuchung der Artikulationen sozialer Vernetzungsprozesse einzuführen. Während sich kommunikative Mobilität als Konzept recht eng an die Metatheorie der Mediatisierung anlehnt, muss hierzu etwas weiter ausgeholt werden, um zunächst eine grundlegende Klärung des Kontextes sowie Begriffs der Globalisierung von Medienkommunikation und die in diesem Zusammenhang stattfindenden Prozesse vorzunehmen. Anschließend wird auf die Spezifika von Konnektivität als Konzept zur Erfassung von Beziehungen zwischen Menschen, auch über die Kontexte des Lokalen hinausgehend, eingegangen.

Um Konnektivität zu erklären ist es hilfreich, bei aktuellen Globalisierungsprozessen anzusetzen: Eine theoretische und konzeptionelle Annäherung an die komplexe Metatheorie der Globalisierung erfolgt in jeder Fachrichtung und innerhalb jeder Wissenschaftsdisziplin auf verschiedenen Ebenen und mit der Betonung unterschiedlicher Aspekte¹⁷. Die Mehrheit aller Ansätze trifft sich dabei allerdings in dem Punkt, dass es bei Globalisierung um eine Ausdehnung oder Intensivierung von komplexen Beziehungen, Verbindungen und Vernetzungsprozessen geht: Beispielsweise betrachtet der Soziologe Anthony Giddens Globalisierung recht allgemein als eine Konsequenz der Moderne, in der sich die Einheit von Lokalität, Zeit und sozialem Raum zunehmend auflöst (Giddens 1996: 75-101) und eine „Zunahme weltweiter (sozialer) Beziehungen/Verbindungen“ (Giddens 1990: 64) stattfindet, die wiederum Stuart Hall aus Cultural Studies Perspektive als Prozesse bezeichnet, die „nationale Grenzen durchschneiden, Gemeinschaften und Organisationen in neuen Raum-Zeitbindungen integrieren und miteinander in Beziehungen setzen und die Welt real wie in der Erfahrung stärker miteinander verbinden.“ (Hall 1994: 208) Die-

¹⁷ Vgl. für einen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Überblick Hepp (2004b: 125-135).

selben Verbindungen und Beziehungen betrachtet der Ethnologe Arjun Appadurai als Konfiguration von globalen kulturellen Flüssen, die in Ethno-, Media-, Techno-, Finance- und Ideoscapes kumulieren (Appadurai 1996: 33). John Tomlinson fasst diese unterschiedlichen Annäherungen im Kern zusammen, indem er Globalisierung als den Prozess der Zunahme einer weltweiten, komplexen und multidimensionalen Konnektivität definiert (vgl. Tomlinson 1999: 2). Multidimensional ist Globalisierung deshalb, da diese Zunahme von Vernetzungen oder Konnektivitäten tatsächlich zeitgleich auf verschiedensten Ebenen und in diversen Dimensionen stattfinden kann, beispielsweise wirtschaftlich, politisch und kulturell, vor allem aber auch medial und *kommunikativ*: Insbesondere drückt sich Vernetzung in bzw. durch *Kommunikationsbeziehungen* aus, weshalb Andreas Hepp die *Globalisierung der Medienkommunikation* als eine Dimension des Metaprozesses der Globalisierung begreift. Als Globalisierung der Medienkommunikation¹⁸ fasst Hepp einen vielschichtigen Prozess der Zunahme weltweiter Kommunikationsbeziehungen, „eine gesteigerte, *kommunikative Konnektivität*“ (Hepp 2004b: 129). Hierfür spielen nun insbesondere digitale Medien wie das Internet als Hybridmedium eine entscheidende Rolle, aber auch Satellitenfernsehen und -kommunikation oder Telefon prägen diese weltweiten kommunikativen Konnektivitäten entscheidend mit, weshalb die Globalisierung der Medienkommunikation immer auch mit (medien-)technologischen Entwicklungen, die mit den Stichworten Digitalisierung und Multimedia (vgl. den Abschnitt zu Medienaneignung im Kapitel 2.1) beschrieben werden können, verbunden ist. Im Rahmen von Globalisierung der Medienkommunikation und Digitalisierung sind es nun primär stattfindende Entgrenzungs- und Integrationsprozesse von persönlichen *Kommunikationsnetzwerken*, die auf einen Medien- und Kommunikationswandel und darüber hinaus auch auf einen sozialen und kulturellen Wandel verweisen, auf die sich diese Untersuchung konzentriert.

Um dahingehende Phänomene und die damit verbundenen soziokulturellen Wandlungsprozesse auch kommunikations- und medienwissenschaftlich auf einer theoretischen Ebene zu fassen, eignet sich zur Erforschung solcher Vernetzungsprozesse und deren Artikulationen das analytische Konzept der Konnektivität: Andreas Hepp betrachtet das Konzept der Konnektivität als einen „analytisch übergeordneten Begriff“ (2008b: 68) in der aktuellen kultur- und sozialwissenschaftlichen Diskussion um Medientechnologie-, Kommunikations- und Kulturwandel, dessen Spezifik vor allem in zwei Aspekten liege: nämlich erstens in seinem Potenzial, kommunikative Relationen auf einer abstrakten Ebene analysieren zu können, ohne eine Aussage zu implizieren, was bzw. wie die „Wirkungsspezifik“ (Hepp 2006a: 67) dieser kommunikativen Relationen ist. Konnektivität als wissenschaftlicher Begriff verweist somit, anders als auf alltagssprachlicher Ebene, auf Beziehungen und Verbindungen, denen nicht

¹⁸ Vgl. zur Thematik auch die Beiträge in Hepp/Krotz/Winter 2005.

zwangsläufig eine weitergehende (kulturelle) Nähe oder emotionale Verbundenheit zugrunde liegen muss (vgl. ebd. sowie Tomlinson 1999: 3-19). Ebenso wenig wie eine gefühlte Nähe vorhanden sein muss, rücken Menschen durch zunehmende Konnektivitäten tatsächlich zwangsläufig näher zusammen, wie es beispielsweise Marshal McLuhan in seiner Metapher des „global village“ proklamiert (McLuhan/Fiore 1969). Zweitens ermöglicht das Konzept der Konnektivität die Analyse verschiedenster Prozesse der Herauslösung oder ‚Entbettung‘, die das Handeln der Menschen aus dem Bereich des Lokalen herausheben: Damit eignet sich die Auseinandersetzung mit Konnektivität auch für über die Ebene des Lokalen hinausgehende (kommunikative) Beziehungen oder Relationen. Dabei wird jedoch die Art und Weise dieser Beziehung oder Relation nicht näher ausgeführt, so dass dieses breite theoretische Konzept vielfältige Anschlussmöglichkeiten für die Diskussion unterschiedlichster gegenwärtiger gesellschaftlicher soziokultureller Phänomene sowie für die empirische Ausgestaltung bietet.

Betrachtet man das Konzept der Konnektivität in quanti- und qualitativer Hinsicht, so rekurriert auf einer quantitativen Ebene die steigende weltweite kommunikative Konnektivität auf eine Zunahme grenzüberschreitender Kommunikationsprozesse, die beispielsweise in einem Mehr von globalen Daten- oder Nachrichtenflüssen zum Ausdruck kommt. Qualitativ betrachtet weisen diese Kommunikationsprozesse allerdings eine ganz unterschiedliche Spezifik auf, deren Artikulationen in ihren Besonderheiten in den jeweiligen Kontexten betrachtet werden müssen.

Letzterem widmet sich dieses Forschungsvorhaben, indem vielschichtige Vernetzungsprozesse von jungen russischen Diasporaangehörigen betrachtet werden, die längst nicht auf der Ebene des Lokalen verbleiben. Zu diesem Zweck erscheint es sinnvoll, in Anlehnung an Hepp Konnektivität auf konzeptueller Ebene zu differenzieren. Er unterscheidet zwei Aspekte im Konzept der Konnektivität, nämlich einen Strukturaspekt mit dem Begriff des *Netzwerks* zur Beschreibung von *Konnektivitätsstrukturen*, sowie ergänzend dazu zur Darstellung von Prozessaspekten den Begriff des *Flusses* oder *Flows*, um *Konnektivitätsprozesse* greifbar machen zu können (vgl. Hepp 2008b: 71f.). Im Rahmen des Strukturaspekts bezieht sich Hepp dabei auf die Begrifflichkeiten von Castells, der von ‚Knoten‘ als zentrale ‚Elemente‘ von Netzwerken spricht und das Konzept wie folgt fasst:

„Ein Netzwerk besteht aus mehreren untereinander verbundenen Knoten. Ein Knoten ist ein Punkt, an dem eine Kurve sich mit sich selbst überschneidet. Was ein Knoten konkret ist, hängt von der Art von konkreten Netzwerken ab. [...] Netzwerke sind 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 dieselben Kommunikationskodes besitzen – etwa Werte und Leistungsziele.“ (Castells 2003: 528f.)

Während Castells in der „Netzwerkgesellschaft“ ein ganzes Forschungsparadigma und gesellschaftliches Organisationsprinzip zur Erörterung komplexer Globalisierungsprozesse und deren Folgen sieht, greift die vorliegende Arbeit auf einer eher mikroperspektivischen Ebene soziale Netzwerke unterschiedlicher Personen und Personengruppen heraus. In diesem Sinne muss man Castells Netzwerk-Theoretisierungen anpassen auf die Analyse sozialer Beziehungen, wie es teilweise auch Hepp tut: Die Konnektivität eines Netzwerks artikuliert sich entlang bestimmter Codes, die dazu führen, sozialen Netzwerken bestimmte Strukturen zu verleihen, die in einem „fortlaufenden kontextualisierten Prozess (re)artikuliert [werden].“ (Hepp 2008b: 72) Somit wird möglich, dass eine Person Teil unterschiedlicher Netzwerke sein kann, in denen z.B. zum einen eine besondere Art sozialer Beziehung, wie Freundschaft, der prägende Code ist, oder zum anderen sie auch Teil eines Netzwerks ist, wo bestimmte kulturelle Werte, z.B. deutsch-russische, den vorherrschenden Code bestimmen. Deutlich werden auf konzeptioneller Ebene die Unschärfe von Netzwerkgrenzen und der offene Charakter von Netzwerken, wohingegen sie trotz ihrer Offenheit dennoch eine strukturierende Funktion besitzen. Wie bereits Castells formulierte, können nun Knoten innerhalb von Netzwerkstrukturen ganz unterschiedliche Dinge darstellen. Betrachtet man medialvermittelte interpersonale Kommunikation als Prozess der Herstellung von Konnektivität, so sind die Knoten des Netzwerkes die kommunizierenden Personen, ebenso können aber auch bestimmte lokale oder kulturelle Gruppen, soziale Bewegungen oder Institutionen die Knoten in einem Netzwerk sein. Deutlich wird, wie das Konzept des Netzwerks ermöglicht, bestimmte Konnektivitätsstrukturen über unterschiedliche Ebenen hinweg zu analysieren und dabei gleichzeitig die Offenheit und Geschlossenheit dieser Netzwerkstrukturen zu berücksichtigen.

