

Forumsbeiträge

Carola Richter, Martin Emmer und Marlene Kunst

Von Smartphones, Informationsnetzwerken und Misstrauen – Mediennutzung im Kontext von Flucht

Zusammenfassung

Der vorliegende Artikel basiert auf einer Befragung von 404 im Zeitraum 2015/16 nach Deutschland geflüchteten Personen und analysiert deren Mediennutzung in den Phasen vor, während und nach der Flucht. Es wird danach gefragt, wie und welche digitalen Medien Personen in diesen verschiedenen Fluchtphasen nutzen und woher prospektiv Flüchtende Informationen zu ihrem Zielland beziehen und diese einordnen. Die Ergebnisse kennzeichnen die Mediennutzung als eine vor allem digital mediatisierte interpersonale Kommunikation. Die Studie diskutiert die Ergebnisse vor dem Hintergrund von Überlegungen zu Informationsflüssen in migrantischen Netzwerken und zeigt die Potentiale, aber auch die damit verbundenen Risiken für die Orientierung von Geflüchteten auf.

Schlagnorte: digitale Medien, Internet, Smartphone, Flucht, Deutschland, Syrien, Irak, interpersonale Kommunikation, Informationen

Smartphones, Information Networks and Mistrust: Refugees and their Media Use

Abstract

This article is based on a survey of 404 people who fled to Germany in 2015/16. The study analyses their media use before, during and after flight. It focuses on how and which digital media refugees use in these different phases and where prospective refugees obtain information about the target country of their flight. The results show that their media use is characterized by interpersonal communication that is primarily digitally mediated. The study discusses the results against

the background of considerations on information flows in migrant networks and points out the potentials, but also the associated risks for the orientation of refugees.

Keywords: digital media, internet, smartphone, refugees, Germany, Syria, Iraq, interpersonal communication, information

1. Einleitung

Im Sommer 2015 war die Verwunderung in den deutschen Medien groß: Hilfesuchende Geflüchtete führen kaum mehr als ein paar Plastiktüten mit sich, in denen ihr Hab und Gut verstaut ist – halten aber zugleich ein Smartphone in der Hand (Meyer 2015; Stock/Özmen 2015). Dabei sind Mobiltelefone überall auf der Welt ein Gegenstand des alltäglichen Gebrauchs geworden, weshalb ihre Nutzung auch im Flucht Kontext nicht unwahrscheinlich ist. Uns interessierte, welche generellen Muster der Mediennutzung und insbesondere der Nutzung digitaler Medien sich im Kontext aktueller Fluchtbewegungen identifizieren lassen. Wir haben dazu im Frühjahr 2016 mehr als 400 nach Deutschland Geflüchtete zu ihrer Mediennutzung vor, während und nach der Flucht befragt, um so Schlussfolgerungen zu den Informationsrepertoires der Flüchtenden und der Kanäle der Informationsflüsse ziehen zu können.

In der Tat spielen digitale Medien – insbesondere Smartphones – eine besondere Rolle: Die Ergebnisse zeigen, dass Konnektivität durch digitale Medien für die überwältigende Mehrheit der Befragten essentiell ist. Smartphones sind jedoch in der Gesamtschau weniger ›Fluchthelfer‹ oder ›Lebensretter‹ wie anekdotische Berichte über die Kontaktaufnahme zu Schmugglern mittels Internet oder Geschichten über den lebensrettenden Telefonanruf aus dem sinkenden Boot suggerieren. Auch diese Fälle mag es geben. Unsere Ergebnisse zeigen jedoch, dass es vor allem die Möglichkeit des Verbundenseins mit Vorausgegangenen und Zurückgebliebenen ist, welche die Bedeutung digitaler Medien bei der Flucht ausmacht. Dies erscheint im Kontext von Netzwerktheorien zu Migration, die in der geographischen und soziologischen Migrationsforschung zu finden sind, nicht ungewöhnlich (vgl. de Haas 2010 für einen Überblick; Müller-Mahn 2000; Taha-Bascha & Panzer-Krause 2016). Prospektive Migrant*innen orientieren sich häufig an Vorausgegangenen, zu denen zumeist durch Verwandtschaftsverhältnisse bereits Bindungen bestehen. Migrant*innen-Netzwerke können demnach als eine Art soziales Kapital aufgefasst werden, um (leichter) Zugang zu Ressourcen zu bekommen bzw. Risiken und Kosten zu minimieren (de Haas 2010: 1590).

