

Hrsg.: Dr. Uwe Hunger, Kathrin Kissau M.A.
Westfälische Wilhelms-Universität – Institut für Politikwissenschaft
Platz der Weißen Rose – D-48151 Münster
Telefon: +49-(0)251-83-29408
E-Mail: hunger@uni-muenster.de; kissau@uni-muenster.de
<http://ppi.uni-muenster.de>

P
P
I
Politisches
Potential des
Internet



Fritz Thyssen Stiftung
FÜR POLITIKWISSENSCHAFT UND SOZIOLOGIE



PPI WORKING PAPER 4 (MÜNSTER 2007)

DER CHARAKTER DES POLITISCH GEPRÄGTEN WEBS POSTSOWJETISCHER MIGRANTEN IN DEUTSCHLAND

DR. MARINA SEVEKER

ZUSAMMENFASSUNG

In den bisherigen Studien wurde schwerpunktmäßig die integrierende und identitätsfördernde Wirkung der Mediennutzung durch Migranten in den Blick genommen, die kürzlich auf die Nutzung von Onlineangeboten ausgedehnt wurde. Die Nutzung des politischen Webs durch Migranten und deren Bedeutung wurden bis jetzt hingegen wenig thematisiert. Welche Webangebote gibt es für bzw. von Migranten im deutschsprachigen Raum und wie politisch geprägt sind sie? Diese Frage wird im vorliegenden Working Paper auf Grundlage von eigens erfassten und qualitativ ausgewerteten Webressourcen für die Migranten aus der ehemaligen Sowjetunion aufgegriffen. Festgehalten werden kann hier zunächst, dass vereinsähnliche Webangebote das Selbsthilfepotenzial von Migranten entfalten und ein größeres Publikum für Interessenfindung erreichen, während Informationsportale und Webpräsenzen klassischer Migrantenvereine alternative Informationen bieten und auf Aufmerksamkeit der inländischen Öffentlichkeit setzen. Von dem Austausch mit der inländischen Öffentlichkeit werden dabei mehr politische Einflüsse erwartet.

Previous studies have mainly focused on the integrating and identity strengthening effects of the media for migrants, which has lately been expanded by the Internet. However, the use of political websites by migrants and their relevance have not been taken into account. Which websites exist for or are created by immigrants in German-speaking countries and how political are they? In this Working Paper this question is discussed on the basis of collected and qualitatively evaluated Web resources for immigrants from the former Soviet Union. It can be concluded that Websites of online-communities unfold an empowering potential for migrants and address a larger audience, while information portals and websites of classical immigrant organizations offer alternative information and lay their focus on the public of the country of residence. This concentration on the domestic public is expected to bring about more political influence.

Über die Autorin: Marina Seveker, Dr. phil., ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Forschungsprojekt „Politisches Potential des Internet“ Institut für Politikwissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. 2006 promovierte sie am Fachbereich Erziehungs- und Kulturwissenschaften der Universität Osnabrück zum Thema „Deutschunterricht für Erwachsene in der Altairegion/Westsibirien im Kontext von Integration und Aussiedlung.“ Von 2002 bis 2005 war sie DFG-Stipendiatin und Mitglied im Graduiertenkolleg „Migration im modernen Europa“ des Institutes für Migrationsforschung und Interkulturelle Studien (IMIS) der Universität Osnabrück. Kontakt: marichicha@hotmail.com

EINLEITUNG

Im Beobachtungsfokus des Forschungsprojekts „Politisches Potential des Internet“ liegen Webressourcen mit politischem Bezug von bzw. für Migranten aus der ehemaligen Sowjetunion und der Türkei. Ziel der multimethodisch angelegten Untersuchung ist es aufzuzeigen, welches politische Potenzial das Internet für diese Migrantengruppen in Deutschland besitzt. Dabei wird der Frage nachgegangen, was die politischen Aktivitäten von Migranten im Internet auszeichnet und wie das Internet die existierenden politischen Aktivitäten der beiden Migrantengruppen verändert. Dieses Working Paper nähert sich den Leitfragen der Untersuchung und stellt die ersten im weiteren Verlauf des Forschungsprozesses noch zu prüfenden Erkenntnisse zu politisch geprägten Webressourcen postsowjetischer Migranten in Deutschland dar.

Bisher liegen kaum Erkenntnisse zu diesem Thema vor. Wie viele Personen aus der ehemaligen Sowjetunion, von denen mehr als zwei Millionen in Deutschland leben (Elias/Zeltser-Shorer 2006), vom Internet Gebrauch machen und sich dabei online politisch engagieren oder eigene politische Interessen präsentieren, kann aufgrund fehlender Daten bisher nur erahnt werden. Zwar lassen Studien aus den USA und Erhebungen der Suchmaschinen Yandex und Rambler vermuten, dass sehr viele Personen die Websites politischer Parteien und Bewegungen in Russland besuchen oder als politische Blogger tätig sind.¹ Wie viel es genau sind und welche Webangebote es von und für Migranten in Deutschland gibt und wie diese für politische Zwecke genutzt werden, ist jedoch nicht bekannt, auch wenn Prozesse der Identitätsfindung, Medien- und Internetnutzungsverhalten, kulturelle Praktiken bzw. Folklore und Sprachpraktiken im Internet Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchungen waren (Schmidt/Teubener 2005, Fialkova 2005, Zemskaja 2001, Gusejnov 2000).² Um diese Lücke in

¹ Ansatzweise existieren auch Angaben über thematische Interessen von Internetnutzern im Allgemeinen. Den Erkenntnissen von Pippa Noris zufolge stellt Politik für Nutzern allerdings eher ein marginales Thema dar, wobei aber ein beachtliches Aktivitätsniveau zu beobachten ist (Noris 2006: 275f.). Politik zählt demnach nicht zu den zehn populärsten Interessen von Nutzern des russischsprachigen Internets, wobei politische Ereignisse als am häufigsten in Blogs diskutierte Themen identifiziert werden (Blogosfera rossijskogo interneta 2006: 8). Nachrichten zum aktuellen Weltgeschehen zählen auch zu den meist genutzten Themen im Internet von Personen mit Migrationshintergrund in Deutschland, denen Sportereignisse, Wissenschaft, Musik, Recherche, Chats und Foren folgen (Migranten und Medien 2007).

² Im Rahmen einer Untersuchung von Henrike Schmidt und Katy Teubener wurden Prozesse kultureller Identitätsbildung im russischsprachigen Internet im Spannungsfeld von Globalität und Lokalität in den Fokus genommen und auch ausgewählte Webressourcen der russischen Diaspora im russischsprachigen Internet analysiert. Dabei stellten die Autorinnen fest, dass mit einem steigenden Aktualitätsbezug der Ressource die Konfrontation zwischen EmigrantInnen und Residenten zunehme und sich in den auf aktive politische Teilnahme ausgerichteten Foren und Portalen offene Konflikte entwickeln (2006). Jannis Androutsopoulos untersuchte

einem ersten Schritt zu schließen, sollen Antworten auf folgende Fragen gefunden werden: *Welche politischen Angebote postsowjetischer Migranten im Web gibt es, lassen sich diese bestimmten Typen von Websites zuordnen und welche Formen politischer Aktivität dominieren auf diesen Seiten?*

Zunächst wird kurz das methodische Vorgehen der Gesamtstudie und der Verlauf der bisher ausgeführten methodischen Schritte dargestellt. Anhand der ersten daraus gewonnen empirischen Ergebnisse wird ein Überblick über die Landschaft politisch orientierter Webressourcen postsowjetischer Migranten gegeben, deren Struktur und Typen beispielhaft veranschaulicht werden. Am Beispiel der relevantesten politisch geprägten Websites wird skizziert, wie sich eine Art „ethnische Öffentlichkeit“³ im Web konstituiert. Es wird gezeigt, wie sich entlang dieser Webangebote Informations- und Kommunikationsnetzwerke bilden. Hierbei wird deutlich, dass Migranten durch die Informationsvermittlung und Vernetzung im Web langfristig durchaus politische Einflüsse erzielen können.

UNTERSUCHUNGSDESIGN

Die politischen Online-Aktivitäten von Migranten aus der ehemaligen Sowjetunion werden in vier Schritten untersucht. In einem ersten Schritt werden relevante Websites erhoben, analysiert und typisiert. Für diese Grundgesamtheit werden im zweiten Schritt zehn besonders relevante Websites ausgewählt und einer detaillierten qualitativen Inhaltsanalyse unterzogen. Sie werden im Hinblick auf Motivation, Struktur und Aufbereitung des Webangebots, Reaktivität, Aktualität des Inhalts sowie das Spezifische der politischen Komponente ausgewertet. In einem dritten Schritt werden Anbieter dieser zehn relevantesten Websites für eine detaillierte Analyse ausgewählt und per E-Mail befragt.⁴ Die Anbieterbefragung soll Auskunft über die mit dem Angebot verfolgten Ziele, Nutzungsdaten, Vernetzung mit ähnlichen Seiten sowie die Einschätzung deren Potenziale bieten. Viertens findet eine halb- bzw. voll strukturierte Befragung von Nutzern dieser zehn Seiten statt, die mit einem Link auf den jeweiligen Seiten zum Online-Fragebogen geleitet werden. Abgerundet wird dieses multimedische Vorgehen mit der Durchführung einzelner Nachinterviews mit den Anbietern. Da sich dieses Working Paper hauptsächlich auf die empirischen Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse der relevantesten Websites konzentriert, die aus der Gesamtheit der erhobenen Webangebote ausgewählt wurden, soll nachfolgend zunächst die Erhebung der Websites näher erläutert werden.

Webauftritte von fünf Migrantengruppen, inklusive der russischen Migranten, im deutschsprachigen Internet. Genau genommen werden nur fünf „Migrantenportale“ analysiert, um Kennzeichen einer „migrantischen Öffentlichkeit“ herauszuarbeiten. Seine Analyse zeigt, dass virtuelle Öffentlichkeiten ethnischer Gruppen eine zunehmend populäre und sicherlich zukunftssträchtige Form der kulturellen Selbstorganisation des jüngeren Segments von Migrantenspopulationen seien (Androutsopoulos 2005).

³ Uwe Hunger hat mit Blick auf die Migrantenselbstorganisationen das Konzept der „ethnischen“ Öffentlichkeit entwickelt, bei dem es sich darum handelt, dass Migranten alternativ für den fehlenden Zugang zur inländischen Öffentlichkeit eine eigene „ethnische Öffentlichkeit (z. B. Vereine) als Raum zur Entfaltung und zum Austausch bilden“ (Hunger 2004). Unter Berücksichtigung der spezifischen Besonderheiten des Internets lässt sich das Konzept der ethnischen Öffentlichkeit, das dieses Paper unterstützt, auf die Webangebote übertragen.

⁴ An dieser Stelle gilt allen Anbietern ein besonderer Dank für ihre Kooperation und Mitwirkung. Bei der Planung der Anbieterbefragung wurde davon ausgegangen, dass eine Befragung per E-Mail ertragreicher ist, als ein telefonisches Interview. Es wurde angenommen, dass Anbieter zu den Personen zählen, die gewohnt sind, in schriftlicher Form zu argumentieren, wobei zugleich eingeräumt wurde, dass schriftliche Antworten trotz freier Zeiteinteilung kürzer gefasst werden können. Um die Datenqualität der Anbieterbefragung zu sichern, wurde entschieden, ergänzend telefonische Nachinterviews durchzuführen. Dieser methodische Schritt soll die empirische Bestandsaufnahme von Webressourcen postsowjetischer Migranten abschließen, wobei eine methodisch angemessene Fortführung geplant ist, welche die Vergleichbarkeit von zeitlich unterschiedlich erhobenen Daten zu den Migrantengruppen der Studie sicherstellen soll.

Da die Zahl der Websites mit bestimmten Eigenschaftsverteilungen aufgrund der Charakteristik des Internets nicht exakt ermittelt werden kann und eine Grundgesamtheit bestimmter Webressourcen somit nicht feststellbar ist, war eine Repräsentativerhebung von Websites nicht möglich. Im Rahmen dieser Studie dient die quantitative Erhebung von Websites dafür, einen möglichst umfassenden Überblick über die Landschaft von Internetseiten zu erhalten und aus diesem Katalog von relevanten Webressourcen diejenigen Websites auszuwählen, deren qualitative Inhaltsanalyse für die Untersuchung als besonders bedeutsam angesehen wird.

Im Zeitraum vom 16. April bis zum 31. Mai 2007 wurde nach relevanten Websites recherchiert. Als relevant wurden dabei solche Websites eingestuft, die von Migranten bzw. für Migranten aus der ehemaligen Sowjetunion angeboten werden. Gleichzeitig sollten diese, aufgrund der Themenausrichtung oder des Gebrauchs der deutschen oder russischen Sprache einen eindeutigen Deutschland- und Russlandbezug haben und politische Elemente – Politik als Thema, Rubrik, Absicht der Website oder Charakter der Diskussionen von Internetnutzern – enthalten. Um solche Websites zu ermitteln, wurden dreimal verschiedene Wortkombinationen⁵ in Russisch und Deutsch in die Suchmaschine Google eingegeben. Da trotz des Austausches von Daten unter den Suchmaschinen das gleiche Suchwort je nach Suchmaschine eine andere Ergebnismenge liefern kann (Welker/Werner/Scholz 2005: 52f.), wurde zu Beginn der Recherche probeweise auch die russische Suchmaschine Yandex verwendet. Wenn sich auch der Gebrauch der Suchmaschine Yandex für Recherchen im russischsprachigen Web, vor allem in Blogs, als besonders fruchtbar erweist, wurde klar, dass die Verwendung weiterer Suchmaschinen den Rahmen dieser Untersuchung sprengen würde.