Um nun tatsächlich stattfindende Konnektivitätsprozesse innerhalb dieser Netzwerke greifbar zu machen, eignet sich der ebenfalls auf Castells zurückgehende Begriff des Flusses (Flow) zur Beschreibung von Prozessaspekten als der zweiten Konnektivitätsdimension. Es ist evident, dass Flüsse entlang bestimmter Netzwerke stattfinden, beispielsweise der Kapitalfluss entlang bestimmter Bankennetzwerke, Nachrichtenflüsse anhand von Mediennetzwerken oder aber auch der Fluss von Migranten entlang von Personennetzwerken (vgl. Pries 2001). Flüsse strukturieren solche Art Netzwerke allerdings nicht nur, sondern sie tragen auch zu deren Ausdehnung bei, Castells spricht z.B. von der Ausdehnung des ‚Raums der Ströme‘ bzw. Flüsse wie Kapitalflüsse, Flüsse von Informationen oder Flüsse von Bildern, Tönen und Symbolen (vgl. Castells 2001: 431). Ähnlich argumentiert auch der Soziologe John Urry, indem er ins Zentrum seiner Betrachtung eine Auseinandersetzung mit „globalen Flüssen“ verschiedenster Arten von Bewegungen über durchlässige Grenzen hinweg legt. Mit seinem Konzept macht er deutlich, dass Flüsse Netzwerke zwar benötigen, globale Flüsse aber ebenso die Grenzen von Netzwerken überschreiten (Urry 2003: 60). Es

sind nun nicht nur Informations- und Kommunikationsflüsse, die entlang von Kommunikationsnetzwerken und teilweise über sie hinaus artikuliert werden, sondern insbesondere auch eine physische Mobilität und das körperliche Reisen von Personen (Urry 2000: 50), die Urry ebenso wie Castells als sehr bedeutsamen Fluss und als Charakteristikum gegenwärtiger Gesellschaften betrachten.

Diese beiden Flussaspekte von Kommunikation und physischer Mobilität treffen zusammen, widmet man sich der Betrachtung von Migranten bzw. Migrantengemeinschaften. Physische Mobilität als transnationale Migration und Fluss von Menschen ermöglicht die Etablierung von „diasporischen“¹⁹ Kommunikationsformen“ (Dayan 1999) aufgrund dessen, da Medien- und Kommunikationstechnologien kulturelle Konnektivitäten über große geografische Entfernungen gestatten. Es sind genau diese Konstellationen von Flüssen, die am Anfang dieses Abschnittes zur Darstellung von Globalisierungsprozessen herangezogen und unter anderem mit dem Konzept des „scape“ von Appadurai (1996: 33) beschrieben wurden. Es wird deutlich, dass es sich hierbei nicht nur um temporäre Ereignisse handelt, sondern Flüsse langfristige „Konglomerate von Prozessen“ (Hepp 2008b: 72) darstellen.

Um diese Flussaspekte auch theoretisch zu fassen, führt Andreas Hepp den Begriff der „Verdichtung“ ein, der in räumlicher Hinsicht „den offenen und überschreitenden Charakter von Netzwerken und Flüssen greifbar macht und gleichzeitig das Charakteristische des Raums oder Scapes langanhaltender Konglomerate: Verdichtungen sind gewissermaßen eine fokussierte und bedeutungsvolle Spezifik mit unscharfen Grenzen.“ (Hepp 2008b: 73.) Richtungen und Reichweite dieser Flüsse verleihen den Verdichtungen ihren Charakter. In dieser Hinsicht erlaubt der Begriff der Verdichtung, die unsere Gegenwart kennzeichnenden globalen und zunehmend ineinander übergehenden Konnektivitäten von Netzwerken und Flüssen mit unklaren Grenzen zu fassen. Migrantengemeinschaften beispielsweise stellen nun eine besondere Form *kultureller* Verdichtung dar, da sie über nationale Kulturen und territoriale Grenzen hinweg existierende Personennetzwerke sind, die sich nicht zuletzt über besondere Formen der Medienaneignung und damit auch der kommunikativen Konnektivität konstituieren. Zusammenfassend kann man festhalten, lässt sich kommunikative Konnektivität als eine Zunahme weltweiter kommunikativer Beziehungen im Rahmen der Globalisierung der Medienkommunikation betrachten, die sich quantitativ in einem Mehr an Vernetzung und qualitativ in ihrer Spezifik und Komplexität ausdifferenziert. Diese Kommunikationsbeziehungen lassen sich sowohl hinsichtlich ihrer Konnektivitätsstrukturen als Netzwerke mit Knoten als Verbindungspunkten analysieren, ebenso aber auch deren Konnektivitätsprozesse, die Kommunikations- wie auch physischen Flüsse innerhalb des Netzwerks und auch über dessen ‚Grenzen‘ hinaus.

¹⁹ Vgl. zur Diskussion des Diaspora-Begriffes Kap. 3.2 sowie Düvel 2009a.

Kritisch würdigt nun Friedrich Krotz die Ansätze von Netzwerk und Konnektivität, betrachtet deren funktionalistische Ausrichtung allerdings als nicht hinreichend, um aus soziologischer Perspektive soziale Beziehungen, Kommunikation und deren Wandel zu begreifen: „Die Beschreibung aller sozialen Aggregate als Netzwerke und nur als Netzwerke oder Konnektivitäten geht dementsprechend an der Tatsache vorbei, dass Menschen auch auf der Basis von Gefühlen, durch die Konstruktion von Bedeutung und im ‚Rahmen‘ ihrer jeweiligen Lebenswelten handeln [...].“ (Krotz 2006: 25) Vor dem Hintergrund der Betrachtung, dass Konnektivitäten von Medien die Formen der Kommunikation und Interaktion verändern und sich in Folge dessen auch die Formen sozialer Beziehungen von Menschen in ihrer Alltagswelt verändern, fordert Krotz einen Rückbezug der Diskussion um Konnektivität und Netzwerk auf klassische Ansätze der (Wissens-)Soziologie in Anlehnung an Berger, Luckmann, Elias und Habermas (vgl. Krotz 2006: 26). Krotz verdeutlicht damit, dass das von Castells so genannte globale Netzwerk digitaler Medien als verflochten mit alltäglichen Beziehungnetzwerken, die durch physische Anwesenheit und face-to-face-Interaktionen im Alltagsleben stattfinden, betrachtet werden muss. Das digitale Netz digitaler Medien kann somit als Netz von Möglichkeiten und Kommunikationsflüssen beschrieben werden, das sich mit den schon früher existierenden Formen von Kommunikation vermischt und überlagert (vgl. auch Krotz 2003a).

Diese Perspektive ist hilfreich, um den Ansatz der kommunikativen Konnektivität tatsächlich fruchtbar zu machen für eine Beschäftigung und Analyse konkreter Vernetzungsprozesse von Diasporaangehörigen anhand digitaler Medien: Im Fokus meiner Untersuchung steht nun die Analyse sozialer Beziehungen von russischen Diasporaangehörigen unter dem Gesichtspunkt ihrer kommunikativen Konnektivität über die Aneignung digitaler Medien. Nun kann man nicht von vornherein von russischen Migranten als einem per se existierenden ‚Netzwerk‘ sprechen. Anders als beispielsweise Manuel Castells den Netzwerkbegriff verwendet, findet hier keine ‚Verdinglichung‘ (vgl. Hepp 2008b: 64) von Netzwerk statt. Eher wird argumentiert, dass sich diese unterschiedlichen sozialen Beziehungen erst über gemeinsame bzw. geteilte Kommunikationen als Netzwerke artikulieren und konstituieren. Dem zugrunde liegt das Verständnis, dass Beziehungen letztlich auf Kommunikation beruhen, wobei hier in Anlehnung an Krotz eingeschränkt wird, dass damit nur „positive Beziehungen zu Menschen“ (2007b: 9) gefasst werden können, nämlich solche, mit denen man tatsächlich kommuniziert, negative oder parasoziale Beziehungen mit diesem Verständnis außer Acht gelassen werden. Diaspora, betrachtet als Netzwerk, wird somit eher als eine Analysekategorie oder Beschreibungsmetapher angewandt, indem sich die russische Diaspora erst anhand bestimmter geteilter Kommunikationsmuster und -prozesse als ein ‚Netzwerk‘ konstituiert. Aus diesem Grund erscheint es nicht zielführend, bei der Untersuchung sozialer Netzwerke nur auf deren *strukturellen* und formalen Merkmalen von Akteursbeziehungen stehen zu bleiben

und dabei konkrete „kulturelle Inhalte“ (Hepp 2010a) wie Kommunikation und soziales Handeln sowie deren Kontextualisierungen zu vernachlässigen. Eher geht es darum, die unterschiedlichen sozialen Beziehungsnetzwerke der jungen russischen Diasporaangehörigen zu Personengruppen wie Freunde, Familie, Partner oder Arbeitskollegen anhand der sie konstituierenden Kommunikationsprozesse und Medienaneignungsformen aufzuzeigen und in ihrer Spezifik darzustellen. Deutlich wird, dass Kommunikationshandlungen somit nicht wie beispielsweise von Beck (2007: 56) als ein eigenständiges „Kommunikationsnetzwerk[s]“ begriffen werden, das als ein „partiales“ Netzwerk einen Ausschnitt aus dem gesamten sozialen Beziehungsnetzwerk der Akteure darstellt. Vielmehr müssen Kommunikationshandlungen in einer Cultural Studies Perspektive als im Alltag kontextualisierte Bedeutungsproduktionen gefasst werden, als deren ‚Ergebnis‘ kommunikativ artikulierte Beziehungsnetzwerke stehen. Hiermit verbleiben die Konzepte von Netzwerk und kommunikativer Konnektivität nicht auf der Ebene von abstrakt funktionalen Konzepten, sondern ermöglichen es durch eine Rückbindung an eine Cultural Studies geprägte kommunikations- und medienwissenschaftliche Orientierung, auch empirisch kommunikative Vernetzungen von Personen zu erfassen und dabei die kommunikativen und kulturellen Besonderheiten von Diasporagemeinschaften aufzuzeigen.