Von digitalen Medien als der konstituierenden Technologie der »Netzwerkgesellschaft« (Castells 2001) lässt sich in diesem Kontext annehmen, dass sie wesentliche Vermittlungskanäle für Informationsflüsse zwischen bereits Angekommenen und (prospektiv) Flüchtenden darstellen. Sie könnten also dazu dienen, sich bereits im Vorfeld adäquat über die Umstände der Flucht sowie die Gegebenheiten im Zielland zu informieren, um Unsicherheiten und unliebsame Überraschungen zu vermeiden. Uns interessierte daher

- 1) Wie und welche digitalen Medien nutzen Personen vor, während und nach der Flucht?
- 2) Woher beziehen prospektiv Flüchtende Informationen zu ihrem Zielland und wie ordnen sie diese ein?

Im Folgenden wird dazu zunächst der Forschungsstand gesichtet, danach das methodische Vorgehen dargelegt, ehe die Ergebnisse vorgestellt und anschließend diskutiert werden.

2. Forschungsstand

Bis zu unserer Erhebung 2016 gab es in Deutschland nur wenig Forschung zur Mediennutzung von Geflüchteten – auch in anderen europäischen Ländern war das Interesse bis dato gering. Erst im Zuge der aktuellen Flüchtlingsbewegungen nach Europa nahm auch das Interesse hierzulande zu. Selbst in nicht-europäischen traditionellen Hauptzielländern von Migration wie den USA oder Australien ist der Forschungsstand zur Nutzung von Medien durch Migrant*innen bisher beschränkt. Es liegen nichtsdestotrotz einige vereinzelte Studien vor, deren Befunde hier referiert werden sollen.

Die meisten der wenigen bisherigen Studien fokussieren auf die Postmigrationsphase und die Mediennutzung der Geflüchteten im Zielland (siehe nächster Abschnitt). Einige widmen sich aber auch der Transitphase bzw. der Phase, die Flüchtende als Interimsphase zwischen Flucht und Ankommen im Zielland betrachten. So haben beispielsweise di Giovanni (2013) und Wall et al. (2015) Geflüchtete in Lagern in Libanon bzw. Jordanien befragt. Sie beschreiben eine gefühlte *information precarity* bei den Flüchtenden, verursacht durch fehlenden Zugang zu Medientechnologien, aber auch durch das Gefühl, ständig Gerüchten und Fehlinformationen ausgesetzt zu sein und vom Staat oder anderen Instanzen überwacht zu werden (Wall et al. 2015: 2). Viele versuchen, diese prekären Zustände aufzuweichen, indem vor allem mit bereits bestehenden Netzwerken aus

Familie und Freunden mittels Mobiltelefonen Kontakt gehalten wird. Massenmedien, aber auch sozialen Netzwerken wie Facebook, wird laut diesen Studien dagegen wenig vertraut. Eine Studie der BBC Media Action (2016) hat in griechischen Lagern 66 Personen sowie weitere Fokusgruppen befragt und daraus Erkenntnisse über die Informationsbedürfnisse von Flüchtenden herauszuarbeiten versucht. Die Studie erörtert, dass die Flüchtenden vor allem aktuelle und zuverlässige Informationen suchten und frustriert darüber waren, dass sie diese von den dortigen einheimischen und internationalen Helfer*innen und Medien nicht erhalten konnten. Daraus resultiere eine große Orientierungslosigkeit.

Studien aus Australien, Frankreich oder Italien (Leung et al. 2009; Alam/Imran 2013; Gifford/Wilding 2013; Charmarkeh 2013; Harney 2013) geben Hinweise auf die Ambivalenzen von Medientechnologien im Alltag der Geflüchteten in der Postmigrationsphase. Harney (2013) betrachtet die Mobiltelefonnutzung von Migrant*innen und Asylbewerber*innen im italienischen Neapel. Smartphones werden dabei einerseits als wichtige Instrumente zur Unterstützung der Bewältigung des Alltags herausgestellt. Charmarkeh (2013) untersucht mit ethnografischen Methoden die prekäre Situation von somalischen Geflüchteten in Frankreich und nimmt deren Social-Media-Nutzung vor, während und nach der Flucht in den Blick. Charmarkeh (2013: 50) hebt explizit hervor: »Refugees know how to employ social media, contrary to prevailing clichés, because social media play a crucial role in their navigation of the migratory trajectories and also allow them to find a place where they feel accepted«. Darüber hinaus sind aber auch die Studien von Witteborn (2011; 2012; 2015) überaus relevant. Sie hat über einen Zeitraum von drei Jahren immer wieder in sogenannten Asylbewerberunterkünften in Deutschland Menschen besucht und deren Medienpraktiken beobachtet. Ihr Interesse bestand dabei darin, zu sehen, wie diese als *forced migrants* beschriebenen Personen sich eine spezifische Identität durch Selbstpräsentation in den digitalen Medien erarbeiten. Insbesondere das Spannungsfeld zwischen der als unbefriedigend empfundenen Situation in Deutschland und der häufig geschönten Selbstdarstellung gegenüber den Daheimgebliebenen, die zumeist von einer deutlichen Verbesserung der Lebensumstände ausgingen, hebt Witteborn als Kernbefund heraus (Witteborn 2015). Der beständige Kontakt über virtuelle Medien zu den Daheimgebliebenen erzeuge eine Art Ko-Präsenz, die zu einem gewissen sozialen Druck bei den Migrant*innen führe – und beispielsweise in die Vermittlung geschönter Bilder ihres Lebens münden können.