Darüber hinaus wurde das Auswahlverfahren der gefundenen Websites genauer definiert: Bei der Verwendung der deutschen und russischen Suchmaschinen Google wurden jeweils zwei Trefferlisten (die ersten 20 Treffer pro Sucheingabe) im Hinblick auf die Selektionskriterien analysiert. Im Falle eines relevanten Treffers wurde außerdem nach „ähnlichen Seiten“⁶ gesucht, wobei erneut zwei Trefferlisten analysiert wurden. Bei relevanten Websites wurden auch deren Links weiterverfolgt, wobei es offensichtlich irreführend war, allen angegebenen Links nachzugehen. Ihre Zahl variierte in der Regel von etwa zehn bis zu 400 Websites. Auf den besonders relevanten Seiten wurden die Links jedoch Seite für Seite abgearbeitet. Auch Hinweise auf relevante Websites in Printmedien oder Empfehlungen in Online-Foren oder Blogs wurden bei der Recherche berücksichtigt. Dieses Verfahren wurde solange angewendet, bis Treffer oder Links nur zu bereits bekannten relevanten Webseiten führten. Es zeigte sich, dass Linklisten sowie Hinweise in Diskussionseinträgen mehr Treffer lieferten, wie die folgende tabellarische Darstellung veranschaulicht (s. Tabelle 1).

⁵ Es zeigte sich als ertragreich, das Format Forum oder Weblog in diese Wortkombinationen sowie das Jahr einzubeziehen, um nicht aktualisierte Websites auszuschließen. Die verwendeten Wortkombinationen können mit zwei folgenden Suchstrings veranschaulicht werden: *Forum-Ausländer-russisch-2007* oder *forum-inostranec-Germanija-politika-2007* (dt. Ausländer, Deutschland, Politik).

⁶ Google bietet für jeden Treffer den Link auf „similar pages“ an, der zu einer weiteren Trefferliste mit Webseiten führt, die in einigen inhaltlichen Aspekten dem Ursprungstreffer entsprechen.

Tabelle 1: Suchwege relevanter Websites

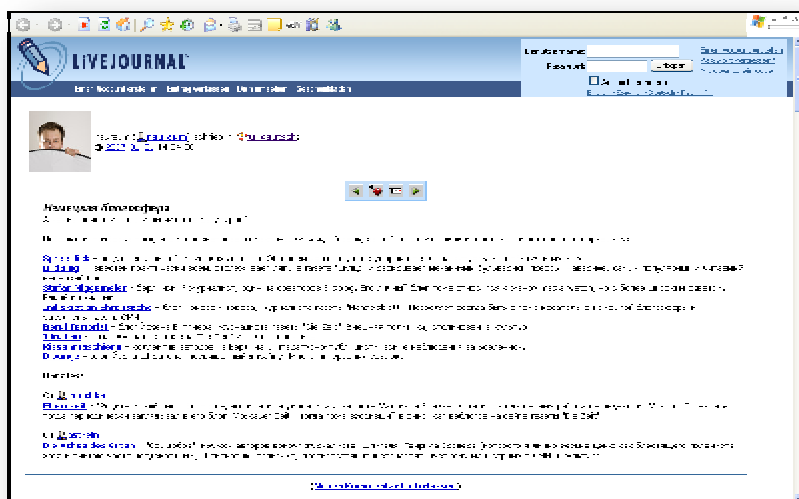
„Quelle“	Häufigkeit	Prozent
Google Deutschland	9	9,5
Google Russland	12	12,6
Link von anderer Seite	42	44,2
Ähnliche Seite-Suche	3	3,2
Printmedium	2	2,1
Empfehlung	13	13,7
Sonstiges (z. B. Zufall, Hinweis in Diskussionsseinträgen)	15	15,8
Gesamt	95	100

Die angesteuerten Seiten wurden entweder als relevant oder irrelevant eingestuft. Um die Suche zu optimieren, wurde die URL der irrelevanten Websites und die nicht erfüllten Selektionskriterien notiert. Die URL der relevanten Websites wurde ebenfalls in eine Datei eingetragen, wobei deren Inhalt unter Verwendung eines eigens entwickelten Codierbuches manuell codiert wurde. Zudem wurde die Fundliste wiederholt von nicht mehr existenten Seiten bereinigt und die von Nutzern oder Anbietern genannten relevanten Websites auf ihre tatsächliche Relevanz hin überprüft. So wurde ein Überblick über die Grundstruktur der Webangebote von Migranten gewonnen mit dem Ziel einen Online-Atlas der Websites mit politischen Elementen für die russische Diaspora in Deutschland zu erstellen. Insgesamt wurden etwa 250 Websites als irrelevant und 95 Websites als relevant eingestuft. Aus dem damit erstellten Katalog von Webressourcen wurden zehn besonders relevante Websites ausgewählt.

Bevor im Folgenden die ermittelte Landschaft von Webangeboten von Migranten im Internet in Ausschnitten vorgestellt wird, soll an dieser Stelle auf die aufgetretenen Probleme im Laufe der Erhebung hingewiesen werden: Die im Internet typische große Dynamik von Ab- und Zugängen von Nutzern sowie von Themen bzw. politisch orientierten Inhalten verringert erstens die zeitliche Gültigkeit von Beobachtungen. Daneben erschwert zweitens die mangelnde Nachhaltigkeit von Websites, die ihre URL ändern oder als Link angegeben werden und somit nicht mehr existieren, den Forschungsprozess. Drittens macht die hohe Anonymität der Internetnutzer ihren Migrationshintergrund nur schwer erkennbar. Dass Migranten auch deutsche Webangebote nutzen, wie dies der Austausch im Livejournal über regelmäßig abrufbare deutschsprachige Weblogs zeigt, ist erkennbar (s. Abb. 1). Die Website kann aber nicht als relevant eingestuft werden, solange sich dort keine Hinweise⁷ für einen Migrationshintergrund finden.

7 Soweit Internetnutzer ihren Migrationshintergrund nicht selbst preisgeben, kann darauf geschlossen werden, wenn Migranten sich der russischen Sprache bedienen und im deutschsprachigen Raum leben, worauf die Herkunfts-IP hindeutet, oder wenn die russischsprachigen Websites die Daten über die Geografie der Nutzer offen legen.

Abbildung 1: Livejournal



LANDSCHAFT VON POLITISCH ORIENTIERTEN WEBANGEBOTEN FÜR BZW. VON MIGRANTEN

ANGEBOTSSTRUKTUREN

Die Angebotsstrukturen im Web werden in zwei Stufen präsentiert: In einem ersten Schritt wird ein Vergleich zwischen Webangeboten und Migrantenzeitschriften sowie -vereinen vorgenommen, der die Argumentation in darauf folgenden Abschnitten stützen und zunächst an die Skizzierung der bekannten politischen Aktivitäten von Migranten aus der ehemaligen Sowjetunion im realen Leben anknüpfen soll. Im zweiten Schritt werden dann die allgemeinen Charakteristika der ermittelten Webangebote vorgestellt.

Während Migranten aus der ehemaligen Sowjetunion durch das Einwanderungsland mehrheitlich als eine homogene Gruppe wahrgenommen werden⁸, lässt sich beim Blick in die Webressourcen, die von postsowjetischen Migranten genutzt werden, eine Heterogenität erkennen. Anbieter und Nutzer, die aus der ehemaligen Sowjetunion kommen und in Deutschland leben, identifizieren sich darüber hinaus selten als Migranten⁹, so weit sie keine Spätaussiedler oder jüdische Zuwanderer sind. Dies ist für

⁸ Aus mindestens zwei Gründen wird diese Personengruppe zumeist auf Spätaussiedler und „russische Juden“ reduziert. Einerseits stellen Spätaussiedler aus der ehemaligen Sowjetunion eine bemerkenswerte Gruppengröße dar, so dass sie bei der Betrachtung der postsowjetischen Migranten diese oft repräsentieren sollen, wobei auf eine feinere Differenzierung wegen der kleinen Fallzahlen je nach Forschungsinteresse verzichtet wird. Andererseits werden Spätaussiedler sowie jüdische Zuwanderer rechtlich als dauerhafte Migranten betrachtet, so dass sie mit dem Erwerb der deutschen Staatszugehörigkeit politische Beteiligungsrechte haben und ihre politischen Einstellungen und Wahlbeteiligung von besonderer Bedeutung sind, denn Neubürger werden auch in der Zukunft den Ausgang von Wahlen mit zu entscheiden haben (Wüst 2002: 222).

⁹ Im postsowjetischen Raum sehen sich Personen, die nicht der Titularnation angehören, nicht als Migranten, denn nicht sie haben die Grenzen überschritten, sondern die Grenzen sind sozusagen über sie geschritten, wobei Bürger der baltischen Staaten, die für die russische Bevölkerung eher europäisch waren, nun auch legitim nicht mehr „sowjetisch“, sondern „europäisch“ sind. Für Russland handelt es sich bei dieser Personengruppe um ehemalige Mitbürger (Expatriots) bzw. Landsleute (*byvsie sootečestvenniki*), deren Zahl, inklusive der 16-17 Mio. in den GUS-Staaten lebenden Russen, über 25 Millionen Personen zählt und deren Rückkehr nach Russ-

politische Flüchtlinge, Bildungs- oder Arbeitsmigranten kennzeichnend, für die Deutschland rechtmäßig keinen dauerhaften Wohnort darstellt. Für diesen Personenkreis ist zugleich ein höheres politisches Interesse im Internet erkennbar, und eine offenbare Ausrichtung von Interessen und Aktivitäten auf das Herkunftsland macht ihn mit der „russländischen“ Diaspora¹⁰ vergleichbar. Von den politischen Aktivitäten dieser Migrantengruppen im realen Leben ist hingegen wenig bekannt. Mehr Erkenntnisse zu politischen Einstellungen und Aktivitäten liegen für Aussiedler bzw. Russlanddeutsche vor.

MIGRANTENVEREINE UND ETHNISCHE MEDIEN

Russlanddeutsche Migranten sind nach Andreas Wüst kaum politikinteressiert (2003), während Aussiedler generell einen geringeren Organisationsgrad zeigen¹¹ im Vergleich zur Vereinslandschaft der Migranten aus dem Mittelmeerraum (vgl. Hunger 2005). Sabine Jungk (2005: 138) weist auf eine gegenwärtig zunehmende Selbstorganisation von Spätaussiedlern jenseits der Vertriebenenvereine in Form von Vereinen zur Sprach- und Kulturpflege in NRW hin, während in einer in den 90er Jahren geführten Studie von Richard Rose hervorgehoben wurde, dass "91 Prozent der „Russländer“ weder in Sport-, Musik-, Kunst- oder Nachbarschaftsvereinen, noch in politischen Parteien Mitglied waren und stattdessen informelle Netzwerke bevorzugten" (zit. n. Retterath 2006: 143). Von Russlanddeutschen ist ebenfalls bekannt, dass sie meist CDU-Wähler sind bzw. sich aktiv an den Wahlen beteiligen und nur selten ihre politische Meinung in der Öffentlichkeit äußern (Wüst 2002).

Daran kann die These geknüpft werden, dass das Internet die Potenziale besitzt, diese politischen Aktivitäten postsowjetischer Migranten zu beeinflussen, in dem es einen Meinungsaustausch ermöglicht und ein größeres Publikum gewinnen kann. Die Nutzerzahlen von politisch geprägten Websites sind im Vergleich zu Mitgliederzahlen von Vereinen wesentlich höher. Die Reichweite des politischen Internets postsowjetischer Migranten im deutschsprachigen Raum lässt sich mit der Auflage einer Migrantenzeitung oder der Anzahl von Gemeindemitgliedern vergleichen und ist in zwei Aspekte aufgeteilt - im Hinblick auf die Zahl der Besucher der Webangebote bzw. der Pagereviews pro Tag sowie im Hinblick auf die Vielfalt der Wohnorte der Nutzer (s. Tabelle 2).

land angesichts wirtschaftlicher, demografischer und politischer Interessen des russischen Staates derzeit unterstützt wird (Kunze/Beutel 2006).

¹⁰ Die alte „russländische“ Diaspora umfasste drei aufeinander folgende Wellen und löste sich bereits während der ersten von der Oktoberrevolution 1917 entfachten Welle in nationale Gruppen von armenischer, georgischer und ukrainischer Diaspora auf und erwies sich dennoch als ein Phänomen, für welches das politische Exil, Brain Drain und kulturelle Mission kennzeichnend waren (Schlögel 2007). Mit der Öffnung der Grenzen zeichnete sich das Ende dieser politisch motivierten „russländischen“ Emigration ab (ebd.).

¹¹ Zum Vergleich kann an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass die türkischen Migrantengruppen den größten Anteil von Migrantenselbstorganisationen in Deutschland haben (Şen/Hayrettin 1999: 93). Ihre durchschnittliche Mitgliederzahl liegt bei 139, die höchste bei 600, wobei die Zahl aktiver Mitglieder sehr stark variiert und sich auf einen kleineren Teil der Mitgliedschaft stützt (ebd. 106f.).