Bezogen auf den Zusammenhang von kommunikativen Vernetzungsprozessen mittels digitaler Medien und einer kommunikativen und biografischen Mobilität, wie sie klassischerweise Migranten und Diasporaangehörige kennzeichnet, liegen in der Kommunikations- und Medienwissenschaft bisher allerdings kaum empirische Erkenntnisse vor. Obwohl es eine Reihe von Studien sowohl zur Aneignung digitaler Medien und auch zu sozialen Vernetzungsprozessen gibt, dominiert oftmals die Fokussierung empirischer Studien auf Einzelmedien bzw. einzelne Endgeräte. Nichtsdestotrotz liefert für dieses Vorhaben die bisherige Forschung zu digitalen Medien wie Mobiltelefon und Internet mit E-Mail, interpersonaler Kommunikation und Social Software-Angeboten und deren Aneignung einige wesentliche Anknüpfungspunkte. Im nächsten Abschnitt dieses Kapitels soll nun der Blick auf die mediatisierte Kommunikation mit digitalen Medien gerichtet sein, die innerhalb des Fachs der Kommunikations- und Medienwissenschaft als Forschungsrichtung in den vergangenen Jahren nicht nur im deutschsprachigen Raum stark an Bedeutung gewonnen hat.

Aneignungsstudien digitaler Medien – ein Forschungsüberblick

Dass neben die Beschäftigung mit Massenmedien und deren Wirkung auf ihre Rezipienten als lang existierendes Kernforschungsfeld der Kommunikations- und Medienwissenschaft seit einigen Jahren insbesondere die Beschäftigung mit Individualkommunikation und Medien der interpersonalen Kommunikation getreten ist, demonstriert eine große Vielfalt an exzellenten Studien nicht nur im

deutschsprachigen, sondern auch im internationalen englischsprachigen Raum.²⁰ Betrachtet man die kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung zu digitalen Medien, fällt dabei eine Sache auf, nämlich die häufig eingenommene medienzentrierte Perspektive: Es dominieren vor allem Auseinandersetzungen mit einzelnen Medien, Endgeräten oder einzelnen Kommunikationsformen, wie beispielsweise entweder dem Mobiltelefon und unterschiedlichen Formen der interpersonalen Mobilkommunikation (vgl. Beiträge in Kavoori/Arceneaux 2006), oder dem Internet mit unterschiedlichen hybriden Kommunikationsformen wie E-Mail, Chat etc. (vgl. die Beiträge in Kimpeler/Mangold/Schweiger 2007). Ein solcher Fokus äußert sich nun nicht nur darin, dass die Technologie isoliert als einzelnes Medium ins Zentrum der Betrachtung gerückt wird, sondern vor allem in der oftmals damit verbundenen normativen Perspektive, ihre bloße Existenz habe ‚Auswirkungen‘ auf den Menschen, sie ‚mache etwas‘ mit dem Individuum und der Gesellschaft im Alltagsleben (vgl. Kopoomaa 2000: 22; Brown 2002: 3).

Diese Perspektive des technologischen bzw. Medienzentrismus greift allerdings zu kurz, will man medienübergreifende Vernetzungsprozesse zu unterschiedlichen Beziehungsnetzwerken im Rahmen einer kulturtheoretisch angelegten Medienaneignung analysieren sowie eine Aussage über die Besonderheit von Kommunikationsprozessen junger russischer Diasporaangehöriger und dem damit verbundenen soziokulturellen Wandel heutiger Gesellschaften treffen. Aus diesem Grund soll dieser Ansatz einer Einzelmediumstheorie, der mitunter mit nicht hinreichenden Denkansätzen der Wirkungsforschung verknüpft ist, in dieser Studie gleich zweifach überwunden werden: In Anlehnung an den Ausgangspunkt von Mediatisierungsprozessen als kennzeichnend für Gesellschaften des 21. Jahrhunderts wird zu diesem Zweck hierbei erstens besonderer Wert auf die Untersuchung der gesamten digitalen Medien- oder Kommunikationsumgebung der jungen russischen und russisch-deutschen Mediennutzer gelegt, indem die vorliegende Studie nicht nur die Aneignung des Mobiltelefons zu Vernetzungszwecken fokussiert, sondern von vornherein auf darüber hinausgehende mediatisierte Kommunikationen über unterschiedliche digitale Medien hinweg angelegt ist. Zweitens stützt sich die Analyse dabei auf den in den Cultural Studies entstandenen Ansatz der *Medienaneignung* in Form einer Integration von Medien und Kommunikationstechnologien in den Alltag der Menschen als Kontrast zur Annahme einer rein normativen Adaption oder Assimilation der Nutzer an die Gegebenheiten neuer Medien. Im Folgenden wird nun ein Überblick über den Forschungsstand gegeben, der aufgrund der verbreiteten Einzelmediumsfor-

²⁰ Vgl. beispielsweise die Beiträge in Katz/Aakhus 2002; Nyiri 2003 und 2005; Ling/Pedersen 2005 oder Höflich/Gebhardt 2005; Höflich/Hartmann 2006; Hartmann/Rössler/Höflich 2008 zur Mobilkommunikation mit dem Mobiltelefon sowie zur Internetforschung exemplarisch Döring 1999; Schmidt/Schönberger/Stegbauer 2005 sowie die Beiträge in Wellmann/Haythornthwaite 2002 und Kimpeler/Mangold/Schweiger 2007.

schung vieler Studien auch die Forschung zu Mobilkommunikation zunächst getrennt von der zum Internet betrachtet, bevor daran anschließend auf einige wenige medienübergreifende Studien eingegangen wird.

Beschäftigt man sich mit der Aneignung digitaler Medien wie dem Internet und der Kommunikation mit dem Mobiltelefon, so sind im gegenwärtigen Diskurs vor allem zwei Kernbereiche der Forschung auszumachen: Zum einen ist dies die Fokussierung eines Großteils der Studien auf deren Aneignung von jungen Menschen, in dessen Zentrum in erster Linie das Mobiltelefon als deren persönliches Medium steht sowie auch die Weiterentwicklung des Mobiltelefons zu einem Hybridmedium und der damit verbundenen Entstehung neuer Kommunikationsformen. Da diese hybriden Kommunikationsformen sowohl online als auch offline stattfinden, ist aus dieser Forschungsperspektive die Diskussion auch gleichzeitig mit Aspekten der Internetaneignung und den ebenfalls hybriden Kommunikationsformen verknüpft, die insbesondere von jungen Menschen genutzt werden. Zweitens beschäftigt sich ein Großteil aktueller Forschung zur Aneignung digitaler Medien auch mit dem Verhältnis zu Ort und Raum sowie deren ‚Wandlungsprozesse‘, dem sich mittlerweile ein breites Forschungsfeld widmet. Dieser zweite Aspekt soll deshalb in einem eigenen Abschnitt erörtert werden, nachdem zunächst die zentrale Rolle von Jugendlichen und deren Aneignungsmustern in der Mobilkommunikations- und Internetforschung dargestellt werden wird.

Zunächst gebe ich einen Überblick zum Forschungsstand zur Mobilkommunikation, anschließend werden Studien zur Internetforschung hinsichtlich ihrer Inhalte näher betrachtet. Auf einer ersten Ebene stellt eine der größten Gemeinsamkeiten der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung zur Mobilkommunikation der vergangenen Jahre die intensive Beschäftigung mit der Aneignung des Mobiltelefons von Jugendlichen dar (vgl. Studien von Kasesniemi/Rautiainen 2002; Ling 2004: 83-121; Ito 2005; Schulz 2008). Die Mobilkommunikationsforschung zeigt, dass es überwiegend junge Menschen waren, die damals mit dem Aufkommen der Mobilkommunikation in der Rolle als Early Adopters vor allem das Mobiltelefon als ihr persönliches Medium nahezu selbstverständlich in ihren Alltag integrierten (vgl. beispielsweise die Beiträge in Fortunati/ Katz/ Riccini 2003; Höflich/Gebhardt 2003a sowie Bug/Karmasin 2003b). Je nach Altersgruppe nutzen sie ihr Telefon z.B. aus Gründen der Sicherheit, um für die Eltern erreichbar zu sein, zur persönlichen Terminkoordination und Datenspeicherung mithilfe des digitalen Terminkalenders, insbesondere aber für den ständigen Kontakt zu Freunden und zur Clique per Anrufen, SMS und MMS, während sie mobil im Alltag unterwegs sind (vgl. Düvel 2006a). Damit hat sich das Mobiltelefon zum Medium der ständigen Erreichbarkeit insbesondere für junge Menschen entwickelt (vgl. auch die Beiträge in Katz/Aakhus 2002; Katz 2003 sowie in Kavoori/Arceneaux 2006). Im Rahmen des Aspektes der Konzentration auf die Nutzung des Mobiltelefons junger Menschen kann man zwei Kernaspekte festmachen: Der Kontext, in dem die Mobilkommunika-

tion Jugendlicher zu verorten ist, ist erstens ihre *permanente Erreichbarkeit bei lokaler Mobilität* im Alltag. Damit verbunden geht es zweitens stets um den *ständigen Kontakt mit ihren sozialen Netzwerken*: Oftmals steht die fortwährende Vernetzung mit der Clique und dem Freundeskreis im Mittelpunkt ihrer Aneignung des Mobiltelefons, vielfach ist aber auch die Verbindung zum Partner oder der Partnerin sowie der Familie von großer Bedeutung.