Auch neuere Studien, die sich insbesondere mit kürzlich geflohenen Menschen aus Syrien, Irak und Zentralasien beschäftigen, die nunmehr in Deutschland leben, stellen die Wichtigkeit des Smartphones für die Aufrechterhaltung von

Kontakten ins Heimatland heraus (Fiedler 2016, 2018). Gleichzeitig wird auch betont, dass Smartphones eine Integrations- oder zumindest eine Brückenfunktion ins Aufnahmeland haben können (Kutscher/Kreß 2015), beispielsweise durch Sprachlern-Apps. Fiedler, die 36 Tiefeninterviews mit syrischen Geflüchteten durchführte, ist eine der wenigen, die auch auf die Mediennutzung im Heimatland vor der Flucht schaut. Sie arbeitet heraus, dass die Befragten sich auf verschiedenen Wegen über die Situation im Land und im Zielland informierten, mithin also ein breites Repertoire an Informationsquellen aufwiesen. Nichtsdestotrotz wurden diese Quellen zumeist durch den Abgleich mit Informationen von persönlichen Kontakten bewertet (Fiedler 2016: 11–12).

Die bisherigen Studien stellen die Relevanz von digitalen Medien als Netzwerk- und Informationskanäle heraus, weisen aber zugleich auf die ambivalenten Effekte für das Gefühl der Informiertheit und auch die Güte der Informationsvermittlung mittels digitaler Medien hin. Für uns ergab sich deshalb aus der Sichtung des Forschungsstands die Überlegung, folgende Aspekte überprüfen und konkretisieren zu wollen:

- Wir möchten die Vielfalt der Funktionen von digitalen Medien für die Geflüchteten eruieren.
- Wir wollen die Veränderungen dieser Funktionen in verschiedenen Kontexten der Flucht (vor, während, danach) nachzeichnen.
- Wir möchten die Relevanz digitaler Medien als Teil der Informationsquellen im Abgleich mit anderen Medien einschätzen.

3. Methodik und Feldphase

Die bisherigen Studien haben vor allem mit qualitativen Befragungen und entsprechend kleinen Fallzahlen gearbeitet. Um über diese Befunde hinaus verallgemeinerbare Aussagen zur Mediennutzung von Geflüchteten treffen zu können, haben wir eine quantitative Befragung mit einem repräsentativen Sample der nach Deutschland Geflüchteten anvisiert. Entsprechend konzipierten wir die empirische Forschung wie folgt:

3.1 Stichprobenziehung

Die Befragung wurde vom 20. April bis 26. Mai 2016 in Berliner Notunterkünften durchgeführt. Da es weder eine Systematik für die Verteilung von Geflüchte-

ten nach Nationalitäten auf die einzelnen Bundesländer noch innerhalb Berlins einen Schlüssel zur Verteilung auf bestimmte Unterkünfte gab, konnte mit einer zufälligen Verteilung der Geflüchteten in den Notunterkünften gerechnet werden. Für die Stichprobenziehung in den Unterkünften haben wir auf ein Quotenverfahren zurückgegriffen, um auch auf dieser Stufe die Repräsentativität der Daten zu gewährleisten. Die Interviewer*innen sollten bei der Ansprache der Bewohner*innen Quoten nach Herkunftsland, Geschlecht und Alter berücksichtigen, die sich aus den vom Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF) veröffentlichten Daten über Erstanträge von Asylbewerber*innen für Januar bis Februar 2016 ergaben (s. Tabelle 1). Die Erfüllung dieser Quoten wurde während der Feldphase kontinuierlich kontrolliert.

2.1 Fragebogen und Durchführung

Der Fragebogen bestand aus insgesamt 145 Fragen, wobei aufgrund einer differenzierten Filterung die tatsächliche Anzahl an gestellten Fragen je nach individuellem Antwortverhalten deutlich geringer war. Es handelte sich überwiegend um standardisierte Fragetypen (z.B. Fragen mit Einfachantworten, Mehrfachantworten oder Likert-Skalen). Darüber hinaus wurden einige offene Fragen gestellt.