Tabelle 2: Angaben zur Zugriffsstatistik der Websites¹²

Website (Format)	Eindeutige Besucher pro Tag im Durchschnitt	Pagereviews pro Tag im Durchschnitt	Anteil der Nutzer aus Deutschland	Anteil der Nutzer aus der GUS
Atameken.de (Vereinsseite)	50-80	150-250	50-70%	20-30%
Belarusnews.de (Online-Zeitung/Portal)	402	2.380	71%	7%
Djr-bund.de (Vereinsseite)	Keine Angaben	Keine Angaben	Keine Angaben	Keine Angaben
Eursa.org (Politikerhomepage/Vereinsseite)	120	400	5%	25%
Krusentern.ch (Weblog)	500	860	61%	5%
Politikforum.de (Osteuropaforum/ Portal)	33.000	430.000	Keine Angaben	Keine Angaben
Rc-mir.de (Forum/Portal)	150.000	500.000	33%	50%
Sem40.ru (Online-Zeitung/Portal)	70.000	15.000	1.500	2.000
Shaherezada.livejournal.com (Weblog)	Keine Angaben	Keine Angaben	Keine Angaben	Keine Angaben
Vorota.de (Vereinsseite/Portal)	2.000-3.000	30.000	60%	20%

Die Nutzerzahl von Foren lässt sich mit dem Umfang der Leserschaft einer Migrantenzeitung vergleichen und überschreitet sie in einzelnen Fällen. Das russischsprachige Forum [RC-mir.de](http://rc-mir.de) wird täglich von 150.000 Personen besucht, 33 Prozent davon aus Deutschland (s. Tabelle 2). Die größte russischsprachige Wochenzeitung Deutschlands „Europa Express“ aus Berlin wird mit einer Auflage von 120.000 Exemplaren herausgegeben. Das kostenlose russischsprachige Informations- und Anzeigenblatt „Annonce“ aus Löhne erscheint monatlich mit einer Auflage von 300.000 Exemplaren.

¹² Die Angaben sind den Anbieterinterviews entnommen und entsprechen dem Stand vom Mai-Juni 2007. Den Statistiken zu russischsprachigen Weblogs der Suchmaschine Yandex vom 04.09.2007 zufolge wird [Shaherezada.livejournal.com](http://shaherezada.livejournal.com) von 383 „Friends“ genutzt.

Abbildung 2: Europa Express



Webangebote von bzw. für Migranten im Format von Online-Zeitungen in Deutschland werden gegenwärtig weniger intensiv besucht, obwohl vermutlich gerade diese im Vergleich zu klassischen Massenmedien im Herkunfts- und Einwanderungsland alternative Informationen anbieten. Sie ergänzen dadurch die Nachrichtenangebote der Massenmedien im deutschsprachigen Raum, die gegenwärtig Migranten hinreichend erreichen (Migranten und Medien 2007). In Russland übernehmen Online-Medien nicht mehr nur die Funktion von alternativen Informationsquellen, sondern sind inzwischen auch eine Plattform des staatskontrollierten Rundfunks, ohne allerdings die Reichweite des Fernsehens zu erreichen. Sie haben die Printmedien so als Nachrichtenlieferanten beinahe abgelöst (Brunmeier 2005: 134).

Die höheren Nutzerzahlen von „Online-Vereinen“ und Foren zeugen in diesem Zusammenhang eher davon, dass Webangebote für postsowjetische Migranten gegenwärtig trotz hoher Relevanz von Informationen (s.) weniger die Rolle eines Nachrichten- oder Rollenlieferanten übernehmen, was in der Regel jeweils den Printmedien und dem Fernsehen zugeschrieben wird. Vielmehr werden Websites auf der Ebene von Individuen als Kontaktlieferanten genutzt.

In Deutschland zählen 84 jüdische Gemeinden 105.000 registrierte Gemeindemitglieder, 80.000 davon sind russische Juden (Harris 2007). Die Website Sem40.ru, die sich an russischsprachige Juden richtet, wird von 70.000 Personen täglich besucht, wobei die Zahl der aktiven Nutzer bei 15.000 liegt, zehn Prozent von ihnen leben in Deutschland. Hierbei werden sowohl Kontakt- als auch Austauschmöglichkeiten wahrgenommen.

In Anbetracht des transnationalen Charakters von Webangeboten, soweit sie von Migranten und „Residenten“ im postsowjetischen Raum grenzüberschreitend – „between members of a diaspora themselves or with people in the homeland“ (Vertovec 2005: 3) – genutzt werden, wird im Folgenden von Formierung einer transnationalen ethnischen Öffentlichkeit im Sinne von Informations- und Kommunikationsnetzwerken gesprochen. Zum einen geht es um die Konstituierung einer transnationalen Gegenöffentlichkeit aufgrund alternativer Informationsangebote (z. B. Belarusnews.de), der sich auch „Residenten“ im Ausgangs- sowie Einwanderungsland anschließen sollen, um auf die inländische Öffentlichkeit einzuwirken. Zum anderen schließen sich Nutzer zusammen, um ihre Wissensressourcen untereinander bzw. mit Gleichgesinnten auszutauschen oder der inländischen Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Auf diese Art und Weise formiert sich eine ethnische Öffentlichkeit, an

der aufgrund der emotionalen Zugehörigkeit auch „Residenten“ im Einwanderungsland teilhaben können. Soll die gesamte Landschaft politisch geprägter Webressourcen anhand der Nutzerzahlen in Zentren und Peripherien aufgeteilt werden, so werden Foren und Online-Vereine deren Zentrum bilden, weil sie mehr Aufmerksamkeit der ethnischen Öffentlichkeit erhalten. Berücksichtigt man jedoch die Erkenntnisse der Verbandsforschung, wobei nicht die Mitgliederzahl sondern der Organisationsgrad eines Vereines, dem dadurch das Framing eines Problems in der Öffentlichkeit zu beeinflussen gelingt (Strünck 2006: 200f.), eine Rolle spielt, so sollen solche Webangebote ins Zentrum der Landschaft rücken, die sich im Kommunikationsprozess mit der inländischen Öffentlichkeit befinden und deren Aufmerksamkeit für eigene Interessen gewinnen. Deshalb soll festgehalten werden, dass klassische Migrantenvereine, die über eine Webpräsenz verfügen und mit ihren Angeboten auch die inländische Öffentlichkeit ansprechen ebenso wie transnationale ethnische und internationale Webangebote, die auf Informationsaustausch setzen und auch Residenten mit einbeziehen, vermutlich mehr politische Potenziale besitzen.

Blickt man auf die so genannten Online-Vereine, deren Mitglieder sich im Web zu einer Interessengruppe zusammenschließen, fällt auf, dass sie wesentlich aktiver genutzt werden als klassische Vereine, die im Rahmen der Verbandsarbeit auch einen Webauftritt bieten. Auch Foren funktionieren klubähnlich, denn einerseits werden Mitgliedskandidaten zum Teil mit Hürden belegt, um eine Mitgliedschaft zu erlangen, andererseits werden Dauernutzer wie Stammgäste behandelt und ihre Beiträge oder Meinungen können ein besonderes Gewicht erhalten.

Bedeutet die Zunahme derartiger Foren und Online-Vereine und ihre hohen Nutzerzahlen einen Bedeutungsverlust für klassische Vereine? Folgt man der Argumentation von Sabine Jungk (Jungk 2002), die hervorhebt, dass Migrantenselbstorganisationen zwar einen wichtigen Faktor der sozialen Partizipation bilden, dennoch als „politischer Faktor, als politische Organisationsbasis kollektiver Interessenfindung, Problemartikulation, Willensbildung“ schwach seien, so kann angenommen werden, dass klassische Vereine durch ihre Webauftritte ihren politischen Faktor stärken können. Dabei bedienen Online-Vereine einen sozialen Faktor, indem sie soziale Bedürfnisse der Mitglieder online behandeln. Klassische Vereine nutzen somit das Internet mehr und mehr dafür, die politischen Ansprüche ihrer Interessengemeinschaft in die inländische Öffentlichkeit zu bringen.

CHARAKTERISTIKA DER WEBANGEBOTE

Im Folgenden werden nun die Charakteristika der erhobenen Webangebote dargestellt, wobei insbesondere der Bezug zum Aufnahmeland bzw. Herkunftsland, die Sprache der Seiten sowie die Arten der politischen Aktivitäten und der Organisationshintergrund der Seiten aufgezeigt werden: So haben die meisten der erhobenen Websites (48 Prozent) die Domain .de und sind in Deutschland registriert. Von den analysierten Websites werden die meisten – 65 Prozent – politisch geprägten Webressourcen aus Deutschland angeboten. Nur 14 Prozent der Websites werden dagegen aus Russland angeboten (s. Tabelle 4). Themen mit Deutschlandbezug werden zwar öfter behandelt, aber der Unterschied zwischen der Häufigkeit von Themen zu Deutschland oder dem Herkunftsland erscheint eher unbedeutend

Tabelle 3: Deutschlandbezug

	Häufigkeit (N=95)	Prozent
Deutsche Sprache	58	61,1
Website aus Deutschland	65	68,4
Domain .de	48	50,5
Thema/inhaltlicher Schwerpunkt	70	73,7
Anderes (Deutsche als Nutzer, russische Frauen in Europa als Nutzer)	24	25,3

Tabelle 4: Russlandbezug

	Häufigkeit (N=95)	Prozent
Russische Sprache	70	73,7
Website aus Russland	13	13,7
Domain .ru	14	14,7
Thema/ inhaltlicher Schwerpunkt	63	66,3
Anderes (Russen als Nutzer)	23	24,2

Die russische Sprache dient häufiger als die deutsche als Kommunikationsmittel von postsowjetischen Migranten im Web. Russisch wird auf 70 Prozent der Websites verwendet, obwohl nur 30 Prozent der Websites ausschließlich in Russisch und 20 Prozent ausschließlich in Deutsch sind. 24 Prozent der Websites werden nicht nur in russischer bzw. deutscher Sprache sondern auch in englischer, französischer, kasachischer Sprache bzw. multilingual angeboten (s. Tabelle 5).

Tabelle 5: Sprache der Sites

	Häufigkeit (N=95)	Prozent
Nur Russisch	30	31,6
Nur Deutsch	21	22,1
Russisch und Deutsch	20	21,1
Andere	24	25,3

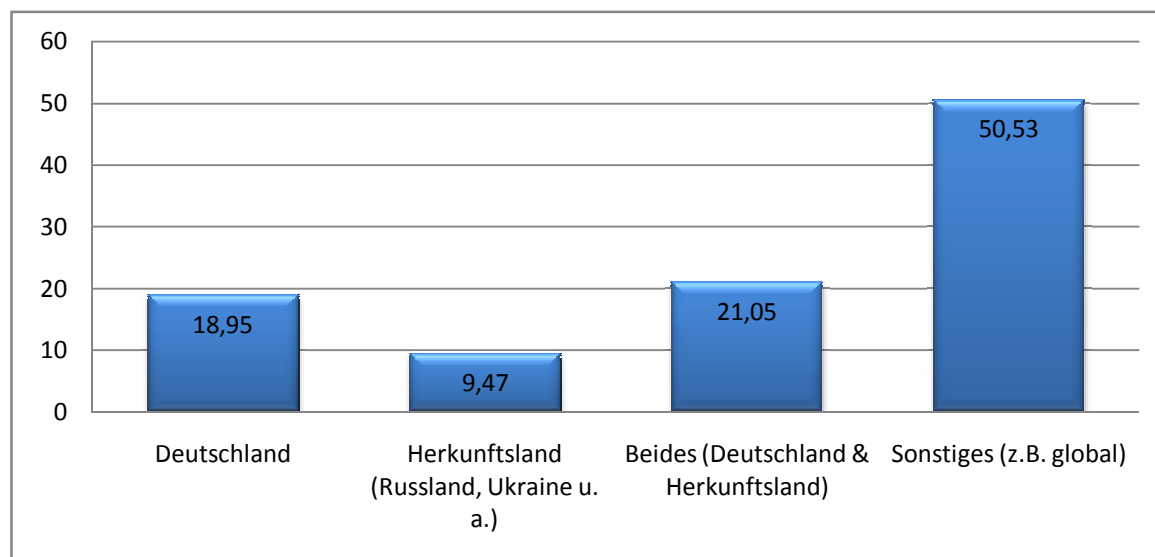
Jede fünfte Seite (21%) wurden als sehr relevant eingestuft, d. h. dass die politische Komponente dieser Websites besonders prägnant ist. Das Politische der Websites besteht vor allem in der Darbietung von politischen Themen als Diskussionsbeiträge oder Artikel - jeweils 63 Prozent und 55 Prozent der Websites, wobei etwas weniger als die Hälfte der Webangebote auch eine politische Absicht haben und dies in der Rubrik ‚wir über uns‘ in 47 Prozent der Fälle zum Ausdruck bringen (s. Tabelle 6).

Tabelle 6: Politikbezug

	Häufigkeit (N=95)	Prozent
Name der Website	10	10,5
Wir über uns	45	47,4
Rubrik	34	35,8
Beiträge, Zeitungsartikel, Themenblock	52	54,7
Thema im Forum, Chat, Gästebuch oder Weblog	60	63,2
Anderes (Webnews, Broschüren)	8	8,4

Geht man davon aus, dass das thematische Angebot einer Website Interessen der Nutzer zu berücksichtigen versucht, so kann festgehalten werden, dass sich die Nutzer von Webangeboten von bzw. für Migranten weniger für lokale und mehr für globale politische Ereignisse interessieren. Über die Hälfte der Websites widmet sich politischen Themen und Ereignissen nicht nur im deutschsprachigen Raum und in den Ausgangsländern postsowjetischer Migranten (z. B. Politik in Deutschland, der Ukraine, Israel). 21 Prozent der Websites behandeln zumeist Themen mit Bezug auf Deutschland, wobei sich 19 Prozent thematisch hauptsächlich auf das Herkunftsland ausrichten (s. Abbildung 3).