Der Fokus meiner Untersuchung dreht sich nun um das nähere Beleuchten des Zusammenspiels dieser beiden Aspekte der kommunikativen Mobilität im Alltag sowie der Vernetzungsprozesse zu unterschiedlichen Beziehungsnetzwerken der jungen Russen in der Diaspora. Hierfür ist es hilfreich, an weitere Forschungsergebnisse anzuknüpfen, die über die bisher genannten Aspekte hinaus verdeutlichen, dass es sich bei dem Mobiltelefon um ein „persönliches Medium“ (Höflich 2001: 4) handelt, das zur individuellen Verfügbarkeit und zur Organisation der persönlichen Mobilität im Alltag angeeignet wird. Hier gewinnt auch der bereits angesprochene Aspekt der mobilen Vernetzung mit dem Mobiltelefon an Bedeutung. Über das Mobiltelefon findet ein individualisiertes, ortsunabhängiges Beziehungsmanagement nicht nur im bereits angesprochenen Rahmen von Freundschaftsbeziehungen statt, sondern auch im Kontext von Partnerschafts- oder Familienbeziehungen (vgl. Döring 2004; Düvel 2006b; für Partnerschaften vgl. Dietmar 2005 für familiäre Beziehungen siehe Ling/Yttri 2002; Feldhaus 2004; Ling 2006). Vor diesem Hintergrund bezeichnen Höflich/Gebhardt das Mobiltelefon auch als ein „Beziehungsmedium“ (Höflich/ Gebhardt 2005c: 143). Dabei geht es oftmals gar nicht so sehr um den Austausch von Inhalten per Telefon oder SMS, von Bedeutung ist vielmehr die Kontaktaufnahme als solche vor dem Hintergrund der Beziehungskonstitution, was John Tomlinson als „phatische Funktion“ (phatic function) der Mobiltelefonie bezeichnet (vgl. Morley 2007: 223ff.; vgl. auch Höflich/Gebhardt 2005b: 145). Dahinter steckt stets das menschliche Bedürfnis nach Nähe und Verbindung, weshalb das Mobiltelefon auch insbesondere wegen seiner „intimen Qualitäten“ (Bull 2004: 285) wertgeschätzt wird. Auf medientechnologischer Ebene stehen den jungen Nutzern für ihre Beziehungskonstitution, -organisation oder zur mediatisierten Freizeitgestaltung immer mehr Anwendungen über das Mobiltelefon zur Verfügung: Studien verdeutlichen, dass, auch wenn Telefonieren und SMS-Schreiben weiterhin die meistgenutzten Kommunikationsformen bleiben (vgl. Breuning 2006; Castells et al. 2007: 127-169; JIM 2007), das Mobiltelefon inzwischen doch eher als ein multimediales individualisiertes mobiles Kommunikationsinstrument oder auch als „multimediafähige mobile Plattform“ (JIM 2007: 70) angeeignet wird. Insbesondere diese Tatsache verweist auf die im Kapitel 2.1 angesprochene materialistische Dimension im Rahmen des Mediatisierungskonzeptes: Durch technologische Konvergenz von Endgeräten als Multimedia haben sich seine Nutzungsmöglichkeiten vervielfacht, weshalb das Mobiltelefon mittlerweile allerdings weit davon entfernt ist, ein einfaches tragbares Telefon zu sein und auch von

seinen jugendlichen Nutzern nicht mehr nur als solches wahrgenommen wird. Neben den Kommunikationsformen Telefonie und SMS haben sich eine Vielzahl weiterer Möglichkeiten etabliert, beispielsweise in Form von integrierten Funktionen wie Spiele, Radio und MP3-Player, digitales Adressbuch und Terminkalender sowie die immer beliebter werdenden Funktionen der Foto- und Videoaufnahme (JIM 2007: 56f.) ebenso wie der technologische Fortschritt der TV-Fähigkeit des Mobiltelefons, wofür im Englischen der Begriff „cellevision“ (Kavoori/Arceneaux 2006: 1) konstruiert wurde (vgl. Breuning 2006; Kretzschmar 2008). Dabei verdeutlichen insbesondere Studien zur Nutzung von SMS, dass die Aneignung neuer Medientechnologien mit dem Herausbilden neuer Kommunikationsformen und -gewohnheiten verbunden ist: Neben einer eigenen Telefonier- hat sich unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen in den vergangenen Jahren eine „SMS-Kultur“ entwickelt (vgl. Kasesniemi/Rautiainen 2003; Höflich/Gebhardt 2003b), Peter Glotz, Stefan Bertschi und Chris Locke sprechen hier von einer „Daumenkultur“ (2006). Auch hier zeigen die Ergebnisse, wie insbesondere Jugendliche ihr Mobiltelefon nicht nur für Telefonate, sondern vor allem die SMS-Kommunikation zum mobilen Aufrechterhalten ihrer persönlichen Kommunikationsnetzwerke zur Peergroup (vgl. bspw. Kopomaa 2000; Bug/Karmasin 2003b; Düvel 2006a), zur Organisation und Koordination ihres Alltagslebens (vgl. Höflich 2001: 11; Tully/Baier 2006) in Freizeit- oder auch Berufskontexten (vgl. Berg 2008) nutzen.

Ähnliches verdeutlichen Studien zur Internetnutzung, deren Forschung sich derzeit vor allem auf die Aneignung des „Web 2.0“ konzentriert: Ebenso wie als Early Adopters des Mobiltelefons insbesondere bei der Popularisierung der SMS-Kommunikation sind dabei die 14-29-jährigen die stärkste Altersgruppe, die als „Treiber“ der Durchsetzung multimedialer Angebote im Netz gelten und deren Internetnutzung in zeitlicher Hinsicht schon fast den Fernsehkonsum eingeholt hat (van Eimeren/Frees 2007: 374ff.). Forschungsergebnisse spiegeln nicht nur die Entwicklung des Internets in den vergangenen Jahrzehnten wider: Auf technischer Ebene erlauben Flatrates und DSL-Anschlüsse ganz neue Angebotsformen und Inhalte, die auf Aneignungsseite auf komplexe Nutzungsprozesse treffen, so dass das Internet heute nur eingeschränkt mit dem von vor zehn Jahren zu vergleichen ist. (vgl. auch JIM 2007: 3) Dabei rücken nun insbesondere neue Anwendungen wie Gesprächsforen und Chatrooms neben den ‚klassischen‘ Formen des Internet wie Websites und E-Mailkommunikation als „neues Internet“ unter dem Begriff des „Web 2.0“ ins Zentrum der Analyse kommunikativer Prozesse. Haas et al. fassen die Spezifika des Web 2.0 wie folgt zusammen: „Der Begriff beschreibt alle Internetapplikationen, die hohe Gestaltungs- und Kommunikationsmöglichkeiten für den User bereitstellen. Damit unterscheidet sich das Web 2.0 vom Web 1.0 durch ein anderes ‚Selbstverständnis‘ des Internets, durch die intensive Einbindung des Nutzers in die Gestaltung der Inhalte und durch Dialoge.“ (2007: 215)

Die Internetforschung zu ‚Web 2.0‘ verweist somit zum einen auf stattfindende Hybridisierungs- und Konvergenzprozesse auf technologischer Seite, ebenso allerdings auch auf Aneignungsebene: Auch wenn quantitativ betrachtet seit 1999 die E-Mailnutzung die Rangliste der beliebtesten und meistgenutzten Internetanwendungen deutscher Nutzer anführt (1999: 77%, 2007: 79% (vgl. Haas/Trump/ Gerhards/Klingler 2007: 215)), gewinnen weitere Formen der computervermittelten interpersonalen Onlinekommunikation im Internet zunehmend an Bedeutung. Dazu zählen beispielsweise verschiedene Formen von Chats (vgl. Orthmann 2003 zu Nutzungsmotiven der Chataneignung von Jugendlichen; Schubert/Ernst 2007 zur experimentellen Untersuchung von Chatinteraktionen/-situationen) wie Instant Messeging Programme, wie z.B. der besonders unter Jugendlichen beliebte ICQ oder der Windows Messenger. Ebenso dazu zählt als interpersonale Onlinekommunikation die Telefonie per Internet, sogenannte Voice-Over-IP Programme, wie z.B. Skype (vgl. Joisten 2007 zur Aneignung von Skype im Hinblick auf Hybridisierungsprozesse in den Gebrauchsweisen interpersonaler Kommunikation) oder das besonders unter Online-Computerspielern beliebte Team Speak für gegenseitige Absprachen im Netz. Charakteristisch im Web 2.0 sind vor allem interaktive, multimediale Anwendungen wie Video- und Fotocommunities, Social-Networking-Sites, Weblogs oder Wiki-Websites (vgl. Schmidt 2009), die von Web 2.0-Nutzern, als überwiegend dem Alterssegment der 14- bis 29-Jährigen angehörend angeeignet werden. Auch die von mir untersuchten russischen Diasporaangehörigen gehören zu diesem Alterssegment, für das das Internet als Web 2.0 zum Alltag insbesondere als ein Medium zur Pflege sozialer Beziehungen gehört und sie mithilfe von Netzwerkplattformen oder via Instant Messeging Beziehungen in erweiterten sozialen Netzwerken artikulieren oder sich über Social-Network-Sites selbst präsentieren (vgl. Schmidt/ Hasebrink/Paus-Hasebrink 2009). Zum Web 2.0, oder auch „Mitmach-Netz“ (van Eimeren/Frees 2007: 363), existieren seit einigen Jahren zahlreiche Studien, die sich vor allem in dem Punkt der Analyse der neuen interaktiven Angebotsformen der sogenannten Social Software und Online Communities sowie deren Aneignung treffen (vgl. im deutschsprachigen Raum Schmidt/Schönberger/Stegbauer 2005; Mocigemba 2006; Haas/Trump/ Gerhards 2007; die Beiträge in Kimpeler/Mangold/Schweiger 2007 oder auch Stegbauer/Jäckel 2008, im englischsprachigen vor allem mit Fokus auf die Aneignung von Social-Network-Sites von jungen Menschen Buckingham/Willett 2006; Boyd 2008). Dabei kann auf Aneignungsebene nun ein zentraler, übergreifender Punkt herausgearbeitet werden, der in eine ähnliche Richtung weist wie die Studien zur Mobilkommunikation: Das Internet, so zeigt auch die ARD/ZDF-Onlinestudie von 2007, ist insbesondere für junge Menschen zu einem täglichen Begleiter für vielschichtige Themen und Fragen geworden (vgl. van Eimeren/Frees (2007)). Dabei kann an die Kernaussage von Haas et al.s Studie anknüpfend festgestellt werden, dass für diese Generation Webnutzer das Internet sowohl ein Informations- und Unterhaltungsmedium mit öffentlichen und indivi-