Der Fragebogen folgte einer Logik der umgekehrten Chronologie, die den Befragten helfen sollte, sich so gut wie möglich in die jeweils abgefragten Situationen hineinzusetzen: Zu Beginn wurde die aktuelle Situation der Geflüchteten in ihren Unterkünften in Berlin in den Blick genommen, anschließend die Kommunikation während der Flucht, darauffolgend der Umgang mit Medien im Heimatland. Der Fragebogen enthielt Blöcke mit Fragen zu unterschiedlichen Dimensionen:

- Erwartungen an und Vorstellungen von Deutschland und zur Situation im Heimatland
- Mediennutzung vor, während und nach der Flucht mit einem Schwerpunkt auf digitalen Medien
- grundlegende demographische Angaben

Technisch wurde der Fragebogen als Web-basierter Fragebogen umgesetzt, bei dem die Eingaben im Fragebogen durch die Interviewer*innen in Echtzeit elektronisch gespeichert wurden und unmittelbar nach Ende der Datenerhebung für die Auswertung zur Verfügung standen. Durch die elektronische Umsetzung war darüber hinaus eine sehr detaillierte Filterführung möglich, die den Befragten

unzutreffende Fragen (etwa nach der Häufigkeit der Handynutzung, obwohl sie gar kein Gerät besaßen) so weit wie möglich ersparte.

Insgesamt liegen der folgenden Auswertung 404 Interviews zu Grunde, die durchschnittlich jeweils 45 Minuten dauerten. Befragt wurden Personen ab 14 Jahren von muttersprachlichen Interviewer*innen in Arabisch, Farsi und Urdu.

3.3 Beschreibung der Stichprobe

Die Stichprobe besteht zu gut der Hälfte aus Syrer*innen (53,5%), etwa ein Viertel kommt aus dem Irak (23,8%), weitere 15,9% aus Afghanistan, Iran und Pakistan (Tabelle 1).

Tabelle 1: Vergleich zwischen unserer Stichprobe und der Verteilung der Geflüchteten in Deutschland nach Daten des BAMF

	Stichprobe		BAMF ¹
	%	(n)	% ²
Herkunftsland			
Syrien	53,5	(216)	64,5
Irak	23,8	(96)	17,7
Afghanistan	4,5	(18)	13,2
Iran	4,0	(16)	2,9
Pakistan	7,4	(30)	1,8
Sonstige	6,8	(28)	-
Altersgruppen			
14–17	3,2	(13)	3,7
18–24	34,9	(141)	36,0
25–29	20,8	(84)	21,0
30–34	14,9	(60)	14,3
35–39	10,1	(41)	9,4
40–44	6,7	(27)	6,0
45–49	3,7	(15)	4,2
50 und älter	5,7	(23)	5,5

	Stichprobe		BAMF ¹
	%	(n)	% ²
Geschlecht			
Männlich	84,3	(338)	71,1
Weiblich	15,7	(63)	28,9

Prozentuierungen auf Basis gültiger Fälle; kleinere Abweichungen in den Fallzahlen gehen auf fehlende Antworten zurück.

(1) Stand Januar und Februar 2016 (BAMF 2016).

(2) Zur besseren Vergleichbarkeit wurden nur die Daten des BAMF für die fünf relevantesten Herkunftsländer (z.B. ohne Balkanstaaten) herangezogen. Sie ergeben in dieser Tabelle somit 100%.

Laut dem Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF 2016) kamen 80,2% aller Asylbewerber*innen, die im Januar und Februar 2016 ihren Erstantrag in Deutschland stellten, aus den fünf Herkunftsländern Syrien, Irak, Afghanistan, Iran und Pakistan. Der etwas geringere Anteil der Menschen aus Afghanistan in unserer Stichprobe ist zum Teil sprachlichen Barrieren geschuldet, da wir keine Interviewerin für die Sprache Dari angeworben hatten. Der Großteil der Befragten war erst in den sechs Monaten vor Beginn der Feldphase nach Deutschland gekommen.

Unsere Stichprobe weist einen etwas geringeren Frauenanteil als die BAMF-Werte aus, was verschiedene Ursachen haben kann. So wurden trotz der Bemühungen der Interviewerinnen häufig Männer vorgeschickt, um Interviews zu geben.

3.4 Auswertung

Im Folgenden haben wir die Auswertung der Daten nach Herkunftsländern strukturiert, da dies für einen Vergleich von Gruppen die Variable war, die die signifikantesten Unterschiede hervorgebracht hat. Andere demographische Variablen wie Bildung, Geschlecht oder Alter haben häufig nur im Zusammenhang mit der Variable Herkunftsland Gruppenunterschiede erklären können. Um eine ausreichend große Grundlage für statistische Berechnungen zu haben, wurden die Befragten aus Afghanistan, Pakistan und Iran unter ›Zentralasien‹ zusammengefasst und Befragte, die nicht aus diesen Ländern oder Syrien oder Irak kamen, von

den weiteren Berechnungen ausgeschlossen.¹ Die hier vorgestellten Ergebnisse sind deskriptiver Art, für die jeweils die Signifikanz von Gruppenunterschieden mittels des so genannten Chi-Quadrat-Tests getestet wurde. Dieser prüft, ob Unterschiede zwischen den Ländergruppen auch ein zufälliges Ergebnis der Stichprobenziehung sein können. Nur im Falle eines statistisch signifikanten Ergebnisses (in diesem Fall ist die Wahrscheinlichkeit p dafür, dass die Unterschiede zufällig zustande gekommen sein können, kleiner als 5%) wird davon ausgegangen, dass in der Grundgesamtheit der Geflüchteten tatsächlich ein solcher Unterschied besteht, der inhaltlich interpretiert werden kann. Sollte ein Ergebnis das Signifikanzniveau von .05 verfehlen und die Interpretation deshalb unsicher sein, wird in den Grafiken darauf hingewiesen.