Abbildung 3: Geografie des Politikbezugs (in Prozent)



Nicht nur die thematische Ausrichtung der Websites ist transnational. Auch wenige Web-TVs, wie dies vor allem die Website Rc-mir.de demonstriert, werden nicht nur aus dem Herkunftsland angeboten, sondern auch aus anderen Einwanderungsländern, die russischsprachige Sender bzw. Sendungen im Internet bieten. Dies kann einerseits als Ansprache transnationaler postsowjetischer Migranten und andererseits als erweiterte Berichterstattung interpretiert werden, mit der eine Meinungsvielfalt ermöglicht werden kann. Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass Web-Radio und Web-TV auf den politisch geprägten Webangeboten von bzw. für postsowjetische Migranten noch wenig etabliert sind. Ferner ist auffällig, dass die Mehrheit der Anbieter der erhobenen Websites (45 Prozent) Vereine und nicht kommerzielle Organisationen sind. Ihnen folgen 28 Prozent von kommerziellen Organisationen und 22 Prozent von Einzelpersonen, die derartige Webangebote betreiben (s. Tabelle 7).

Tabelle 7: Betreibertyp

	Häufigkeit (N=95)	Prozent
Einzelperson/privat	21	22,1
Staatlich	3	3,2
Verein/nichtkommerzielle Organisation	42	44,2
Kommerzielle Organisation	27	28,4
Nicht eindeutig erkennbar	2	2,1

Die Anbieterbefragung zeigt, dass das Alter der Betreiber stark variiert, wobei der jüngste Betreiber 23 und der älteste 62 Jahre alt ist. Sieben Betreiber der zehn ausgewählten besonders relevanten Websites haben einen Migrationshintergrund. Acht von zehn Betreibern haben Interesse an Politik und engagieren sich politisch auch außerhalb des Internets. Das Engagement ist unterschiedlich ausgeprägt - von der Organisation politisch orientierter Veranstaltungen (Podiumsdiskussionen, Proteste, Videokonferenz, Wahlparty, Aufrufe zur Wahlbeteiligung), über polit-journalistische Tätigkeit und eigene politische Zeitungsartikel bis zur politischen Beratung.

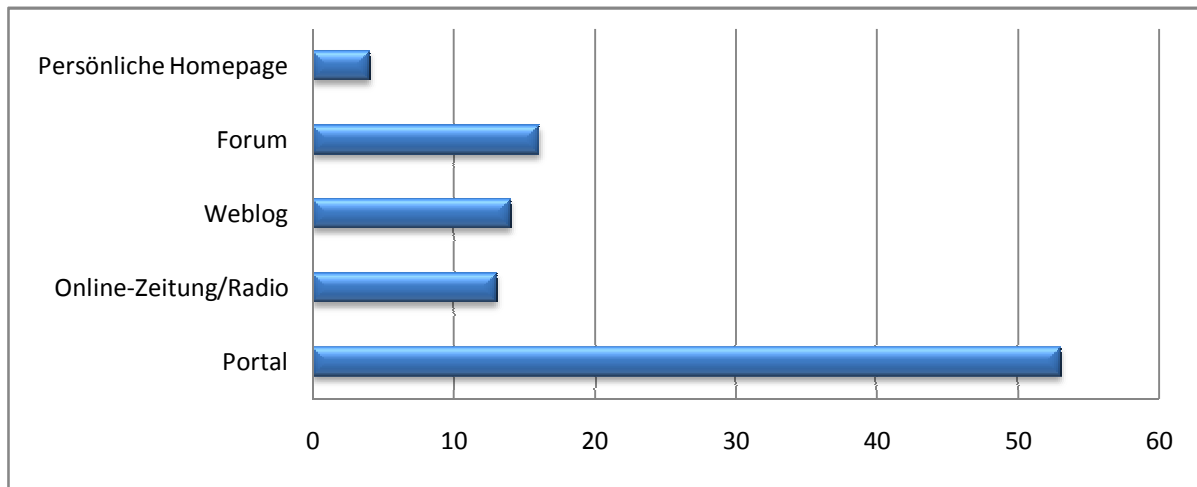
Es fällt auf, dass die politisch geprägten Webangebote eine Unterstützung vom jeweiligen Staat bzw. staatliche Einflüsse entweder bewusst vermeiden oder nicht öffentlich machen. So wird bei der Website [Politikforum.de](#) von einigen Nutzern spekuliert, dass das Angebot staatlich gefördert wird. Transparent wird das auf der Website [Eursa.org](#) gemacht. Hier wird angegeben, dass die Tätigkeit des Bündnisses inkl. seines Webauftritts von der Fraktion des Europaparlaments „Grüne/Europäische Freie Union“ und zum Teil aus eigenen Mitteln der Abgeordneten des Europaparlaments und anderer Mitglieder des Bündnisses unterstützt wird. Betont wird, dass das russischsprachige Bündnis Europas (EURSA) unabhängig vom russischen Staat fungiert, wobei auf die Zusammenarbeit mit Russland aus der Sicht des EURSA nicht verzichtet werden und diese sich nicht zu einem „politischen Fußball-Match“ entwickeln darf: „Das EURSA ist kein Instrument, um russische Staatsinteressen voranzutreiben, lässt aber auch nicht zu, sich als Druckmittel auf Russland zu instrumentalisieren.“

Über die Hälfte der erhobenen politisch geprägten Webangebote werden in Form von Portalen angeboten (s. Abbildung 4). Außer der Portale finden sich im politisch geprägten Web in absteigender Reihenfolge Foren, Weblogs und Online-Zeitungen. Deutlich seltener werden persönliche Homepages angeboten. Offenbar werden politisch orientierte Webangebote von postsowjetischen Migranten als Informations- und Austauschmöglichkeit geschätzt (s.). Insgesamt sind die ermittelten Angebotsstrukturen im Web durch den bevorzugten Gebrauch des Russischen und eine thematische Ausrichtung auf globale politische Ereignisse gekennzeichnet, zu denen hier Informationen und Diskussionsräume gefunden werden. Von sozialer Bedeutung sind vereinsähnliche Strukturen, die sich im Web etablieren, wobei Webpräsenzen von klassischen Vereinen und Informationsportale mehr politische Potenziale innewohnen.

Tabelle 8: Online-Aktivitäten

	Häufigkeit (N=95)	Prozent
Information	93	97,9
Diskussion	62	65,3
Partizipation	13	13,7

Abbildung 4: Formate der Websites (in Prozent)



TYPEN DER WEBANGEBOTE

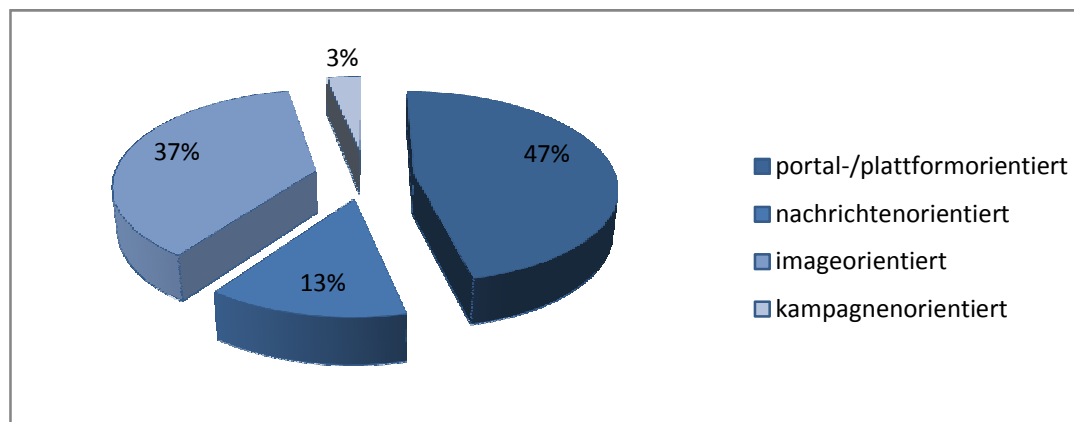
Die ermittelten Websites werden ferner nicht nur entlang ihrer Formate verglichen sondern auch anhand des kommunikativen Profils ihrer Inhalte. In Anlehnung an die von Stefan Meier-Schuegraf vorgeschlagene diskursorientierte Typologisierung von Websites werden die Webangebote im Folgenden in vier Typen - informations- bzw. nachrichtenorientierte, imageorientierte, kampagnenorientierte oder plattformorientierte Websites - aufgeteilt, wobei eine Website jeweils als kommunikative Einheit aufgefasst wird (vgl. Meier-Schuegraf 2006).

Jede Website kann hierbei Merkmale mehrerer Typen aufweisen. Kampagnenorientierte Websites fungieren beispielsweise entweder als selbständiges Webangebot oder als Teil eines anderen Typs.¹³ Die Einordnung der Websites erfolgt aufgrund eines zum Zeitpunkt der Untersuchung dominierenden Merkmals der jeweiligen Website. Als nachrichtenorientierte Websites werden solche Websites betrachtet, die professionell-redaktionelle Berichte einstellen, primär über andere Akteure relativ neutral berichten (ebd.). Die drei weiteren Typen können mit einem Stichwort umschrieben werden: Für imageorientierte Websites ist eine Positionierung im Sinne von Imagepflege, Selbstdarstellung oder Performanz kennzeichnend. Kampagnenorientierte Websites dienen der Mobilisierung. Im Vordergrund plattformorientierter Websites steht die Vernetzung. Außerdem bieten solche Websites mehr Services und partizipative Elemente im Anschluss an die Information.

Wie die Zuordnung der Websites zu diesen vier Typen aufzeigt, zeichnet sich die Landschaft von politisch orientierten Webangeboten postsowjetischer Migration im deutschsprachigen Raum durch eine Dominanz von plattform- und imageorientierten Websites aus (s. Abbildung 5).

¹³ Diese Typologisierung ist für Websites mit politischen Inhalten besonders geeignet. Diese Websites liefern prägnante Beispiele für jeden der vier Typen. Zugleich erweist sie sich gerade bei politisch geprägten Websites als nicht trennscharf, wie das weiterhin am Beispiel von Sem40.ru aufgezeigt wird. Im Rahmen der Studie wird eine eigene Typologie noch erarbeitet. In diesem Stadium der Untersuchung zeigt sich der Vergleich entlang der „kommunikativen Typen“ von Websites dennoch als produktiv. Die auf diese Weise festgestellten Gesetzmäßigkeiten bieten eine Grundlage für eine neue dem Design der Studie stärker angemessene Typologisierung.

Abbildung 5: Typen der Websites



Auch die imageorientierten Websites besitzen dabei zumeist das Format eines Portals und weisen technisch sowie kommunikativ Gemeinsamkeiten mit plattformorientierten Websites auf. Über die Hälfte der analysierten Websites können dem Format „Portal“ zugeordnet werden (s. Tabelle 9).

Tabelle 9: Typisierung

Typen	Formate					Gesamt (N=95)
	Portal	Online-Zeitung /-Radio	Weblog	Forum	Persönliche Homepage	
Nachrichtenorientiert	4	8	1	0	0	13 (13,7%)
Imageorientiert	31	0	2	0	1	34 (35,8%)
Kampagnenorientiert	2	0	0	0	1	3 (3,1%)
Portal- /plattformorientiert	14	4	10	15	2	45 (47,4%)
Gesamt	51 (53,7%)	12 (12,6%)	13 (13,7%)	15 (15,8%)	4 (4,2%)	95 (100%)

Insgesamt lässt sich bereits im ersten Erhebungszeitraum eine dynamische Entwicklung der Websites erkennen, die darauf hindeutet, dass sich bestimmte Tendenzen durchsetzen, zu denen z. B. das Aufkommen mehrerer Formate auf einer Website und Tools zur Aktivierung von Internetnutzern zählen. Nutzer werden damit zur Partizipation motiviert, in dem an sie die Rolle von Programmgestaltern herangetragen wird (z.B. Politikforum.de). Durch das Vorhandensein von Werbung wird deutlich, dass die Nutzer als Gruppe interessant sind, wobei in dieser Hinsicht noch mehr Potenziale stecken. Je höher die Nutzerzahlen, desto offensichtlicher ist das Vorhandensein von Werbebannern. Es finden sich am häufigsten Anzeigen von Kooperationspartnern, wie befreundeten Parteien oder Websites, an zweiter Stelle werden Bücher beworben. Zu finden sind darüber hinaus Google-Anzeigen bzw. Werbebanner von Dienstleistern (Hotels in Israel, Job-Scout24, Buch24.de, WISO-Sparbuch, Katalog von Firmen aus der „ethnischen Ökonomie“) sowie Singlebörsen und Online-Medien.

Die politisch geprägten Webressourcen zeichnen sich auch dadurch aus, dass auf Websites mit steigenden Mitgliederzahlen auch die Serviceangebote in Form von Podcasts bzw. Video- und Audioübertragungen, Software-Tools sowie Werbebannern zunehmen. Belarusnews.de (Online-Zeitung) und Krusenstern.ch (Weblog) stellen informations- und nachrichtenorientierte Webauftritte dar, wobei die beiden Websites eine Vernetzung ihrer Zielgruppe genauso wie plattformorientierte Websites in den Mittelpunkt stellen und deren Übergang zu diesem Typ nicht auszuschließen ist. Als plattformorientierte Websites wurden Politikforum.de (Portal/Forum), Rc-mir.de (Forum) und Sem40.ru

(Online-Zeitung) identifiziert. Der Blick auf die Website Sem40.ru macht dabei deutlich, wie flexibel die Grenzen zwischen den Typen verlaufen können. Diese nachrichtenorientierte Online-Zeitung behandelt ausschließlich jüdische Themen. Darüber hinaus enthält sie Merkmale einer imageorientierten Website, die russischsprachige Juden als Gruppe anspricht und weltweit vernetzt. Da die Inhalte der Website auch für die Anbieter und Moderatoren von besonderer Relevanz sind, kann nicht auf ihre distanzierte Haltung geschlossen werden. Außerdem liegen mehrere Serviceangebote vor, die sich auf eine Vernetzung ausrichten. Sem40.ru bietet eine umfassende Linkliste von jüdischen Organisationen, Bibliotheken, Vereinen, offiziellen Institutionen Israels (Außenministerium), Initiativen und Assoziationen weltweit sowie Links zu einzelnen Themenbereichen der Website und ist daher als eine plattformorientierte Website zu betrachten. Fünf weitere besonders relevante Websites stellen imageorientierte Webauftritte dar: Shaherezada.livejournal.com (Weblog), Eursa.org (Politikerhomepage/Parteiseite), Djr-bund.de (Vereinsseite), Vorota.de (Vereinsseite/Portal) sowie Atamenken.de (Vereinsseite). Zum Untersuchungszeitpunkt können die Websites wie folgt zugeordnet werden: Keine der zehn relevantesten Websites konnte kampagnenorientierten Websites zugeordnet werden.