duellen Kommunikationsangeboten ist, in erster Linie allerdings eine zentrale Rolle für den Bereich der *Kommunikation* mit anderen und damit auch dem Aufrechterhalten sozialer Beziehungen spielt: Der Grund für die Onlinepräsenz der Nutzer ist vielfach der Wunsch nach kommunikativer Bindung und „24-stündiger Erreichbarkeit“, um „für alle verfügbar zu sein“ (Haas et al. 2007: 218) und selbst die Online-Anwesenheit anderer zur Kommunikation zu nutzen. Hierzu werden häufig E-Mails und Instant-Messenger genutzt. Dahinter steckt – ebenso wie bei der Aneignung des Mobiltelefons zur Mobilkommunikation – der Wunsch nach permanenter Vernetzung zum Freundeskreis oder anderen Gleichgesinnten. Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass die Mehrheit der jungen Nutzer zwischen 14-29 Jahren den Austausch mit anderen Menschen im Internet über Gesprächsforen, Chaträume oder per E-Mails als „wichtig“ für sie bezeichnet (van Eimeren/Frees 2007: 367).

Diese Wichtigkeit der ständigen Erreichbarkeit im Alltag und das in Verbindung Stehen über unterschiedliche mediatisierte Kommunikationsformen hinweg zeigt erneut, dass die Beschäftigung mit digitalen Medien keinesfalls mehr nur ein medienzentrierter Fokus auf eine kommunikative Aneignung *des* Mobiltelefons oder *des* Internets sein sollte, sondern vielmehr unterschiedliche „Kommunikationsmodi“ (Hasebrink 2003a: 41) ins Blickfeld geraten, innerhalb derer insbesondere Jugendliche offenbar problemlos und alltäglich auch zwischen On- und Offline-Situationen über ihre Medienumgebung hin und her springen (Bug/Karmasin 2003a: 14).

Vor dem Hintergrund ihrer gewünschten Vernetzungen zu ihresgleichen besteht nun bei jungen Internetnutzern die Tendenz, die gesamte Bandbreite und Vielfalt an Anwendungen und Kommunikationsangeboten des Internet auszunutzen, wozu beispielsweise die Teilnahme an Gesprächsforen, Newsgroups oder der Download von Audio- und Videodateien gehören (van Eimeren/Frees 2007: 365). Dabei bietet das Web 2.0 den Vorteil von zielgruppenspezifischen Angeboten, so dass sich die Anwender über soziale Navigationsmöglichkeiten wie Nutzergruppen oder thematische Blogs mit ähnlich denkenden Personen ihres Interessengebietes austauschen und sich in vernetzten Strukturen bewegen können. Ähnlich wie bei der Mobilkommunikation ist hier mit der Onlinekommunikation und Internetaneignung gleichzeitig eine stärkere Individualisierung der Mediennutzung verbunden, die nicht zuletzt durch die Möglichkeit des ständigen Zugriffs gesteigert wird.

Diese Formen bzw. Beispiele von Individualkommunikation machen nun im Hinblick auf den Fokus dieser Arbeit von kommunikativen Mobilitäten und Vernetzungsprozessen zwei Dinge deutlich: Erstens illustriert die Verfügbarkeit neuer Kommunikationsformen und -potenziale demnach, dass eine Analyse der Aneignung von Mobilkommunikation und Internetkommunikation demzufolge anstelle einer isolierten Betrachtung von (digitalen) Einzelmedien bzw. -kommunikationsformen den Fokus erweitern muss auf die gesamte Kommuni-

kations- bzw. Medienumgebung der Nutzer und den damit verbundenen *übergreifenden Kommunikationsprozessen*. Zweitens verweisen diese mediatisierten Kommunikationsprozesse der On- und Offlinekommunikation darauf, dass vor allem bei jugendlichen Nutzern die Artikulation von medienvermittelten sozialen Beziehungen nicht bei der Aneignung eines Mediums stehenbleibt. Vielmehr erfolgt insbesondere in diesem Alterssegment die Konstitution und Artikulation von persönlichen Beziehungsnetzwerken über komplexe digitale Medienumgebungen hinweg, die ganz individuelle Muster und Intensitätsgrade annehmen können. Jugendliche und junge Erwachsene nutzen diese Kommunikationsformen überwiegend zum Zwecke des Aufrechterhaltens von persönlichen Kommunikationsnetzwerken, womit individualisierter mediatisierter Kommunikation über digitale Medien ein bedeutsamer verbindungsstiftender Charakter zukommt.

Digitale Medien und Ortsbeziehungen: Transformationsprozesse und Translokali-tät

Hebt man auf kommunikations- und medienwissenschaftlicher Ebene ab auf Mediatisierungsprozesse kommunikativen Handelns im Kontext von Mobilkommunikation, so ist damit – wie bereits im ersten Abschnitt dieses Kapitels angedeutet – auch eine Ausdehnung von Kommunikation auf Situationen und damit Kontexte und Lokalitäten verbunden, die bisher nicht durch Mediennutzung charakterisiert wurden. In diesem Zusammenhang ist eine Auseinandersetzung mit Orten, Räumen und deren Wandel von zentraler Bedeutung, die anhand von drei Punkten erfolgen soll: Erstens wird die These vom Verlust des Ortsinns durch die Etablierung mobiler Medien kritisch diskutiert. Zweitens erfolgt eine Erörterung der Transformation von Orten durch Medien und Medienkommunikation, die sich in einer Überlagerung oder Pluralisierung von ‚Lokalitäten‘ ausdrückt, weshalb im Folgenden nicht mehr nur von Ort, sondern eher von Lokali-tät die Rede sein wird. Vor diesem Hintergrund wird drittens im Hinblick auf das Thema dieser Arbeit Lokalität weniger mit einem Bezug zu einem real existieren Ort, sondern eher als soziales Arrangement neu definiert, in dessen Zusammenhang auch der Begriff der *Translokalität* erörtert wird.

Durch das Aufkommen mobiler Kommunikationstechnologien in den vergange-nen Jahrzehnten und mit deren Nutzung möglich gewordenen Mobilitäten und Virtualitäten ist auch eine „Nomadisierung“ von Medien“ (Höflich/Gebhardt 2005a: 7) als zunehmende Unabhängigkeit vom Ort, hier verstanden als fester physischer lokaler Bezugspunkt, feststellbar. Auch wenn Theoretiker wie Joshua Meyrowitz in seinem Werk ‚No Sense of Place‘ feststellen, in der elektronischen Gesellschaft seien Kulturen „relatively placeless“²¹ (1985: 308), ist damit jedoch keineswegs eine zunehmende Bedeutungslosigkeit oder gar Auflösung physi-

²¹ Dabei merkt Meyrowitz an, ist hier ‚Place‘ sowohl als physische Lokalität, ebenso aber auch als soziale Position zu verstehen (1985: 308).

scher Orte eingetreten. Daniel Miller und Don Slater kritisieren zum Beispiel, wie ein Großteil früherer Forschung zu computervermittelter Kommunikation sich tendenziell auf die Konstitution von Orten oder Räumen herausgelöst aus dem Kontext des sozialen ‚Offline‘-Lebens konzentrieren. Anstatt das Internet als Fortführung sozialer Räume und als Teil des Alltagslebens zu betrachten, wurde Cyberspace als Ort und Virtualität konträr und losgelöst von der realen Welt und nicht als Teil existierender sozialer Räume des Alltags gedacht (Miller/Slater 2000: 4ff.). Empirische Studien zu Mobilkommunikation illustrieren allerdings, wie Lokalität als Referenzpunkt der Kommunikationshandlung trotz aller Mobilisierung nicht an Bedeutung verliert und sowohl die Bindungen und der Bezug zum Ort sowie dessen Bedeutung weiterhin bestehen bleiben, sich allerdings in erheblichem Maße durch die Mobilitätspotenziale von Kommunikationstechnologien im Wandel befinden, wie Nick Couldry und Anna McCarthy festhalten: „Media [...] emerge as one of the most important *dis*-placements at work in the relatively centralized ‚order‘ of contemporary societies.“ (2004: 5) Die Bedeutung des Ortes und dessen Wandel werden auf unterschiedlichen Ebenen deutlich:

Auf einer ersten Ebene zeigen zahlreiche Aneignungsstudien die große Bedeutung digitaler Medien für kommunikative Verbindungen zum persönlichen Netzwerk, indem insbesondere das Mobiltelefon in Bezug auf *lokale Kontexte* angeeignet wird, wie beispielsweise zur Vernetzung mit der Clique im lokalen Umfeld und der individuellen Mobilitätsorganisation im städtischen Raum (vgl. Bull 2004, 2005 zur urbanen Nutzung mobiler Kommunikations- und Soundtechnologien; Ling 2004; Höflich/Rössler 2001; Höflich/Gebhardt 2005a oder die Beiträge im ersten Teil in Nyiri 2005). Demnach nimmt das Telefongespräch oder die SMS-Kommunikation oftmals Bezug auf ein anstehendes oder bereits stattgefundenes persönliches Treffen in einer face-to-face Situation im (unmittelbaren) lokalen Umfeld. Demnach erfolgt die Aneignung des Mobiltelefons trotz seines Potenzials, weltweit globale Kommunikationsräume erschließen zu können – wie sein räumlichfixiertes Äquivalent Festnetztelefon auch – überwiegend als ein Medium der „Nahraumkommunikation“ (Höflich/Rössler 2001: 446). Es wird zum Kontakthalten mit dem sozialen Netzwerk bei zunehmender Mobilität genutzt. An solche Ergebnisse anknüpfend arbeitet auch Morley (2007: 221f.) heraus, sei das Mobiltelefon kein Instrument zur globalen, Grenzen überwindenden Kommunikation, sondern eher ein Stück Heimat, das bei Mobilität im Alltag mitgenommen werden kann und in jeder Situation die Kontaktmöglichkeit mit dem vertrauten Netzwerk ermöglicht. Ähnliches gilt auch für die Aneignung des Web 2.0 und insbesondere für die Aneignung von „Social Network Sites“ (Boyd/Ellison 2007) beruflicher oder privater Networking-Portale wie MySpace, Lokalisten, StudiVZ, Facebook oder Xing (vgl. Renz 2007). Danah Boyd und Nicole Ellison betonen anhand ihrer Forschungsbefunde, dass diese Art Online-Kommunikationsnetzwerke überwiegend auf Offline-Beziehungen fußen. Viel-