4. Ergebnisse

Unsere Ergebnisse zeigen eindrücklich: Digitale Medien sind für die meisten der Befragten tatsächlich ein wichtiger Begleiter in ihrem Alltag – sowohl vor als auch nach der Flucht und in geringerem Maße auch während der Flucht. Die Nutzung digitaler Medien ist dabei laut unseren Ergebnissen relativ unabhängig von Alter und Geschlecht, signifikante Unterschiede ergeben sich aber entlang der Herkunftsländer.

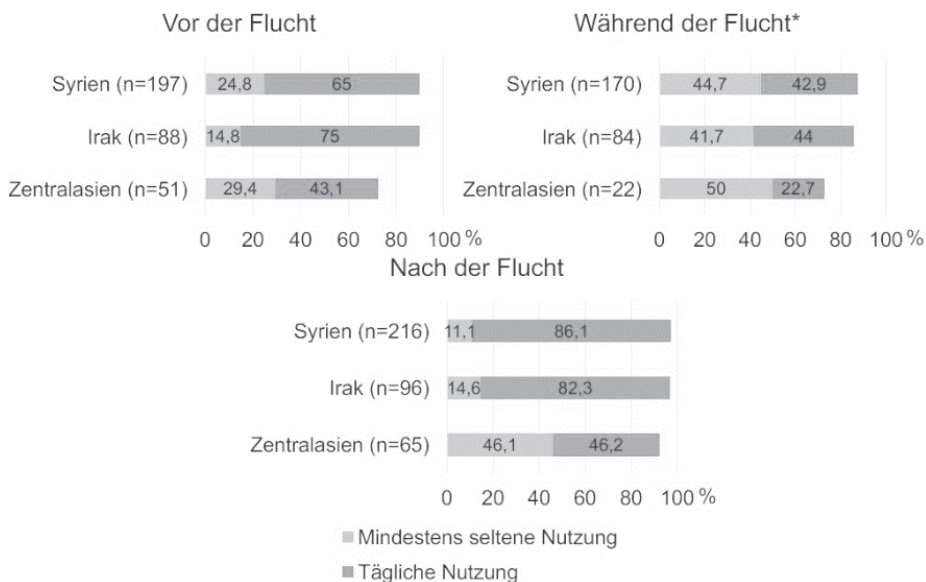
Insbesondere die Geflüchteten aus Syrien und Irak können als versierte Nutzer digitaler Medien eingestuft werden. Bereits in ihrem Heimatland vor der Flucht haben sie zu 75% (Iraker*innen) bzw. 65% (Syrer*innen) das Internet täglich genutzt (vgl. Abbildung 1).

Während der Flucht sinkt dieser Wert – insbesondere die mangelnde Verfügbarkeit von Internetverbindungen führte dazu, dass das Internet seltener genutzt wurde. Nach der Flucht, also nach Ankunft in Deutschland, wird das Internet noch wichtiger für die Befragten. Über 86% der Syrer*innen und 82% der Iraker*innen nutzen nun das Internet täglich. Bei den Personen aus Zentralasien ist die Anzahl derjenigen, die überhaupt ins Internet gehen, vor der Flucht und auch während der Flucht deutlich geringer als bei denen aus Irak oder Syrien. Nicht einmal die Hälfte von ihnen nutzte das Internet im Heimatland täglich. Eine deut-

1 Weitere Herkunftsländer von Befragten mit geringeren Fallzahlen waren Palästina, Ägypten, Jordanien, Libyen, Marokko, Algerien, Indien, Eritrea, Tschad und Somalia – diese wurden für die folgenden Erhebungen ausgeschlossen. Der den folgenden Ergebnissen zugrundeliegende Datensatz besteht also aus einer Grundgesamtheit von 377 Personen.

liche Zunahme der Nutzung des Internets ist erst nach der Ankunft in Deutschland zu verzeichnen.