IMAGEORIENTIERTE WEBSITES

Dass die Mehrheit der relevantesten Websites dem Typ imageorientierter Websites zuzuordnen ist, kann vermutlich damit erklärt werden, dass sich ein stärkerer Bezug dieses Typs zu Migranten erkennen lässt. Vier der fünf als „imageorientiert“ typisierten Websites gehören entweder Vereinen¹⁴ oder funktionalen Online-Äquivalenten an. Nur Shaherezada.livejournal.com stellt keine Vereinsseite dar. Vereine können dabei als öffentlichkeitsorientierte Selbstorganisationen von Migranten betrachtet werden. Bei klassischen Vereinen, die eine eigene Webpräsenz haben, lässt sich eine starke Orientierung an die inländische Öffentlichkeit erkennen, an die sie einen Anschluss suchen und mit der sie im Namen ihrer Interessengruppe einen Dialog online aufbauen und zugleich potenzielle Interessenten aus der „ethnischen Öffentlichkeit“ von ihrem Image als Organisationsform überzeugen und gewinnen wollen. So bietet das russischsprachige Bündnis Europas (EURSA) durch die Webpräsenz Eursa.org ein Forum für russische Öffentlichkeit in Europa. Laut der Website handelt es sich hierbei um eine parteiähnliche Institution, an deren Spitze die Abgeordnete des Europaparlaments Tatjana Ždanok aus Lettland steht. Sie vertritt die Interessen der russischsprachigen Diaspora aus 23 „EURSA-Mitgliedsstaaten“ unabhängig vom russischen Staat in der europäischen Öffentlichkeit.

Die Orientierung an die inländische Öffentlichkeit ist auch auf der Website des Verbandes der Deutschen Jugend aus Russland (DJR) deutlich erkennbar und kann mit der auf der Website am 11.07.07 eingestellten Stellungnahme der DJR zum Integrationsgipfel veranschaulicht werden:

Stellungnahme der DJR zum Integrationsgipfel vom 11.07.2007

„Die Deutsche Jugend aus Russland begrüßt den Nationalen Integrationsplan und fordert dringend ein ganzheitliches Integrationsprogramm für Jugendliche, die aus Osteuropa, Sibirien, Kasachstan, Mittelasien und Kaukasus zugewandert sind. Wir messen dem Integrationsgipfel vom 12.07.07 eine sehr große Bedeutung zu. Nicht, weil sich hier Vertreter unterschiedlicher Interessenverbände mit der Politik treffen, sondern weil hier Ergebnisse intensiver Arbeit am Integrationsprogramm und am nationalen Integrationsplan vorgestellt werden. Wir gratulieren allen Fachleu-

¹⁴ Zu den Vereinen als Rechtsform zählen nicht nur lokale Hobby-, Freizeit- oder Migrantenorganisationen, sondern auch überregionale Verbände, NGOs und NPOs. All diese Organisationsformen können mit dem Sammelbegriff Dritter Sektor gefasst werden (vgl. Zimmer 2007 38-40).

ten wie Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Kirche, Sozial- und Sportverbänden sowie Migrantenselbstorganisationen zum hervorragenden Ergebnis – dem Nationalen Integrationsplan. Vertreter der DJR bedanken sich herzlich für eine konstruktive und produktive Zusammenarbeit in den Arbeitsgruppen „Sprachförderung“ und „Kultur und Integration“. Das Integrationsprogramm und der nationale Integrationsplan sollen nach Auffassungen der Bundesregierung einander ergänzen. Mit dem Nationalen Integrationsplan soll nun die Integrationspolitik in Deutschland auf eine neue Grundlage gestellt werden. Wir befürchten nicht ohne Grund, dass bei der Erarbeitung der Grundlagen die Interessen der größten Migrantengruppe der Zugewanderten, nämlich der Jugendlichen aus Osteuropa, Sibirien, Kasachstan, Mittelasien und Kaukasus, nicht genügend oder nur am Rande berücksichtigt worden sind. Über 4 Mio. Bürger Deutschlands mit russlanddeutschem kulturellem Hintergrund, dabei 2 Mio. im Alter unter 30 Jahren sind auch bei diesem wichtigen Ereignis nur als Objekte der Integrations-/Sozialpolitik betrachtet worden. Vertreter der Deutschen Jugend aus Russland sind zum Integrationsgipfel nicht eingeladen worden. Dagegen protestieren wir entschieden. Es gibt große Einwanderungsgruppen, die sich sehr gerne in den Prozess der gelingenden Integration einbringen würden. Die Deutsche Jugend aus Russland gehört dazu. Wir wünschen uns eine Einladung spätestens zu dem nächsten Integrationsgipfel, gern aber auch zu den Vorbereitungsgesprächen. Das Lautstarke ist nicht immer produktiv. Nutzen Sie doch das positive Potenzial der Migranten für Integrationsprozesse. Vorstand“

Zugleich werden russlanddeutsche Jugendliche von der DJR aufgerufen, sich politisch zu engagieren, Mitglied des Verbandes zu werden oder eine eigene Ortsgruppe zu gründen. Es werden folgende Gründe für die Mitgliedschaft genannt: "In der bundesdeutschen Gesellschaft kann die Stimme eines Einzelnen nur wenig bewegen. Nur organisiert stellen wir eine Kraft dar, mit der man auf politischer und gesellschaftlicher Ebene zu rechnen ist. Man darf sich nicht bevormunden lassen. Wir sind intelligent genug, um zu wissen, was für uns gut und schlecht ist..."

Hiermit bestätigt sich vor allem bei klassischen Vereinen ein von Uwe Hunger seit den 90er Jahren beobachteter Trend für Migrantenselbstorganisationen, der sich nun auf den Online-Bereich ausweitet: „Die Migrantenorganisationen wollen sich als (ethnische) Interessenverbände formieren, um größeren politischen Einfluss für ihre Gruppe in Deutschland zu erlangen“ (Hunger 2004: 3). Die oben zitierte Ansprache der Zielgruppe in deutscher Sprache zeugt ebenfalls davon, dass der inländischen Öffentlichkeit bewusst in die Verbandsarbeit Einblick gewährt wird, damit sie sich vom Verband und seinen Integrationsbemühungen ein Bild machen kann.

Auch Online-Vereine, die hier Vorota.de repräsentiert, haben ihr Integrationspotenzial erkannt und bauen es intensiv auf. Diese Website wurde 1999 von einem Mathematiker und Software-Architekten gegründet und wird seit 2001 unter dieser URL angeboten und ist mittlerweile als Vorota („Tor“) e. V. in Wuppertal registriert. Seine ‚Mitglieder‘ kommen aus ganz Deutschland (Rostock, Nürnberg, Düsseldorf, Hildesheim), aus den ehemaligen Sowjetrepubliken, den USA, Israel und Tschechien, die Mehrheit (über 60 Prozent) der Besucher stammt dabei aus Deutschland. Die User beraten sich gegenseitig in Migrations- und Integrationsfragen. Politik ist für diese Website nicht zentral, obwohl die erste Rubrik „Krieg in Israel“ einen ausgeprägten politischen Bezug hat. Durch gegenseitige Hilfe bringen sich die Nutzer – vornehmlich postsowjetische Migranten – in den Prozess der Integration ein. Die Besonderheit dieser Website besteht darin, dass die Nutzer stark emotional argumentieren, in einer vertrauensvollen Art und Weise diskutieren, so dass die Website regelmäßig zum Austausch genutzt wird. Dies betrifft auch politische Themen.

Der Anbieter von [Krusenstern.ch](http://krusenstern.ch) beobachtet hingegen eine geringe Inanspruchnahme der Kommunikationsmöglichkeiten in seinem Weblog durch postsowjetische Migranten, was er auf die kulturell kaum ausgeprägte Diskussionskultur zurückführt: „In Russland hat man Recht und ist der Stärkere und sonst schweigt man.“ Auch Dmitry Vinogradov (2006) bemängelt eine kaum vorhandene konstruktive Interaktion von politischen Akteuren im russischen Internet, die er mit der fehlenden russischen Tradition eines politischen Dialogs erklärt.

Das Team von [Atameken.de](http://atameken.de) hofft auf den Ausbau des kritischen Potenzials bei den Nutzern. Sie sind der Ansicht dass postsowjetische Migranten zwar dialogbereit sind, derzeit aber noch keinen echten Dialog führen bzw. wenig konstruktiv argumentieren. Im Artikel von [Krusenstern.ch](http://krusenstern.ch) zur russischen Blogosphäre als „Who's Who der Intelligenz“ heißt es, dass "es in russischen Weblogs wenig konstruktive Interaktion gibt. Im Klartext: Russische Blogger teilen aus wie die Kosaken" (<http://krusenstern.ch/p700.-html> vom 04.06.2007). Auch der Betreiber der Website [Vorota.de](http://vorota.de), auf der Nutzer vergleichsweise viel diskutieren, bekräftigt dies in seinem Interview "Öfter gehen solche [politisch orientierten] Diskussionen schnell in Beschimpfungen (*rugan'*) und persönliche Wortgefechte (*razborki*) über".

Diesen Einschätzungen können allerdings die Diskussionen im Weblog [Shaherezada.livejournal.com](http://shaherezada.livejournal.com) gegenüber gestellt werden. In diesem Weblog ist auffallend, dass Blogger konstruktiv und präzise miteinander umgehen und sich gegenseitig korrigieren, falls Ungenauigkeiten erkannt werden: "Wer ist Jurij Bitov? Ich kannte nur Andrej" Oder: "Meine Liebe, Du hast das falsch geschrieben[...]. Bitte korrekter". Es gibt aber auch folgende Äußerungen: "Ich war einigen Kommentaren zu Ihren Einträgen überrascht. Gut, dass Sie das verstehen, was weit weg von Ihnen passiert. Das ist schon irgendwie eine Seltenheit". Die Diskussion verläuft höflich, kontrovers und ironisch. Russischsprachige Diskussionsteilnehmer leben in Russland und im Baltikum, in Deutschland, Amerika bzw. weltweit und gehören verschiedener Generationen an, zwischen denen hier ebenfalls ein konstruktiver Austausch zustande kommt. Mit Blick auf dieses Weblog zeigt sich somit ein fruchtbarer Austausch, der vermutlich auch der Bloggerin zu verdanken ist, denn sie sieht sich verpflichtet einzelne Aussagen zum Thema mit einem neuen Eintrag abzurunden, in dem eine Reflektion des Meinungs-austausches stattfindet. Das auch von der Bloggerin signalisierte Vertrauen erscheint an dieser Stelle als wichtiges konstruierendes Element¹⁵ für Kommunikationsprozesse innerhalb transnationaler ethnischer Öffentlichkeiten zu sein. Auf internationalen Webplattformen verhalten sich Migranten dagegen eher „unauffällig“.

Um auf die Vereinsseite [Vorota.de](http://vorota.de) zurückzukommen, ist darauf hinzuweisen, dass die Inhalte und Angebote dieser Website ein Selbsthilfepotenzial enthalten und sich ebenfalls eher an die „ethnische Öffentlichkeit“ ausrichten. Bei alltagsbezogenen Fragen kann hier zwischen vielen Vorschlägen anderer Migranten entschieden werden. Hier kann die Informationsflut zum Vorteil von Migranten genutzt werden und eine Orientierung ermöglichen. Auch Serviceangebote und Werbung deuten auf ein hohes Selbsthilfepotenzial dieses transnationalen Online-Vereins hin. Die Website bietet Links zu den Botschaften und Konsulaten Russlands, der Ukraine und Belarus in Deutschland sowie zu den deutschen Konsulaten in der ehemaligen UdSSR. Es gibt eine Bibliothek, einen Online-Shop und einen Katalog von Firmen (Übersetzungsbüros, Forensische Expertisen, Anwaltskanzleien, Busreisen/Transport, Klubs, Lohnsteuerhilfe, Ärzte u. v. m.). In solchen Online-Vereinen werden zwei Per-

¹⁵ In Anbetracht der gesetzten Standards bzw. „Kommunikationsregeln“, die für klassische Medien unverzichtbar sind und auf nachrichtenorientierte Websites wie [Krusenstern.ch](http://krusenstern.ch) übertragen werden, ist abzuwarten, wie sie sich auf die Qualität der Diskussion unter Internetnutzern auswirken. Es kann davon ausgegangen werden, dass nicht nur das Vertrauen sondern auch die hohen Standards die Qualität der politischen Diskussion beeinflussen können.

spektiven miteinander verknüpft: Der Aufbau ethnischer¹⁶ Öffentlichkeit und der Ausbau ihrer Integrationspotenziale im Einwanderungsland.