mehr dienen diese Onlineportale eher dem Aufrechterhalten sozialer Beziehungen und weniger dem Kennenlernen neuer, fremder Personen (vgl. Boyd/Ellison 2007). In eine ähnliche Richtung argumentiert auch John Tomlinson, indem er etwas allgemeiner herausstreicht, die zentrale Wertschätzung neuer (mobiler) Kommunikationstechnologien läge in Zeiten und unter den Umständen weltweiter kultureller Flüsse und Globalisierungsprozesse vielmehr in ihrer Betrachtung als „Technologien des Zuhauses“ (2006: 78), um etwas von der Sicherheit des kulturellen Kontextes aufrechtzuerhalten. John Tomlinson arbeitet in seiner Argumentation noch eine zweite Ebene des Lokalitätsbezuges mobiler Kommunikation heraus, und zwar wie trotz der Erleichterung der „medialen Mobilität“ (2006: 72) und einer damit verbundenen suggerierten Mühelosigkeit in der Überwindung von Distanz durch Kommunikation nach wie vor die *Zwänge des Ortes* und der *Körperlichkeit* und die damit verbundenen „konkreten Realitäten der Entfernung“ (Tomlinson 2006: 72) bestehen bleiben. Dies macht er fest an der steigenden Bedeutung fixer Terminals als Lokalitäten zur Organisation von Mobilität – wie zum Beispiel Bus- und Bahnstationen, Flughäfen, Parkplätzen und anderen Transporttechnologien (vgl. ebd.), die Menschen helfen, sich physisch von einem Ort zum anderen zu bewegen.

Diese Beispiele bzw. Ansätze zeigen demzufolge, dass es eher konträr zur Auffassung von Meyrowitz nicht um einen Verlust des Ortssinns oder eine Bedeutungslosigkeit physischer Orte geht, sondern eher um den *Wandel von Orten* im Zusammenhang mit (mobilen) Medien- und Kommunikationstechnologien. Dieser Wandel wird nochmals deutlich, nähert man sich der Auseinandersetzung mit dem Ortskonzept aus soziologischer Perspektive: Bereits Ulrich Beck hat 1997 darauf hingewiesen, dass in Zeiten der Globalisierung eine ‚Mehrörtigkeit‘ das Leben vieler Menschen charakterisiert: Beispielsweise lebt eine zunehmende Anzahl von Personen nicht (mehr) bis zu ihrem Tode am selben Ort, sondern Ortswechsel im Kontext der eigenen Biografie finden zum Teil auch über weite Ortsdistanzen statt (z.B. nicht nur als Migranten, sondern ebenso als Austauschstudent, Saisonarbeiter oder als Experte, der Projekte an verschiedenen Orten der Welt betreut (vgl. Beck 1997: 133f.)). Anthony Giddens wiederum verweist in seiner Definition von Lokalitäten auf deren Ausdehnung, die diese annehmen können: Beispielsweise können sie auf ein Haus bezogen sein, eine Straßenecke, Klein- und Großstädte bis hin zu Nationalstaaten. Dabei sind Lokalitäten allerdings in bestimmte ‚Bereiche‘ eingeteilt, die unterschiedliche Interaktionskontexte definieren, so hat die Wohnung eines Hauses als Lokalität verschiedene Räume, in denen spezifische Interaktionen stattfinden (Schlafzimmer, Esszimmer, Küche etc.). Somit kennzeichnen bestimmte Bereiche von Lokalitäten unterschiedliche „Interaktionsrahmen“ im Sinne von Erving Goffman (1977). Im Zuge von (medialen) Globalisierungsprozessen werden laut Giddens Lokalitäten allerdings zunehmend von „entfernten sozialen Einflüssen gründlich geprägt und gestaltet“ (Giddens 1996: 30), weshalb er eine Trennung von Lokalität als kon-

stituiert durch eine physische Umwelt und Raum als Raum sozialer Interaktionen vornimmt (vgl. ebd.). Dies bezeichnet Giddens mit seinem viel zitierten Begriff der „Entbettung“ (1996: 33ff.), der auf das Herausheben sozialen Handelns aus örtlich begrenzten Kontexten abhebt und soziale Beziehungen über große „Raum-Zeit-Abstände“ (1996: 72) entstehen lässt. Zu solchen Entbettungsmechanismen zählt Giddens auch die elektronischen Medien, durch die Distanzen zwischen Lokalitäten überbrückt werden (1996: 176). Allerdings spricht Giddens selbst auch stets von einer ‚Rückbettung‘ in dem Zusammenhang, dass Lokalität stets als der Referenzrahmen bestehen bleibt.

Aus diesem Blickwinkel heraus in einer Auseinandersetzung um Vernetzungsprozesse mittels digitaler Medien generell und in der Fokussierung von Kommunikationsnetzwerken in Diasporagemeinschaften im Speziellen gelangt man schnell an den Punkt, dass eine Betrachtung von Kommunikationsprozessen rein auf lokaler Ebene nicht ausreichend ist. Vielmehr finden kommunikative Verbindungen nicht zuletzt durch mediale „Entbettungen“ zunehmend über bestimmte Lokalitäten hinaus statt, innerhalb von Diasporagemeinschaften vielfach ebenso kulturübergreifend (wie im folgenden Kapitel 3 erörtert werden wird). Daher eignet sich für derartige kommunikative Prozesse das Konzept der *Translokalität*, wie es auch Andreas Hepp für eine Medienkulturforschung in Zusammenhang mit Globalisierungsprozessen geprägt hat: Der Begriff betont nun einerseits mit seinem Grundwort ‚Lokalität‘, dass sich lokale Referenzen auch mit der Globalisierung keinesfalls auflösen, sondern bestehen bleiben, Menschen leben schließlich auch weiterhin an bestimmten physischen Orten, an denen sie zur Arbeit gehen und ihren Feierabend verbringen etc. Allerdings wird die Betrachtung dieser Lokalität erweitert durch das Präfix ‚trans-‘, wodurch „auf Prozesse und Momente des ‚zwischen‘ und ‚durch‘ Lokalitäten hindurch Konnektierenden“ (Hepp 2004b: 163) verwiesen wird. Lokalität wird demnach als Ausgangspunkt der Betrachtung genommen, allerdings ergänzt um darüber hinausweisende Perspektiven. Dabei verweist Translokalität, so wie der konzeptuelle Begriff hier verwendet wird, auf zwei Punkte, die für meine Arbeit bedeutungsvoll sind: Zum einen hebt der Begriff ab auf eine von Ulrich Beck als „Mehrförtigkeit“ (Beck 1997: 133) bezeichnete Tatsache, dass im Zuge von Globalisierungsprozessen eine zunehmende Anzahl von Personen für die Dauer ihres Lebens nicht mehr nur an einem Ort lebt, sondern biografisch bedingte Mobilitäten zu Ortswechseln führen. Dabei ist auch die Überschreitung weiter Ortsdistanzen, wie sie insbesondere Migranten kennzeichnet, keine Seltenheit. Vor diesem Hintergrund muss also auch Lokalität als geprägt und gestaltet von entfernten sozialen und kulturellen Einflüssen betrachtet werden, was auf ein fortschreitendes Herausheben sozialen und kulturellen Handelns aus örtlich begrenzten Zusammenhängen verweist.

Zweitens nehmen elektronische Medien in diesem Entbettungsprozess eine Zentralstellung ein, die das Aufrechterhalten sozialer Beziehungen über große zeitli-

che und räumliche Abstände ermöglichen und so die Kommunikation nicht mehr nur auf die örtliche Anwesenheit reduziert bleibt, sondern Entfernungen zwischen Lokalitäten überbrückt werden. Dabei verliert das Lokale bzw. die Lokalität nicht an Relevanz, sondern Giddens verdeutlicht, dass solche *Entbettungsprozesse* über die Lokalität hinaus (vgl. auch den Abschnitt *Konzeptionelle Zugänge: Netzwerke, Konnektivitäten und Kommunikation*) stets in ihrer Wechselbeziehung einer Rückbindung an soziale Handlungskontexte und Beziehungen auf Lokalität bezogen werden. Damit wird auch deutlich, dass Lokalität immer auch auf Vernetzungsprozesse, den Konnektivitäten rekurriert, die ausgehend vom Ansetzen beim Lokalen anhand mediatisierter kommunikativer Vernetzungen eine Translokalität erst ermöglichen bzw. erfahrbar machen. Somit wird aus dieser Perspektive auch eine Analyse kommunikativ artikulierter sozialer Beziehungen, die über das Lokale hinausgehen, möglich, weshalb im empirischen Teil dieser Studie die per Medienkommunikation aufrechterhaltenen sozialen Beziehungen der russischen Diasporaangehörigen in ihre Herkunftsländer als *translokale* kommunikative Vernetzungen gefasst werden, die neben den lokal verankerten sozialen Beziehungen stattfinden.

Anders als wie Meyrowitz von einem Verlust des Ortssinns durch Medienkommunikation auszugehen, betrachte ich stattdessen Lokalität als beständigen Referenzpunkt auch von *translokalen* Kommunikationshandlungen, weshalb für meine Untersuchungen insbesondere die Arbeiten von Shaun Moores anschlussfähig sind, in denen er sich mit *Transformationsprozessen von Lokalität* auseinandersetzt, die hier als zweiter Aspekt einer Beschäftigung von digitaler Medienaneignung und das Verhältnis zur Lokalität erörtert werden.