Abbildung 1: Häufigkeit der Internetnutzung



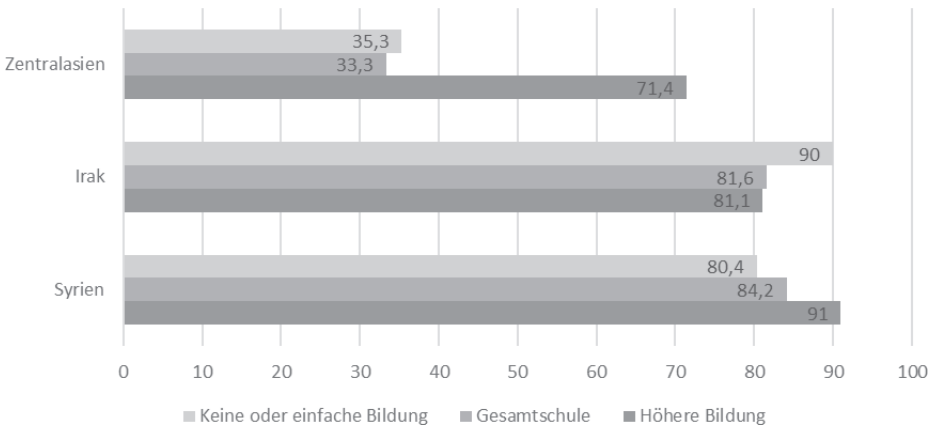
p < .5, Chi²-Test; * Unterschiede zwischen den Gruppen in dieser Phase der Flucht sind nicht signifikant.

Die Unterschiede in der Nutzung und Nutzungsintensität korrelieren teilweise mit dem Bildungsgrad (Abbildung 2). Während bei Syrer*innen und Iraker*innen das Internet quer durch alle Bildungsschichten annähernd gleich stark genutzt wird, zeigt sich bei den Geflüchteten aus Zentralasien ein deutlich signifikanter Unterschied zwischen höher gebildeten und wenig- oder ungebildeten Befragten.² Weniger Gebildete oder Ungebildete sind in dieser Herkunftsgruppe deutlich abgeschnittener von digitalen Medien.

Der Zugang zum Internet wird fast ausschließlich durch das Smartphone hergestellt. Wir haben auch nach Tablets, Laptops oder stationären Computern gefragt – diese spielten aber weder im Heimatland noch in Deutschland eine wichtige Rolle für den Zugang zum Internet.

2 Im Gesamtsample der Befragten gibt es aber keine wesentlichen Unterschiede bei der Verteilung der Bildungsniveaus zwischen den Gruppen.

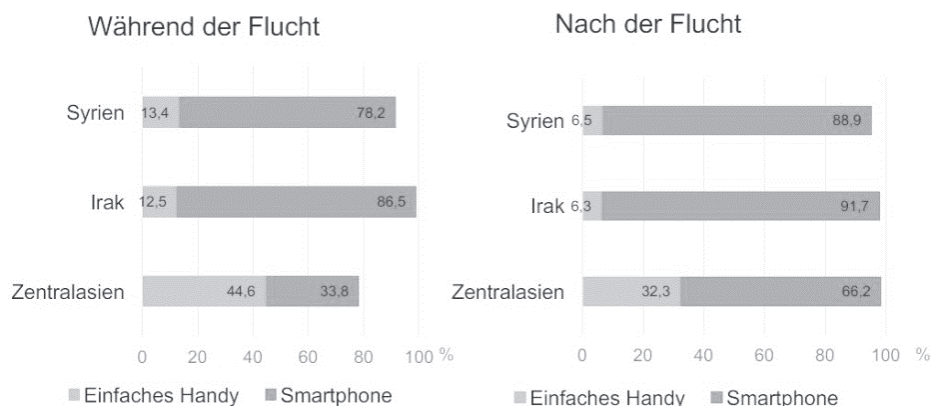
Abbildung 2: Tägliche Internetnutzung in Deutschland (in %) nach Bildung und Herkunftsland



Keine oder einfache Bildung = keine formale Bildung oder Primary School; *Gesamtschule* = Secondary School; *Höhere Bildung* = Berufsausbildung oder Universitätsabschluss.

Entsprechend war für die meisten Befragten, insbesondere aus Irak und Syrien, das Smartphone ein wichtiger Begleiter während der Flucht (vgl. Abbildung 3). Auch hier zeigt sich wieder ein signifikanter Unterschied zwischen Flüchtenden aus Irak und Syrien auf der einen und aus Zentralasien auf der anderen Seite: Die Personen aus Zentralasien nutzten einfache Mobiltelefone deutlich häufiger, und während der Flucht besaß nur ein Drittel von ihnen ein Smartphone. Ebenso zeigen sich aber auch die Veränderungen nach der Flucht: Im Zielland Deutschland besitzen nun auch zwei Drittel aller Befragten aus Zentralasien ein Smartphone. Wozu aber werden digitale Medien genutzt? Wir haben dazu mehrere Funktionen zur Auswahl gestellt, von denen sich die Befragten für die beiden meistgenutzten entscheiden sollten. Mit *Kommunikationsfunktion* zielten wir auf den Kontakt mit Freunden, Bekannten und Verwandten ab, mit *Informationsfunktion* fokussierten wir beispielsweise auf die Suche nach Nachrichten auf Websites, mit *praktischen Funktionen* auf die Nutzung von Services wie Geldüberweisungen oder Navigation und mit *Unterhaltungsfunktion* auf das Ansehen von Filmen, Musik oder Sport.