Bei Online-Vereinen wie Atameken.de ist eine starke Orientierung auf das Herkunftsland sichtbar. Dieser Verein wendet sich genauso wie DJR-bund.de der inländischen Öffentlichkeit zu, der von einem politisch engagierten multilingualen Team ein umfassendes Bild über ihr Herkunftsland geboten wird. Die Zielgruppe der 2004 entstandenen Website sind kasachische Studierende in Deutschland und weltweit sowie Kasachstan-Interessenten. Der Name Atameken bedeutet im Kasachischen Vaterland bzw. Heimat. Auch diese Website soll eine Verbindung der Nutzer zur Heimat pflegen und eine Art virtuelle Heimat anbieten. Es wird berichtet, dass „junge begabte kasachische Akademiker seit 1994 mit dem Stipendium der kasachischen Regierung Bolaschak an renommierten deutschen Hochschulen in Fachrichtungen Medizin, Computertechnologie, Recht, Wirtschafts- und Technikwissenschaften“ studieren. Atameken.de wird aus eigenen Mitteln der Studierenden finanziert, wobei derzeit auch ein Spendenkonto dafür eingerichtet werden soll. Die Absicht der Studierenden, in ihr Herkunftsland zurückzukehren, ist offensichtlich. Die Website vertritt die Meinung, dass Kasachstan als Staat große Potenziale besitzt, was aber den Menschen Kasachstans noch wenig bekannt ist, in Bildung investiert und es verdient, dass kasachische Studenten nach einem erfolgreichen Studienaufenthalt dorthin zurückkehren. Die Nutzer verbindet mehrheitlich nicht der kulturelle, sondern der ethnische Hintergrund, obwohl sie auch von den in Deutschland lebenden Aussiedlern aus Kasachstan aufgesucht und benutzt wird. Der ethnische Hintergrund ist auch für solche Online-Vereine wie Azeriller.de und andere armenische und aserbaidjanische Online-Vereine von Relevanz. Sie sprechen die transnationale ethnische Gemeinschaft an und suchen vorrangig den Anschluss an die Nachfahren bzw. Vertreter der „rusländischen“ Emigration, die in Englisch angesprochen werden: Im Vordergrund dieses Webangebots steht sowohl Identitätspflege als auch Konsolidierung der Ethnie und Stärkung der diasporalen ethnischen Öffentlichkeit zur Lösung von bestehenden politischen Konflikten in den Ausgangsländern oder zur Imagepflege der Ausgangsländer.

KAMPAGNENORIENTIERTE WEBSITES

Auffallend ist eine geringe Anzahl von kampagnenorientierten Webangeboten in der erhobenen Grundgesamtheit, was sich vermutlich damit erklären lässt, dass derartige Webauftritte kurzlebig sind oder einen Bestandteil von umfangreicheren Webangeboten darstellen. Sie werden ins Leben gerufen, um eine Mobilisierung z. B. von Wählern oder Sensibilisierung des Publikums online für ein politisches Programm zu bewirken. Rein kampagnenorientierte Websites sind vermutlich weniger vertrauenswürdig. Anders ist es, wenn eine bereits vertrauenswürdige Website einen kampagnenorientierten Auftritt bietet, in dem auch die Interessen der Besucher berücksichtigt werden. Eine andere Besonderheit, die sich bei der Inhaltsanalyse der Websites erkennen lässt, besteht darin, dass die Webressourcen postsowjetischer Migranten kaum politische Aktionen online organisieren: Die vorhandenen politischen Aktivitäten bestehen aus politischen Auseinandersetzungen (Shaherezada.livejournal.com), Abstimmungen, Online-Politikertreffs (Politikforum.de), Umfragen, Erhebungen, Abstimmungen (Atameken.de, Eursa.org), „Spaßwahlen“ bzw. „Spaßumfragen“ (Rc-mir.de, Vorota.de) und Online-Petitionen sowie Informationskampagnen (Belarusnews.de). In Russland erscheinen kampagnenorientierte Elemente von Websites eine größere Bedeutung zu haben. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass kampagnenorientierte Webauftritte dort erst mit der Unterstützung klassischer Medien öffentliches Interesse haben und Wirkungen erzielen können

¹⁶ Der Begriff ethnisch bezeichnet hier nicht die Zugehörigkeit zu einer Ethnie, sondern den gemeinsamen kulturellen Hintergrund oder den gemeinsamen Gebrauch einer bevorzugten Sprache.

(Brunmeier 2005: 116). Die Auswirkung von Online-Kampagnen auf das reale Leben ist dennoch je nach politischen Rahmenbedingungen im Land als gering einzuschätzen.¹⁷

NACHRICHTENORIENTIERTE WEBSITES

Während politische Aktionen für postsowjetische Migranten im Internet noch wenige Wirkungen im Vergleich zur Partizipation im realen Leben versprechen, wird der Informationsvermittlung vermutlich mehr Wirkungspotenzial eingeräumt. Auf die besondere Bedeutung von Informationsnetzwerken von Personen mit Migrationshintergrund im Ausland als Bindeglieder zwischen Deutschland und dem Herkunftsland, deren Produkt eine Kommunikations- und Organisationsplattform ist, die von der inländischen Öffentlichkeit des Ausgangs- sowie des Einwanderungslandes an Akzeptanz gewinnen kann, weist der Anbieter von [Belarusnews.de](#) hin. Es handelt sich um eine herausragende Initiative, die 1998 von belarussischen Studenten in Deutschland ausging und in Belarus noch wenig Anerkennung findet: Das Forum der Website wurde von Hackern angegriffen, Betreiber wurden als Verräter beschimpft. Der Anbieter von [Belarusnews.de](#) sieht den Stellenwert des Webangebots wie folgt:

„Die vorrangigen Ziele waren: die Informierung der westlichen (deutschsprachigen) Öffentlichkeit über Belarus – insbesondere die Aufklärung der zahlreichen Initiativen, die mit Belarus arbeiten, [...] mit der Absicht – durch die unzähligen privaten Kontakte, die aus der sozialen, humanitären und bildungspolitischen Zusammenarbeit entstanden sind, u. a. auch die belarussische Bevölkerung zu informieren. D. h. der auf der Ebene der Privatbeziehungen skalierter Informationsaustausch im interkulturellen Kontext, so wie er zwischen Belarus und Deutschland einmalig ist, ermöglichte es, die Informationen, die so in Belarus der Bevölkerung unzugänglich sind, durch die direkten Kontakte auch nach Belarus [...] zurückfließen zu lassen. Des Weiteren soll die Plattform die offensichtlich schlechte Berichterstattung der deutschen (ausländischen) Presse zum Thema Belarus ausgleichen und zur Verbesserung dieser beitragen [...].“

Dieser Versuch, eine Nachrichtenplattform im Format einer Online-Zeitung aus der Diaspora heraus zu konstituieren, kann nicht mit der klassischen Exilpresse der „rusländischen“ Diaspora gleichgestellt werden. Gemeinsam ist diesen Migranten-Medien, dass sie als Ergebnis „der politisch verankerten Aktivität intellektueller Emigranten“ interpretiert werden können (Darieva 2004: 35). Während die Aktivität der „rusländischen“ Diaspora aber vor allem außerhalb der Herkunftsgesellschaft organisiert war, werden politische Aktivitäten einer Online-Nachrichten- und Kommunikationsplattform sowohl im Ein- als auch Auswanderungsland vorbereitet. Sie reproduzieren damit nicht nur die „mitgebrachte Öffentlichkeit in der Fremde“, wie dies bei der klassischen Exilpresse der Fall war (ebd.). Angesprochen wird hier vielmehr die inländische Öffentlichkeit, aber auch die sprachlich integrierte ethnische Öffentlichkeit im Einwanderungsland. Das Besondere der Informationsportale besteht auch darin, dass Objektivität der Inhalte für sie in den Vordergrund rückt. Dadurch lassen sich Prozesse der freien Meinungsbildung stärken. Hierzu werden z.B. auf [Krusenstern.ch](#) Presstexte der staat-

¹⁷ Dies kann mit zwei Beispielen verdeutlicht werden. Zum einen kann eine durchgeführte Kampagne von politischen Akteuren nicht akzeptiert werden. Dies war bei der vom Verlagshaus „Provincija“, das die Website [Sem40.ru](#) sponsert, durchgeführten Aktion „Stell Deine Fragen an den Präsidenten“ der Fall. Die erhaltenen Leserbriefe wurden von der Pressestelle des Präsidenten nicht angenommen, da bei Zeitungen des Verlagshauses sich angeblich um Angebote handelt, die kein präsidiales Format bieten (Giller 2005). Zum anderen gibt es Meinungen, in denen Online-Kampagnen keine direkte Wirkung auf das reale Leben bescheinigt wird „[...] ich glaube, das Regime freut sich sogar über die Interneteuphorie der Weißrussen. Die wissen ganz genau, für jeden Blogger am PC ist ein Aktivist weniger da draußen auf der Straße, der wirklich etwas tut“ (Haaf 2007).

lichen Nachrichtenagentur der Russischen Föderation (RIA-Novosti) eingestellt, die weder gekürzt noch verändert oder kommentiert werden, um die Meinung der Leser bewusst nicht zu beeinflussen.¹⁸ Objektive Darstellung der Ereignisse und objektive Information sind auch die Ziele der Website Belarusnews.de. Der folgende Auszug aus Belarusnews.de gibt einen Eindruck über eine der auf der Website vertretenen Meinungen, an die ein Kommentar von einem Nutzer anschließt:

Auszug aus Belarusnews.de vom 25.01.2007

„ *„Die EU ist der Hauptsponsor der Diktatur in Weißrussland“*, Cafebabbel.com (<http://www.belarusnews.de/de/meinungen/die-eu-ist-der-hauptsponsor-der-diktatur-in-wei-russ.html>). Die Weißrussin Olga Karatch, 28, kämpft in ihrer Heimat für die Einhaltung der Menschenrechte. Sie kritisiert die EU für ihre lasche Haltung gegenüber dem Diktator Lukaschenko (...)

Das Recht auf Information

Karatchs Organisation NASZ DOM (Unser Haus) hat eine Studie durchgeführt, die Karatchs Einschätzung bestätigen. In der Altersgruppe der 18 bis 22jährigen gibt es einen hohen Anteil von Lukaschenko-Anhängern, während die Regimegegner vorwiegend der Altersgruppe der 23 bis 45jährigen zuzurechnen sind (...). Wie soll man da in der weißrussischen Bevölkerung politisches Bewusstsein herstellen? Die könne nur „in einem schrittweisen und langsamen Prozess erfolgen“, sagt sie. Genau wie man einem ausgehungerten Menschen nicht allzu viel Nahrung auf einmal geben dürfe, ohne ihm zu schaden. „In Weißrussland herrscht eine Illusion von Meinungsfreiheit. Die Mehrheit von uns erinnert sich noch an die Sowjetzeit, als alles außer dem Staatsfernsehen verboten war und die Menschen RADIO FREE EUROPE hörten. Heute haben wir Kabelfernsehen, Internet, Hunderte von Zeitungen. Aber wenn man sie näher betrachtet, sieht man, dass die vorhandenen Fernsehkanäle nur der Unterhaltung dienen, und dass es unter ihnen keinen einzigen Informationssender gibt. Genauso ist es auch mit der Presse: In den Zeitungskiosken gibt es zahlreiche Zeitungen und Zeitschriften, aber es handelt sich nur um Regenbogenpresse, Rätselhefte oder Frauenmagazine.“ (...) „Die Politik der EU gegenüber Weißrussland ist unklar und verschwommen.

Dass Russland die weißrussische Diktatur unterstütze, ist nur eine bequeme Ausrede. In Wirklichkeit ist der Hauptsponsor der Diktatur die Europäische Union, die Erdgas, Benzin und Textilien abkauft – ohne Fragen zu stellen. Die Politiker der Europäischen Union möchten Lukaschenko De-

¹⁸ Die Eigenheit des Weblogs Krusenstern.ch besteht darin, dass es sich um die persönliche Initiative eines Inländers handelt. Krusenstern.ch stellt das Freizeitprojekt eines Schweizer dar, der private und berufliche Verbindungen zu Russland und der Ukraine hat und im Weblog über „Politik und Wirtschaft, Kunst und Kultur, Geschichte und Zukunft, Medien und Gesellschaft“ aus diesen Ländern berichtet. Das Weblog bietet eine „Plattform zum Austausch von Wissen und Erfahrungen“ für russischsprachige Einwanderer und Slawisten im deutschsprachigen Raum.

mokratie beibringen, ohne komplizierte Fragen nach verschwundenen Oppositionspolitikern oder nach den Staatsfinanzen zu stellen“(...).