Moores arbeitet den Ansatz von einer ‚Pluralisierung des Ortes‘ durch die Aneignung von Medien und insbesondere mobiler Kommunikationstechnologien heraus (vgl. 2004; 2006). Dabei setzt er sich mit der steigenden Komplexität von Ort bzw. Lokalität auseinander und insbesondere, wie elektronische Medien an der Artikulation örtlicher Bezüge und neuer Arten sozialer Interaktionssituationen beteiligt sind. Hierbei knüpft Moores an den Ansatz von Paddy Scannell’s „doubling of place“ (1996: 172) an: Ursprünglich fasst der Ansatz eine gefühlte Auflösung von Entfernung für Rezipienten massenmedialer Angebote (Scannell 1996: 91): Durch die Gleichzeitigkeit des „Live Erlebens“ in Radio- und Fernsehberichterstattungen entsteht das Empfinden einer Doppelung des Ortes beim Rezipienten, nämlich parallel am Ort der Berichterstattung als auch am physischen Ort der Rezeption zu sein. John Urry nennt diese Form der augenblicklichen Mobilität „virtuelle Reisen“, ohne sich physisch zu bewegen (2000: 70). Moores zeigt nun anhand einiger Beispiele, wie durch Medien und Medienkommunikation die situativen Verknüpfungen zwischen Orten multipliziert werden, wozu das gesamte Spektrum an elektronischen Medien von Fernsehen über Radio, ebenso wie Telefon und Internet, beiträgt, weshalb ein mediumszentrierter Ansatz zur Fokussierung der Erfahrung des Wandels von Lokalitäten und damit

auch sozialen Wandels nicht ausreichend erscheint. Seine Ergebnisse können nun dahingehend gedeutet werden, dass sowohl durch das Aufzeigen der offenbar selbstverständlichen Verknüpfung von Online- und Offlineorten bzw. -situationen im Alltag als auch in überlagernden Definitionen einer Situation, indem Telefonierer mit dem Mobiltelefon ihren persönlichen ‚Kommunikationsraum‘ dem öffentlichen physischen Ort vorziehen, keinerlei Bedeutungsverlust oder gar Auflösungsprozesse des physischen Ortes erkennbar ist. Vielmehr ist eher eine komplexe Integration der Interaktionen mit unterschiedlichen Lokalitäten im Alltag feststellbar (Moores 2004: 27ff.), weshalb Moores hier von einer Doppelung von Realität und Pluralisierung des Ortes (Moores 2006: 200) spricht, in der auch virtuelle Orte des Internets oder telefonische Beziehungen stets im ‚Offline‘ des Alltagslebens verortet werden.

Mit dieser kommunikativen Überlagerung von physischen Orten durch Kommunikationsräume beschäftigen sich auch Joachim Höflich und Michael Bull, wenn beide von einer „Privatisierung des öffentlichen Raums“ (Höflich/Gebhardt 2005a) als Kommunikationsraum sprechen: Michael Bull konstatiert, wie insbesondere Mobiltelefonierer den (öffentlichen) Raum zu ihrem privaten Raum „transformieren“ (2004: 283), indem sie in der Öffentlichkeit mit nicht anwesenden Personen kommunizieren. Die Folge ist somit der Prozess einer Grenzverschiebung öffentlicher und privater Räume, zu denen sich unsere Beziehung und Wahrnehmung durch mobile Technologien verändert (vgl. auch Höflich/Gebhardt 2005b). Höflich begreift nun die kommunikative Präsenz in der Situation des Telefonierens als einen „virtuellen ‚Konversationsort‘“ (Höflich 2005: 19), der die Kommunizierenden für die Dauer ihrer Konversation aus ihrer Umgebung heraushebt, so dass ein „virtueller Raum der Kontaktaufnahme – eben der Cyberspace – geschaffen wird“²² (Höflich 2005: 20), zu dessen Gunsten die physische Umgebung zwischenzeitlich, allerdings nur für die Dauer des Telefonats, zurücktritt. Höflich spricht in diesem Zusammenhang weiter von sich wandelnden Medienrahmen: In Anlehnung an Goffmans „Rahmen-Analyse“ (Goffman 1977) versteht er darunter eine medial geschaffene Umgebung, in die kommunikative Aktivitäten eingebunden sind: „Ein Medienrahmen umfasst mit anderen Worten jene sozialen Situationen, in denen sich die Kommunikationspartner befinden, wenn sie ein bestimmtes Kommunikationsmedium verwenden und insbesondere, wenn sie über dieses Medium verbunden sind.“ (Höflich 2004: 148) Dabei betrachtet Höflich die Möglichkeiten und Grenzen eines solchen Medienrahmens allerdings als durch die Potenziale des Mediums vorgegeben, womit er – konträr zu Moores – ausgehend von einer mediumstheoretischen Perspektive argumentiert, in der die Mediennutzung zu einer Reartikulation

²² Höflich zufolge verknüpft die Nutzung der Mobilkommunikation zwei reale Orte der Kommunikationspartner durch die mobile Übertragung von Kommunikation und ermöglicht so ein mobiles ‚Raumsplitting‘.

sozialer und kommunikativer Arrangements von Alter, Ego und anwesenden Dritten am Ort der Mediennutzung führt und damit zu einer anderen Definition von Ort (vgl. Höflisch 2003a; 2005b: 32). Insbesondere zwei Ausgangspunkte in Höflichs Argumentation erscheinen mir nun schwierig für einen anschlussfähigen Zugang zu Transformationsprozessen von Ort im Kontext digitaler Medienaneignung: zum einen sein Ansatz, die Nutzung elektronischer Medien hebe die Nutzer aus seiner Umgebung und sozialen Situation heraus an einen anderen ‚virtuellen Konversationsort‘. Feststellbar ist beispielsweise auch bei Telefonkonversationen mit dem Mobiltelefon eine lokale Rückbindung an den physischen Ort und die soziale Situation, in der die Gestaltung des Gesprächs durchaus in Abhängigkeit zu anwesenden Mithörern geschieht (vgl. die genannten Studien im vorangegangenen Abschnitt zum Forschungsüberblick zu Aneignungsstudien digitaler Medien). Zweitens erscheint auch Höflichs impliziter Ausgangspunkt der Mediumstheorie für Erklärungsansätze zur Transformation von Orten und dem damit verbundenen sozialen Wandel wenig geeignet.

Shaun Moores hingegen rückt nicht eine Betrachtung der Potenziale von Medien für die Konstitution von physischen oder virtuellen Orten oder Räumen in den Vordergrund, sondern nähert sich der Beziehung von Ort und elektronischen Medien über eine sehr offene und für meine Arbeit recht anschlussfähige Zugangsweise zu Ort in Bezug auf Vernetzungsaspekte und Ströme (vgl. Moores 2006): Relevant erscheint Moores’ Ansatz nun insbesondere, da sein Zugang auf ein abstrakteres Verständnis von Ort verweist, das nicht auf physische, geografische Aspekte reduziert bleibt. Ihm geht es nicht darum, Ort als etwas Fixes oder fest Definiertes zu beschreiben, womit er sich insbesondere gegen die Konzeptionalisierung von Ort durch Castells abgrenzt, der Ort als etwas Abgeschlossenes, Begrenztes betrachtet (Castells 2001: 479ff.; Moores 2006: 190ff.). Zwar folgt Moores Castells in dessen Annäherungen, Orte werden an der Schnittstelle innerhalb von Netzwerken gebildet, wo bestimmte Flüsse oder Ströme zusammen fließen, sich kreuzen und wieder trennen. Jedoch ist Moores zufolge diese Schnittstelle auch geprägt durch Offenheit (vgl. Massey 1995), indem Orte nicht mehr charakterisiert werden durch ihre Grenzen, sondern im umgekehrten Sinne durch die ‚Durchlässigkeit‘ ihrer Grenzen und die Verknüpfung durch die Interaktion mit anderen Orten. Diese Verknüpfungen und Interaktionen erfolgen nun in globalisierten Gesellschaften im 21. Jahrhundert nicht mehr zwangsläufig durch Reisen von einem Ort zum anderen und damit nicht in erster Linie (mehr) durch physische Mobilität, sondern finden überwiegend per Medien und Medienkommunikation statt, durch deren Aneignung ihrer Kommunikationspotenziale ein Wandel bestehender Orte vollzogen wird: In Ahnlehnung an Anthony Giddens (1990) und John Tomlinson teilt Moores die Perspektive von David Morley, der als charakteristisches Merkmal globalisierter Gesellschaften festhält: „It is [...] in the transformation of localities, rather than in the increase of physical mobility (significant though that may be for some groups)“ (Morley 2000: 14).