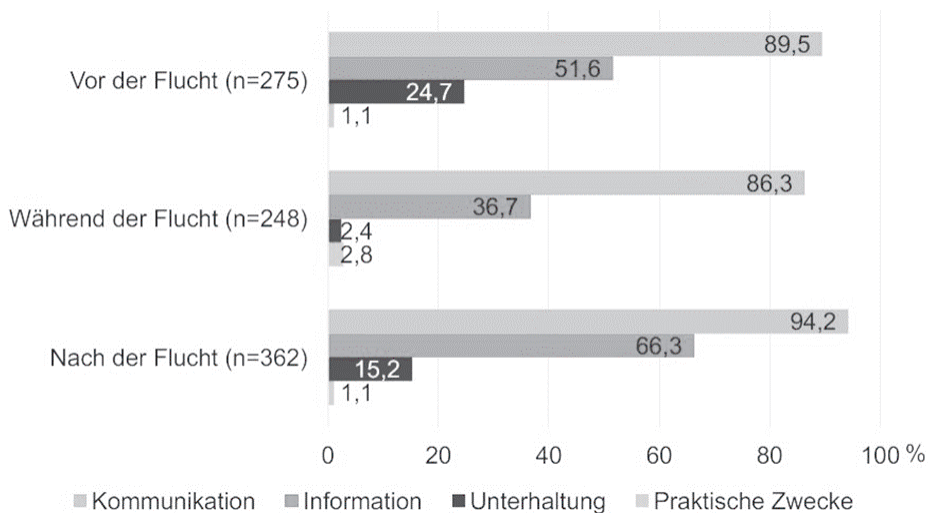
Abbildung 3: Mobiltelefonnutzung



$p < .5$, Chi²-Test

Syrien n = 216, Irak n = 96, Zentralasien n = 65

Abbildung 4: Meistgenutzte Funktionen des Internets

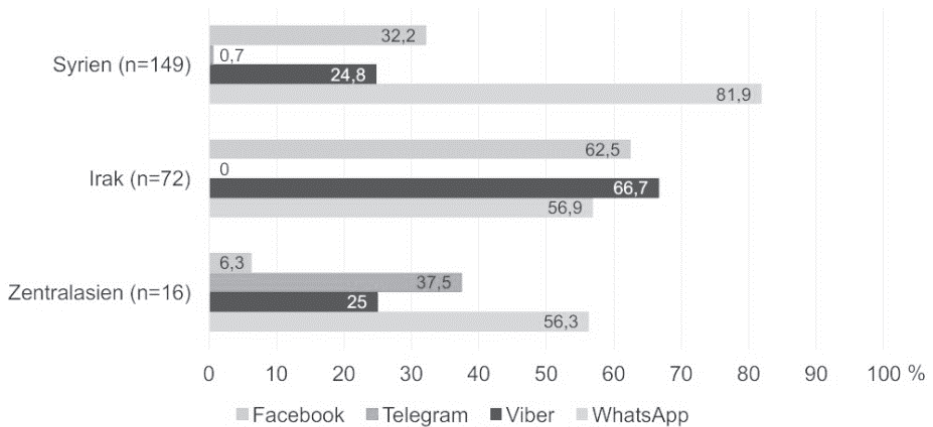


Generell lässt sich festhalten, dass insbesondere praktische Funktionen des Internets, aber auch die Informations- und die Unterhaltungsfunktion gegenüber der Kommunikationsfunktion weit zurückstehen (vgl. Abbildung 4). Die häufig in

Presseberichten hervorgehobenen praktischen Funktionen wie Navigation oder Geldüberweisungen wurden in der Gesamtschau von den Befragten nicht als das wesentliche Element der Nutzung digitaler Medien betont. Immerhin gaben zwar 29% der Syrer*innen und Iraker*innen an, auch einmal Google Maps zur Navigation genutzt zu haben, aber nur 9% der Personen aus Zentralasien. Die meisten Personen haben auch den in der Regel in Anspruch genommenen Schmuggler persönlich kontaktiert und nur in seltenen Fällen über das Internet oder per Handy. Die Konnotation des Handys als dezidiertem ›Fluchthelfer‹ lässt sich mit diesen Befunden jedenfalls nicht stützen.