Kommentar:

Lukaschenko und die EU: UB

Die EU hat sicherlich kein Interesse an Lukaschenkos Problemen, es ist durch die zunehmende Globalisierung doch schon lange nicht mehr so, dass der Mensch im Mittelpunkt der Interessen steht, sondern das Geld. Hut ab vor jungen Menschen wie Olga Karatch – weiter so. Lukaschenko – oder wer auch immer nach ihm kommt – hat tatsächlich in meinen Augen den Vorteil, dass er im Zentrum einer belebten, interessanten Handelslinie sitzt. Warum soll er nicht, wenn er schon nichts anderes hat, davon profitieren dürfen? Wenn Autobahnen durch Privatgrundstücke führen, werden die Eigentümer ja auch entschädigt und nicht erschossen. Putin beschimpft ihn als Parasiten, Europa als letzten Diktator – die armen Menschen in Belarus können am wenigsten dafür, dass es so ist, wie es ist. Gegner sind wirklich verschleppt, weggeschlossen und erschossen worden. Man sollte endlich gemeinsam mit Russland einen akzeptablen Plan für ihn, und damit für Belarus erarbeiten, von dem die Wirtschaft und vor allem die Menschen in Belarus profitieren dürfen, egal, ob dort der letzte Mohikaner oder Väterchen Frost an der „Machtspitze“ steht. Das allgemeine Feindbild, welches die EU gern projiziert, ist eh längst überholt, und wenn man dort hinfährt, sich die Dinge ansieht, findet man einen älteren Mann mit einer gewissen Schlauheit von der eines alten Bäuerleins. Auch in Weißrussland nehmen ihn nicht wirklich alle ernst. Er aber auch nicht, wenn er z.B. (im Fernsehen live) zu seinen Ministern sagt“ ...und Ihr meine Esel...“ Wie gesagt, man sollte, aber wie das so ist – die Vernunft rät, aus diesem herrlichen Land politisch einen 2. Schweiz zu machen, also den Kuchen unter eine Glasglocke zu stellen, im wirklichen Leben wird er wohl von dem einen oder andere in Stücke geschnitten und gegessen werden. Januar 27, 2007“

PLATTFORMORIENTIERTE WEBSITES

Politikforum.de, RC-mir.de und Sem40.ru sind als plattformorientierte Auftritte zu betrachten. Gerade diese Auswahl präsentiert das breite Spektrum von politischen Aktivitäten zwischen Engagement und Entwicklung einer politischen Elite im Internet (Politikforum.de), Vernetzung innerhalb der jüdischen Diaspora (Sem.40.ru) und Unterhaltung (Rc-mir.de). Politikforum.de wird von einem jungen Team ohne Migrationshintergrund angeboten und stellt eine parteiunabhängige Plattform für politische Diskussionen mit thematisch unterschiedlichen Politikforen, einem Politikblog und einem Politikland in Second Life dar. Zielgruppe dieser Website sind politisch interessierte Nutzer. Migranten werden nicht explizit angesprochen. Das Webangebot kann als Politraining mit einem umfassenden Informations- und Selbsthilfe-Tool und learning by doing-Möglichkeiten beschrieben werden. Einerseits werden Interessen der Nutzer beobachtet und durch vielfältige mediale Mittel dauerhaft unterstützt, andererseits werden die Nutzer durch eingestellte Verweise zu Zugangs- und Beteiligungsmöglichkeiten zu Parteien, politischen Organisationen, Parlamenten etc., einen Wegweiser durch die Grundzüge der Parteiendemokratie; eine Orientierung über die Interessenverbände und Initiativen aufgeklärt und zur Partizipation motiviert. Unterstützt wird dieser Prozess durch eine gestärkte Personalisierung, wobei eine Interessenaggregation in Form der zu gründenden Gruppen initiiert wird. Auch im Weblog Krusenstern.ch wird dafür plädiert, dass Nutzer Beiträge entweder mit ihrem Namen oder ihrer E-Mail-Adresse kennzeichnen sollen. Daraus kann abgeleitet werden, dass sowohl

nachrichten- als auch plattformorientierte Websites Personalisierungsangebote bevorzugen und somit Parallelen mit Printmedien aufweisen, für welche die Personalisierungen ebenfalls ein zentrales Element darstellen (vgl. Kamps 2006: 112).

Während sich Diskussionen in Weblogs und auf Vereinsseiten etwas tiefgründiger entwickeln, bieten Foren eine wesentlich größere Themenvielfalt, die von Nutzern selbst mitbestimmt und weiterentwickelt werden. Auf der Website [RC-mir.de](#) ist Politik eines von mehreren Themen im Forum und in den verschiedenen Klubs. Während der Klub „Liebe und Sex“ mit 435 Unterkлубs der dritt größte nach dem Klub „Musik“ mit 699 Unterkлубs und dem Klub „Hobby und Unterhaltung“ mit 565 Unterkлубs ist, hat der Klub „Politik“ nur 20 Unterkлубs.

Die Foren unterscheiden sich auch im Hinblick auf ihre Moderation. Während der Redaktion von [Politikforum.de](#) weniger eingreifend wahrgenommen wird, da Nutzer nicht direkt sondern durch Präsentation von Signalen der Identifikation (Themenausrichtung, Personalisierung und Gruppenbildung) angesprochen werden, herrscht bei [Rc-mir.de](#) eine strenge Moderation und Selektion durch die Anbieter vor. Die Anbieter selektieren hier zwar nicht die (politischen) Inhalte, sie prüfen aber, ob sie den Rechtsvorschriften für Webauftritte im Einwanderungsland entsprechen. Außerdem achten die Moderatoren von [RC-mir.de](#) darauf, welche Inhalte eingestellt werden und wie ‚sicher‘ sie sind. Moderatoren und Anbieter erfüllen also Funktion eines Torwächters, die für die Sicherheit und somit das Renommee des Portals das A und O ist. Unsichere Links und Websites werden in eine schwarze Liste des Portals eingetragen. Auch Nutzer, die sich nicht an die vielen Regeln des Portals halten, werden bei zu vielen Verstößen in die schwarze Liste eingetragen. Auch das Forum von [Sem40.ru](#) ist stärker moderiert. Die Moderation unterscheidet sich zum Vergleich zu [RCmir.de](#) dadurch, dass die Moderatoren von [Sem40.ru](#) sich nicht neutral verhalten, sondern in scharfer Form in Diskussionen einmischen. Die Inhaltsanalyse der besonders relevanten Websites zeigt außerdem, dass je deutlicher die auf der Website vertretene politische Position hervorsticht, desto mehr Gegner versuchen sich provozierend in den Prozess der Meinungsbildung in Foren einzuschalten und einen Wirbel unter den Nutzern zu entfachen. Bei der Analyse von politischen Netzwerken, die sich im russischen Internet erkennen lassen, weist Dmitry Vinogradov darauf hin, dass sich isolierte politisch Überzeugte – „isolierte Radikale, ob links, nationalistisch oder ökologisch“ – auf einer aktiven Suche nach handlungsbereiten Gesinnungsgenossen im Internet befinden und neue Mitglieder anwerben (2006: 18). Die vorliegende Studie bestätigt diese Tendenz. Dieses Potenzial des Internets haben die hier analysierten vereinsähnlichen Online-Angebote und Migrantenorganisationen erkannt und versuchen auf diesem Wege, Gleichgesinnte zu gewinnen. Zugleich fallen ‚Angriffe‘ von Vertretern anderer politischer Ansichten auf, die vermutlich isoliert handeln und bewusst nach solchen Webauftritten suchen, um die unter Nutzer zu spalten. Diese Argumentation veranschaulicht ein Auszug aus dem Forum von einem Nutzer, der immer wieder gesperrt wird und sich danach unter einem neuen Pseudonym anmeldet.

Auszug aus Sem40.ru vom 03.08.2007

Добавлено: 03/08/2007 00:56:28 Заголовок сообщения: Не про политику,но в тему

Гаспада!(с)А у меня такой вопрос!Значицца смотрю я название темы-Про армию.Думаю прикольно,почитаю про армию,6 постов читаю про армию,а потом шесть страниц про то,что вот какие вы тут все молодцы что не подвержены влиянию путиноидной,гебнюковской,совковской,и различных други -ой пропаганд,и какие мы все идиоты что не влюбились,словно школьницы в душку офицера, в удивительную страну Америку,не

*понимаем западных ценностей и вообще мы сволочи потому что русские (нет, конечно, Вы не испытываете ненависти к нам, только к нашему правительству, ну или к нам и к правительству). Открываю другую тему-"Америка в шаге от банкротства"-ну думаю почитаю, что ж такого в Америке сотворилось, что она разоряться собралась и что об этом народ думает, так нет же [в сердцах],***опять про путинидов, гебнюков и прочая (включая что все мы идиоты, одни Вы, не купившиеся молодцы). [Думаю] Дай ка еще в парочку загляну, может хоть там по теме. Заглядываю, та же картина. 3 поста по существу, потом все инакомыслящие-сплошняком фсбшники, путиниды, ...ну Вы поняли. Так я собственно к чему. К тому что модераторам (светочам объективности) надо переименовать ветку из политики, в "Евреи о России", или "Оторвись на русских здесь", ну или на худой конец (если следовать логике некоторых индивидов) "Опусти правительство России не проецируя его на Русский народ"-а вообще надо подумать (а то и гебнюки не отражены, и совки, и, тем более, путиниды). Ну и конечно интересует вот еще что. Чем собственно Вам не нравится Россия. Вот Чем? Только конкретно. Не надо там рассказывать по путинидов, совковское мышление, и прочая и прочая и прочая. Факт. Вот мне она не нравится потому что, и Факт, не абстрактный путинид, а факт (ну там нарушение прав человека, или смотрят косо). Вот такой у меня вопрос. Надеюсь светочи объективности (модераторы то есть) не сочтут сию тему за матерую антисемитчину, и не потрут ее, всеж интересно было бы узнать мнение людей. Искренне Ваш, МОНАХ.¹⁹*

Der Nutzer „Mönch“ kritisiert in diesem Eintrag die seiner Meinung nach einseitige Darstellung von Themen auf der Website, die russland- und russenkritisch und proamerikanisch sind, so dass der

¹⁹ Zu dt.: Überschrift: „Nicht über die Politik, aber zum Thema.“ Eintrag: „Herrschaften! Ich habe eine folgende Frage! Ich schaue also die Überschrift des Themas an – über die Armee. Nun denke ich, gespannt, ich werde über die Armee lesen. Ich lese 6 Einträge über die Armee und dann 6 Seiten darüber, wie Sie alle hier gut sind, da Sie von Putins, „Gebnjuks“, sowjetischer und anderer Propaganda nicht beeinflusst sind, und was sind wir für Idioten, die, wie die Schülerinnen in einen Spaßvogel-Offizier verlieben würden, sich in Amerika nicht verliebt haben, die westlichen Werte nicht verstehen und überhaupt Drecksäcke sind, weil wir Russen sind (obwohl Sie uns natürlich nicht hassen, sondern unsere Regierung oder sowohl uns als auch unsere Regierung). Ich lese ein anderes Thema „Amerika ist ein Schritt vom Bankrott entfernt.“ Nun denke ich, ich werde mal darüber lesen, was in Amerika passiert ist, dass es Bankrott geht, und was das Volk darüber denkt, aber nein, es geht wieder um Putinisten, „Gebnjuks“ und andere (inbegriffen, dass wir alle Idioten sind und nur Sie die unkäuflichen Prachtkerle). Ich überlege, ob ich nicht noch ein paar Zeilen überfliege, vielleicht gibt es dort etwas zum Thema. Ich tue das und beobachte das gleiche Bild. 3 sachliche Einträge und dann folgen alle Andersdenkenden der Reihe nach FSB-Männer, Putinisten, Sie verstehen mich schon. Was meine ich damit? Dass die Moderatoren (Objektivitätspfleger) den Bereich Politik umbenennen sollten - in „Juden über Russland“ oder „hier können die Russen platt gemacht werden“, oder (soweit man der Logik einiger Individuen folgt) in „Mach die Regierung Russlands platt, ohne sie auf das russische Volk zu projizieren,“ wobei man noch darüber nachdenken soll, da „Gebnjuks“ und Sowjetmenschen und vor allem Putinisten nicht berücksichtigt wurden. Sonst interessiert mich natürlich auch, was Ihnen eigentlich an Russland nicht gefällt? Was genau? Bitte konkret. Erzählen Sie uns bloß nichts über die Putinisten und das sowjetische Denken etc, sondern einen Fakt (Menschenrechtsverletzung, oder das schiefe Angucken). Das ist meine Frage. Ich hoffe, dass die Objektivitätspfleger (d. h. Moderatoren) dieses Thema nicht als Antisemitismus betrachten und vernichten. Es ist interessant, die Meinung der Leute zu erfahren. Herzlichst, Ihr Mönch.“

„Mönch“ den Moderatoren – er nennt sie ironisch „Objektivitätspfleger“ - den Vorschlag unterbreitet, den Themenbereich Politik in „Juden über Russland“ umzubenennen oder in „Russen können hier platt gemacht werden“ oder im besseren Fall „Mach die russische Regierung hier platt, ohne sie auf das russische Volk zu projizieren“. Die Beiträge dieses Nutzers werden von Moderatoren regelmäßig gekürzt, da sie „einen russischsprachigen nazistischen Quatsch und Links darauf“ darstellen. Sie werden nicht gänzlich gelöscht, sondern postmoderiert, so dass eine Diskussion zur Meinungsbildung entfacht wird.

Die hier skizzierten Typen der Websites verdeutlichen das politische Interesse von postsowjetischen Internetnutzern, wobei einmal der Schwerpunkt auf Unterhaltung liegt und einmal das Interesse im Vordergrund steht, seine eigenen politischen Positionen über die Website zu verbreiten. Wie politisch aktiv Migranten im Internet sind, wird separat im Ergebnis der Nutzerbefragung vorgestellt werden. Diese Präsentation wird mit einer Diskussion über Bedeutung und Besonderheiten der hier umrissenen Landschaft der politisch geprägten Webangebote postsowjetischer Migration im deutschsprachigen Raum abgerundet.

DISKUSSION ZUR BEDEUTUNG DER WEBANGEBOTE

Die Darstellung politisch geprägter Web-Landschaft von Migranten aus der ehemaligen Sowjetunion hat gezeigt, dass postsowjetische Migranten grundsätzlich politisch interessiert sind. Politisches Interesse entsteht hierbei selbstverständlich nicht allein durch die Nutzung von Services und Informationen im Web (vgl. Brunmeier 2005:125). Im Internet nehmen aber die Nutzer offenbar an einem Austausch über die Informationen teil, die größtenteils von den etablierten Massenmedien und Webangeboten übernommen werden und im Netz argumentativ versachlicht werden sollen. Im Web setzen sich postsowjetische Migranten also durchaus mit politischen Prozessen auseinander, obwohl ihnen im realen Leben ein Zurückhalten ihrer politischen Meinung nachgesagt wird (vgl. Wüst 2002). Dies darf nicht überschätzt werden, denn diese Auseinandersetzung findet zum einen im Sinne von Unterhaltung statt, was an dem Aufkommen von mehreren Formaten, Services und Audio- und Videoübertragungen sowie die Dominanz der Websites im Format eines Portals abzulesen ist. Zum anderen werden Webangebote eingerichtet, die postsowjetische Migranten zwar zum Meinungsaustausch einladen, Austausch aber oft nicht auf allen politisch geprägten Websites übermäßig aktiv bzw. konstruktiv verläuft. Gegenstand dieser Auseinandersetzung sind oft globale politische Ereignisse bzw. internationale und nationale politische Beziehungen, über die vornehmlich in Russisch diskutiert wird.