Folglich geht es nicht um eine Loslösung vom Ort durch eine zunehmende lokale Mobilität, sondern feststellbar ist viel eher die Transformation von Lokalität, der Wandel von Ort durch Medienkommunikation und Medienaneignung (vgl. auch Morley 2000: 15), der ebenfalls ein Ausdruck von Globalisierungsprozessen (vgl. Kap. 2.1) ist. So hält Moores folglich fest, können wir uns „Ort als eine besondere Lokalität vorstellen, deren Bedeutung aktiv am Anknüpfungspunkt vielfältiger und komplexer Konnektivitäten mit einer umfangreichen Welt jenseits des Ortes hergestellt wird.“ (2006: 192) Dabei knüpft Moores in seiner Charakteristik von Orten an John Urry (2000: 140) an, der Orte durch ihre vielschichtige Bedeutung als ‚multiplex‘ definiert: Auf der einen Seite charakterisiert sie die Herstellung von Nähe durch die Interaktion Anwesender, andererseits reicht eine Verknüpfung und die Herstellung von Nähe aber auch über den Ort als Lokalität physischer Anwesenheit hinaus, indem Personen durch die Vernetzung via Kommunikationstechnologien zeitgleich auch mit anderen Kommunikationspartnern in lokal größerer Distanz verbunden sein können und eben diese Nähe in medienvermittelter ko-präsenter Interaktion stattfindet. Damit richtet Moores seinen Blick sowohl auf „Orte auf dem Bildschirm [...] wie auch auf jene Orte, an denen dieser Bildschirm betrachtet und interaktiv genutzt wird.“ (Moores 2006: 201) und damit auf das Zusammenspiel von lokalem, physischen Dasein und den anhand von Medien und Medienkommunikation darüber hinausweisenden Ebenen. Anschaulich stellt er in seinem Paper *Knowing how to get around: Place, Migration, Communication* den Prozess des „Place-Making“ dar, übersetzt also den Prozess der Verortung oder der Aneignung eines Ortes am Beispiel von erst seit Kurzem zugereister Migranten in verschiedene größere Städte Großbritanniens. Dabei kann er in seiner Studie zeigen, wie dieses Place-Making nun als ein Zusammenspiel auf zwei Ebenen stattfindet: Zum einen ist es ein Prozess des Vertrautwerdens mit geografischen, lokalen Bezügen am physischen Wohnort und alltäglichem Lebenskontext der Personen, wie beispielsweise das Wissen, in welche U-Bahn man steigen muss, um von A nach B zu gelangen oder aber auch die Entwicklung bestimmter Gewohnheiten im Lebensalltag der neuen Umgebung. Zum anderen macht Moores aber deutlich, spielen Medien und Medienkommunikation eine zentrale Rolle, um den physischen Ort der lokalen Anwesenheit tatsächlich auch als persönlichen Ort des Lebensalltags zu gestalten und erfahrbar zu machen, indem sie zum einen durch Fernsehbilder über die physische Lokalität hinausweisen sowie weiterhin, indem sie das Aufrechterhalten sozialer Beziehungen auch über große geografische Entfernungen ermöglichen: Der physische Ort ist somit eng mit der Aneignung einer persönlichen Medienumgebung verknüpft, die fester Bestandteil des *Place-Making* ist und somit auch die Bedeutung eines Ortes erst konstituiert (Moores 2009). Bedeutsam ist hieran der soziale Aspekt in der phänomenologisch orientierten Auseinandersetzung von Moores mit Ort, indem Ort hier nicht in dichotomer Gegenüberstellung als entweder physisch oder virtuell konzeptionalisiert wird, sondern vielmehr gefasst wird als Schnittstelle im Rahmen alltäglicher Bedeutungspro-

duktion, die sich durch ‚Überlagerungsprozesse‘ unterschiedlichster Kontexte und sozialer Beziehungen konstituiert, was auf eine Transformation von Orten auch als sozialen Wandel verweist.

Fokussierend auf das Thema dieser Arbeit zeichnet sich im Fall von Diasporaangehörigen die Beschäftigung mit Orten nun dadurch aus, dass durch ihre Migration bereits ein physischer Ortswechsel stattgefunden hat und sie sich in unterschiedlichen Stadien des *Place-Making* befinden. Hierzu gehört nun das Aufbauen neuer sowie das Aufrechterhalten bestehender sozialer Beziehungen, wofür Medien wie (Mobil)Telefon und Internet einen zentralen Stellenwert einnehmen, indem sie nicht nur zu einer Verortung im lokalen Umfeld beitragen, sondern sie es ermöglichen, auch grenzüberschreitende Beziehungen über physische Distanzen aufrechtzuerhalten (vgl. auch Appadurai 1996 zu Beziehungen zwischen globalen ‚Ethnoscapes‘ und ‚Mediascapes‘). Diese grenzüberschreitenden über Medienkommunikation artikulierten Beziehungen über den Kontext des Lokalen hinaus, beispielsweise in die Herkunftsländer der Migranten, werden nun als *translokale* kommunikative Vernetzungen bezeichnet, die die lokalen kommunikativen Vernetzungen ergänzen.

Zwischenrestimee Kapitel 2

In diesem zweiten Kapitel wurde die theoretische Ausgangsbasis meiner Arbeit zur Analyse kommunikativer Vernetzungsprozesse russischer Diasporaangehöriger mittels Mobiltelefon und Internet innerhalb der Kommunikations- und Medienwissenschaft dargelegt sowie auf Forschungsdefizite hingewiesen und zu Neuorientierungen angeregt. Hierzu wurde zunächst mit dem Konzept der Mediatisierung, begriffen als ein Konzept zur Beschreibung von Prozessen einer Wechselbeziehung zwischen sozialen, kulturellen Entwicklungen im Kontext des Wandels kommunikativer Medien, ein Rahmen aufgespannt, um die Komplexität medialvermittelter Kommunikationsformen und -prozesse vor dem Hintergrund aktueller medialer sowie soziokultureller Wandlungsprozesse zu betrachten. Ins Zentrum der Betrachtung rückte hier ein Teilaspekt von Mediatisierung, nämlich das Spannungsverhältnis einer zunehmenden medialen Durchdringung des Alltags mit digitalen Hybridmedien und dem damit verbundenen Wandel sozialer Beziehungen, welche mehr und mehr medialvermittelt stattfinden. Aufgezeigt werden konnte in diesem Zusammenhang auch ein Perspektivenwandel innerhalb des Faches der Kommunikations- und Medienwissenschaft in den letzten Jahren, der sich weg bewegt von einer Analyse einzelner Medien für die Bedeutung gesellschaftlicher Bereiche und sozialer Beziehungen hin zur Betrachtung komplexerer Mediatisierungsprozesse als mediale Durchdringung von Gesellschaft und Kultur. Daran anknüpfend wurde im nächsten Abschnitt skizziert, wie sich das Cultural Studies nahe Konzept der *Medienaneignung als kulturelle Lokalisierung* in Abgrenzung zum Ansatz der Medienrezeption eignet, um diese mediale Durchdringung von Alltagsleben und insbesondere der sozialen Bezie-

hungen zu fassen. Indem Medien zu einer zentralen Vermittlungsinstanz geworden sind, durch die sich Individuen ihre Alltagswelt erschließen und zugänglich machen, ist Medienaneignung vielmehr als nur eine Phase, die sich an die eigentliche Mediennutzung anschließt, sondern eine Praktik, die auf Bedeutungsproduktion als diskursive Verortung von Medien und Medieninhalten in der Lebenswelt vor dem Hintergrund eigener Kontexte und Sinnhorizonte abzielt.

Dies im Blick habend, wurde begründet, dass es nicht zielführend ist, in der Analyse von kommunikativen Vernetzungsprozessen nur bei der Betrachtung einzelner Medien stehen zu bleiben. Insbesondere im Rahmen der Aneignung digitaler Medien haben sich durch Hybridisierungen neue Kommunikationsformen herausgebildet oder alte weiterentwickelt, weshalb es sinnvoller erscheint, Kommunikations- und Medienaneignungsprozesse anstatt medienzentriert, eher in ihren Überlagerungen und Vermischungen zu fokussieren. Dies kann nur in einer Betrachtung komplexer *digitaler Medienumgebungen* stattfinden, also dem Set an vorhandenen Medien, worüber Kommunikationspraktiken artikuliert werden und womit eine Analyse medienübergreifender kommunikativer Vernetzungen erst möglich wird.

Im Kapitel 2.2 erfolgt eine Zuspitzung der theoretischen Konzepte auf das Forschungsanliegen. Erstens wird anhand des Ansatzes der kommunikativen Mobilität das Zusammenspiel zwischen Mobilitätsphänomenen auf unterschiedlichen Ebenen greifbar, zum einen einer lokalen sowie zum zweiten einer biografischen Mobilität, wie sie vor allem Diasporaangehörige charakterisiert, verknüpft mit Medien und Medienaneignung. Zweitens steht allerdings auch hinter diesen Mobilitätsphänomenen stets die Motivation, Verbindungen und Vernetzungen zu Personen und Personenkreisen herzustellen. Mit Blick auf Globalisierungsprozesse von Medienkommunikation als zunehmende weltweite Vernetzungen und der Diskussion von Netzwerkbegriffen, erfolgt die Einführung des Konzeptes der *kommunikativen Konnektivität* als einem quantitativen Mehr an und einer qualitativen Ausdifferenzierung von Vernetzungen. Zugespißt auf die Ebene sozialer Beziehungen werden diese nun nicht rein funktional als per se existierende Kommunikationsnetzwerke gefasst, sondern vielmehr als erst durch Kommunikationshandlungen im Alltag kontextualisierte Bedeutungsproduktionen, als deren ‚Ergebnis‘ kommunikativ artikuliert Beziehungsnetzwerke stehen. Dieser Zugang ermöglicht erst das empirische Erfassen kommunikativer Vernetzungen von Personen und das Aufzeigen kulturellen Besonderheiten von Diasporage-meinschaften. Der Überblick zum Forschungsstand der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung zu digitalen Medien thematisiert insbesondere dessen Einzelmedienfokus und einen bisherigen Mangel an Studien, die sich explizit mit medienübergreifenden Vernetzungen beschäftigen. Das Kapitel abschließend, werden drittens kommunikative Vernetzungsprozesse mittels digitaler Medien in Bezug auf Orts- und Raumkonzepte sowie deren Wandel diskutiert. Dabei wird zum einen die These vom Verlust des Ortsinns durch die Etab-

lierung mobiler Medien und die Zentralität von Lokalität als bestehenden Referenzrahmen betont. Weiterhin kann eine Transformation von Lokalitäten durch Medien und Medienkommunikation ausgemacht werden, die sich in einer Überlagerung oder Pluralisierung von unterschiedlichen Kommunikationsräumen und der Entstehung von *Translokalität* ausdrückt. Abschließend wird erörtert, wie im Zuge kommunikativer Vernetzungsprozesse und digitaler Medienaneignung Lokalität weniger nur mit einem Bezug zu einem real existierenden Ort greifbar wird, sondern eher als soziales Arrangement betrachtet werden kann, indem Prozesse der Aneignung von Lokalität als Place-Making stattfinden: Hierzu gehört bei Diasporaangehörigen das Aufbauen neuer sowie das Aufrechterhalten bestehender sozialer Beziehungen, wofür Medien wie (Mobil)Telefon und Internet einen zentralen Stellenwert einnehmen, indem sie nicht nur zu einer Verortung im lokalen Umfeld beitragen, sondern sie es Diasporaangehörigen ermöglichen, auch grenzüberschreitende Beziehungen über physische Distanzen aufrechtzuerhalten. Im folgenden Kapitel setze ich mich nun mit dem Forschungsfeld der Medien- und Diasporaforschung näher auseinander.

Transkulturelle Vernetzungen

Zur Nutzung digitaler Medien durch junge russische
Migranten in Deutschland

Düvel, C.

2016, VIII, 310 S. 7 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-531-18067-0