Dass sich an die Informationen im Web Diskussionen anknüpfen, lässt sich deutlich beobachten, obwohl dem Charakter und Nutzen dieser Diskussionen im Vergleich zu politischen Aktivitäten im realen Leben gegenwärtig noch misstrauisch begegnet wird. Nichts desto trotz können vor allem Informations- und Meinungsportale bzw. nachrichten- und imageorientierte Websites, auf denen unterschiedliche Standpunkte als Themen oder Diskussionseinträge in Foren vorgestellt werden, eine bessere Orientierungsleistung der Öffentlichkeit ermöglichen (vgl. Neuberger 2004: 15). Intensivere Diskussionen zu politischen Themen finden derzeit innerhalb einer transnationalen ethnischen Öffentlichkeit statt.

Das politische Engagement von Migranten unterscheidet sich vermutlich je nach der politischen Situation in ihrem Ausgangs- bzw. Herkunftsland. Hierbei ist auf die Webangebote von postsowjetischen Migranten hinzuweisen, die auf die Vernetzung mit der alten „rusländischen“ Diaspora hindeuten, welche die Zugehörigkeit zu einer Ethnie kennzeichnet, die mobilisiert wird, um die Ethnie außerhalb des Herkunftslandes aufrechtzuerhalten und ihre Potenziale für die Herkunftsländer politisch zu nutzen. Etwas anders verhält sich das mit der Gegenöffentlichkeit, die sich entlang der alternativen Informationsangebote im Internet aus postsowjetischen Migranten und ihren Sympathisanten formiert, um die Weltöffentlichkeit für die politischen Verhältnisse im Herkunftsland zu sensibilisieren,

mit der Hoffnung diese langfristig verändern zu können. Durch die Zuwendung an die inländische Öffentlichkeit versprechen sich Migranten sowohl im Herkunftsland, wie oben im vorigen Beispiel angesprochen, als auch im Einwanderungsland politische Einflüsse zu erzielen.

In diesem Sinne können klassische Vereine durch die Webauftritte weiter an politischer Bedeutung gewinnen, soweit ihre online vorgestellten Positionen von der inländischen Öffentlichkeit wahrgenommen und ihre Interessen auch von den Parteien oder Politikern aufgenommen werden. Vereinsähnliche Webangebote sind hingegen von sozialer Bedeutung und entfalten das Selbsthilfepotenzial in einer ethnischen Öffentlichkeit, in dem sie den Migranten eine wichtige Orientierung im Einwanderungsland bieten.

Im weiteren Verlauf dieser Studie wird noch zu klären sein, welche der aufgezeigten Besonderheiten von politisch orientierten Webangeboten postsowjetischer Migranten im deutschsprachigen Raum migrantenspezifisch sind und wie sich die politischen Aktivitäten zwischen den verschiedenen Migrantengruppen unterscheiden und wie diese Unterschiede in Webangebote umgesetzt werden.

LITERATUR

- Androutsopoulos, Janis (2005): Virtuelle Öffentlichkeiten von Migranten. In: Jahrbuch für Kulturpolitik 5. Online unter: <http://www.kupoge.kunden2.honds.de/kupoge/publikationen.html>, gefunden am 05.05.2007.
- Blogosfera rossijskogo interneta. Informacionnyj bjulleten' Jandex (dt. Blogosphäre des russländischen Internets. Informationsbulletin 2006). Online unter: http://download.yandex.ru/company/yandex_on_blogosphere_autumn_2006.pdf, gefunden am 05.06.2007.
- Brunmeier, Viktoria (2005): Das Internet in Russland. Eine Untersuchung zum spannungsreichen Verhältnis von Politik und Runet. Reinhard Fischer: München.
- Darieva, Tsypylma (2004): Russkij Berlin. Migranten und Medien in Berlin und London. Diss, Lit: Münster.
- Elias, Nelly/Zeltser-Shorer, Marina (2006): Russian Diaspora On-Line. A Virtual Community of Immigrants from the former Soviet Union on the WWW. In: Internet-Zeitschrift für Kulturwissenschaften 16. S.1-16. Online unter: http://www.inst.at/trans/16Nr/04_2/elias16.htm, gefunden am 01.09.07.
- Fialkova, Larisa (2005): Emigrants from the FSU and the Russian-language Internet. In: Toronto Slavic Quarterly 12/2005. Online unter: <http://www.utoronto.ca/tsg/12/fialkova12.shtml>, gefunden am 12.04.2007.
- Giller, Vladimir (2005): Den'gi možno zarabotat' ostavajas' v ladu s sovest'ju (dt. Geld kann man verdienen, ohne sein Gewissen zu belasten). In: SMI.ru, 07.12.2005. Online unter: <http://www.smi.ru/interviews/119>, gefunden am 01.09.2007.
- Gusejnov, Gasan (2000): Anmerkungen zu einer Anthropologie des russischen Internets. Sprache und Literatur von Netzwerkern. In: Cheauré, Elisabeth (Hg.): Kunstmarkt und Kanonbildung. Tendenzen in der russischen Kultur heute. S. 175-200. Online in Russisch unter: <http://magazines.russ.ru/nlo2000/43/main8-pr.html>.
- Haaf, Meredith (2007): Beispiel Weißrussland: Ist das Web die Hoffnung des Widerstandes? Online unter: <http://www.belarusnews.de/de/interviews/beispiel-wei-russland-ist-das-web-die-hoffnung-des-widersta.html>, gefunden am 01.09.2007.

- Harris, Paul A [2007]: Russische Juden in Deutschland seit 1990. In: Bade, Klaus J./Emmer, Pieter C./Lucassen, Leo/Oltmer, Jochen (Hg.): Enzyklopädie Migration in Europa vom 17. Jahrhundert bis zur Gegenwart. München/Paderborn (Im Druck).
- Hunger, Uwe (2005): Ausländervereine in Deutschland. Eine Gesamterfassung auf der Basis des Bundesländervereinsregisters. In: Weiss, Karin/ Thränhardt, Dietrich (Hg.): Selbsthilfe. Wie Migranten Netzwerke knüpfen und soziales Kapital schaffen. Freiburg im Breisgau: Lambertus. S. 221-244.
- Hunger, Uwe (2004): Wie können Migrantenselbstorganisationen den Integrationsprozess betreuen? Wissenschaftliches Gutachten im Auftrag des Sachverständigenrates für Zuwanderung und Integration des Bundesministeriums des Inneren der Bundesrepublik Deutschland.
- Jungk, Sabine (2005): Selbsthilfe-Förderung in Nordrhein-Westfalen. In: Weiss, Karin/ Thränhardt, Dietrich (Hg.): Selbsthilfe. Wie Migranten Netzwerke knüpfen und soziales Kapital schaffen. Freiburg im Breisgau: Lambertus. S. 135-155.
- Jungk, Sabine (2002): Politische und soziale Partizipation von Migrantinnen und Migranten und ihren Selbstorganisationen – Möglichkeiten der Mitwirkung, Inanspruchnahme und Chancen in Deutschland. Online unter: <http://navend.de/hat/ml/veranstaltungen/duesseldorf/jungk.htm>, gefunden am 01.08.2007
- Kamps, Klaus (2006): Regierung. Partei. Medien. Meinungsfindung in der ‚Mediengesellschaft‘. In: Kamps, Klaus/ Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): Regieren und Kommunikation. Meinungsbildung, Entscheidungsfindung und gouvernementales Kommunikationsmanagement – Trends, Vergleiche, Perspektiven. S. 110-138.
- Kaya, Ayhan (2003): »Scribo Ergo Sum«: Islamic Force und Berlin-Türken. In: Androutopoulos, Jannis (Hg.): HipHop: Globale Kultur – lokale Praktiken. Bielefeld: transcript. S. 246-269.
- Konradova, Nataša (2005): Obščestvennye dviženija v rossijskom internete (dt. Nonprofit-Organisationen (NGOs) im russischen Internet). Online unter: http://www.ruhr-uni-bochum.de/russcyb/library/texts/ru/konradova_move_ments.pdf, eingestellt am 05.11.2005.
- Kunze, Thomas/Beutel, Stefan (2006): Russland und seine Diaspora. Russische Landsleute im Ausland. Online unter: http://www.kas.de/proj/home/pub/49/1/year-2006/dokument_id-8854/index.html, gefunden am 08.08.2007.
- Meier-Schuegraf, Stefan (2006): Websites – Versuch einer (online)diskursorientierten Typologisierung. In: Androutopoulos, Jannis K./ Runkehl, Jens/ Schlobinski, Peter/ Siever, Thorsten (Hg.): Neuere Entwicklungen in der linguistischen Internetforschung. Georg Olms: Hildesheim u. a. S. 161-183.
- Migranten und Medien (2007): Ergebnisse einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. Online unter: <http://www.unternehmen.zdf.de/index.php?id=245&artid=241&backpid=244&cHash=7d6e8fe917/>, gefunden am 10.08.2007.
- Neuberger, Christoph (2004): Wandel der aktuellen Öffentlichkeit im Internet (Unter Mitarbeit von Kaletka, Christoph/Meyering, Daniel/Schlichting, Inga).
- Norris, Pippa (2006): Die Überzeugten überzeugen? Pluralismus, Partizipation und Parteien im Internet. In: Kamps, Klaus/ Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): Regieren und Kommunikation. Meinungsbildung, Entscheidungsfindung und gouvernementales Kommunikationsmanagement – Trends, Vergleiche, Perspektiven. S. 261-284.
- Pries, Ludger (2001): Migration und Integration in Zeiten der Transnationalisierung oder: warum braucht Deutschland eine Kulturrevolution? In: Zeitschrift für Migration und soziale Arbeit 1.

- Retterath, Hans-Werner (2006): Chancen der Koloniebildung im Integrationsprozess russlanddeutscher Aussiedler? In: Ipsen-Peitzmeier, Sabine/ Kaiser, Markus (Hg.): Zuhause fremd: Russlanddeutsche zwischen Russland und Deutschland. Bielefeld: transcript. S. 129-149.
- Şen, Faruk/ Hayrettin, Aydin (1999): Bestandsaufnahme der Potenziale und Strukturen von Selbstorganisationen von Migrantinnen und Migranten türkischer, kurdischer, bosnischer und maghrebischer Herkunft in Nordrhein-Westfalen. In: Ministerium für Arbeit, Soziales und Stadtentwicklung, Kultur und Sport (Hg.): Selbstorganisationen von Migrantinnen und Migranten in NRW. Wissenschaftliche Bestandsaufnahme. Düsseldorf. S. 75-127.
- Schlögel, Karl [2007]: Rußländische Emigranten nach 1917. In: Bade, Klaus J./Emmer, Pieter C./Lucassen, Leo/Oltmer, Jochen (Hg.): Enzyklopädie Migration in Europa vom 17. Jahrhundert bis zur Gegenwart. München/Paderborn (Im Druck).
- Strünck, Christoph (2006): Die hohe Kunst des Non-Agenda-Settings. Framing als Instrument politischer Kommunikation von Interessengruppen. In: Kamp, Klaus/ Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): Regieren und Kommunikation. Meinungsbildung, Entscheidungsfindung und gouvernementales Kommunikationsmanagement – Trends, Vergleiche, Perspektiven. S. 196-214.
- Schmidt, Henrike/Teubener, Katy (2006): Projekt-Ergebnisse. Auszüge aus dem Abschlussbericht. Online unter: <http://www.ruhr-uni-bochum.de/russ-cyb/library/texts/de/texte.htm>, gefunden am 10.05.2007.
- Schmidt, Henrike/Butwilowski, Georg/Teubener, Katy (2005): Vom Klub zum Massenmedium? Das russische Internet als Ort intellektueller Debatten und politischen Engagements. In: Kultura. Russland-Kulturanalysen, Oktober 1/2005. Forschungsstelle Osteuropa, Bremen.
- Vertovec, Steven (2005): The Political Importance of Diasporas. Online unter: <http://www.compas.ox.ac.uk/publications/papers/Steve%20Vertovec%20WP0513.pdf>.
- Vinogradov, Dmitry (2006): Das russische Internet: Insel der Meinungsfreiheit und Zivilgesellschaft. In: Russlandanalysen 118, <http://www.russlandanalysen.de>, gefunden am 05.05.2007.
- Welker, Martin/ Werner, Andreas/ Scholz, Joachim (2005): Online-Research. Markt- und Sozialforschung mit dem Internet. Dpunkt-Verlag: Heidelberg.
- Wüst, Andreas M. (2002): Wie wählen Neubürger? Politische Einstellungen und Wahlverhalten eingebürgerter Personen in Deutschland. Leske+Budrich: Opladen.
- Zemskaja, Elena A.. (2001): Jazyk ruskogo zarubež'ja: itogu i perspektivy (dt. Sprache des russischen Auslands: Ergebnisse und Perspektiven der Untersuchung). In: Russkij jazyk v naučnom osveščanii (dt. Russische Sprache in wissenschaftlicher Betrachtung) 1. S 114-131.
- Zimmer, Annette (2007): Vereine – Zivilgesellschaft konkret. Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden (unter Mitarbeit von Thorsten Hallmann und Lilian Schwab).