Die Unterhaltungsfunktion rückt während der Flucht, in der der Internetzugang ein rares Gut ist, weit in den Hintergrund. Aber auch in Deutschland erreicht sie nicht mehr den Wert aus dem Heimatland und trotz der vielfach in Interviews beschriebenen Langeweile in den Unterkünften ist Unterhaltung mittels des Smartphones für die Befragten nicht besonders wichtig. Stattdessen holt die Informationsfunktion auf. In Deutschland ist es für die Befragten sicherlich auch wegen eines Mangels an Alternativen wie dem muttersprachlichen Fernsehen essentieller, sich über das Internet Informationen zu beschaffen. Nichtsdestotrotz bleibt die Kommunikation mit Angehörigen und Bekannten der zentrale Zweck der Internetnutzung – über alle Phasen der Flucht hinweg.

Abbildung 5: Nutzung von Apps und Social Media

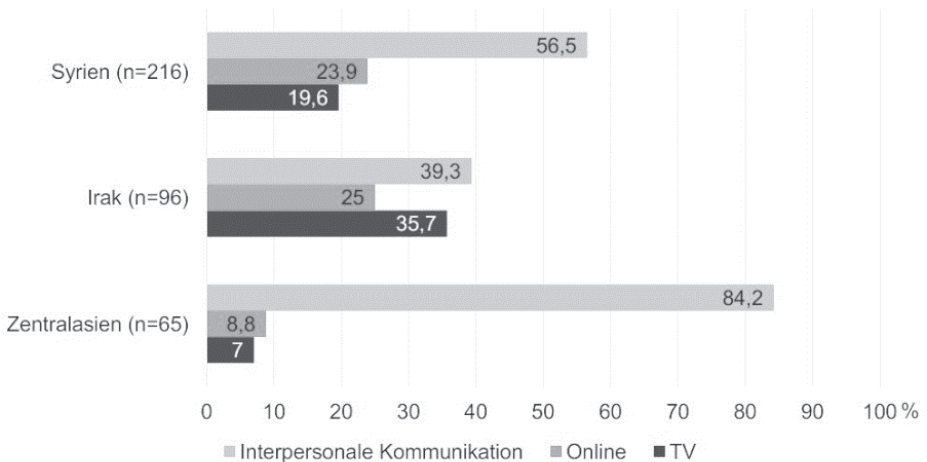


p < .5, Chi²-Test

Diese Dominanz der mediatisierten interpersonalen Kommunikation spiegelt sich auch in der Nutzung der verschiedenen Apps wider. Instant-Messaging-Dienste wie WhatsApp bzw. seine lokal präferierten Varianten wie Viber und Telegram führen die Rangliste an und sind weit wichtiger als Twitter. Mit Ausnahme der Iraker*innen spielt auch Facebook keine dominante Rolle (vgl. Abbildung 5). Generell ist zu vermuten, dass auch bei der Facebook-Nutzung vor allem die Messenger-Funktion relevant ist.

Daher wird deutlich, dass digitale Medien für Flüchtende eine Verbindung zu Vorausgegangenen und Zurückgebliebenen ermöglichen sollen und mithin transnational verfügbare Kanäle für interpersonale Kommunikation darstellen. Es sind also die ausgeweiteten Möglichkeiten der interpersonalen Kommunikation, die die Nutzung digitaler Medien so relevant machen. Denn auch online verfügbare Informationen, beispielsweise aus sozialen Medien, werden nicht per se als glaubwürdiger eingestuft als solche aus anderen Medien. Wir fragten, welchen Medienquellen bei fluchtrelevanten Informationen vertraut werde (vgl. Abbildung 6).

Abbildung 6: Vertrauen in Medienquellen



p < .5, Chi²-Test

Tabelle 2: Nutzung von Medienangeboten im Heimatland oder im zwischenzeitlichen Aufenthaltsland

Medium	Syrien (n=197) ¹		Irak (n=88) ¹		Zentralasien (n=51) ¹	
	%	(n)	%	(n)	%	(n)
Radio²	55,3	(109)	61,4	(54)	41,2	(21)
<i>Radio: Internationale Sender²</i>	23,9	(47)	31,8	(28)	19,6	(10)
<i>Radio: Deutsche Welle²</i>	7,6	(15)	21,6	(19)	5,9	(3)
TV²	90,4	(178)	92,0	(81)	90,2	(46)
<i>TV: Internationale Sender²</i>	51,3	(101)	59,1	(52)	52,9	(27)
<i>TV: Deutsche Welle²</i>	14,2	(28)	34,1	(30)	17,6	(9)
Printmedien²	37,6	(74)	40,9	(36)	54,9	(28)
Internet	89,8	(177)	89,8	(79)	72,5	(37)

(1) Befragte, die ihre Heimat verlassen hatten, ohne sich zuvor konkret für die Flucht nach Deutschland entschieden zu haben und auch nicht mindestens drei Monate in einem zwischenzeitlichen Aufenthaltsland verbracht haben, sind aus dieser Analyse ausgeschlossen.

(2) Der Chi-Quadrat-Test verfehlt in diesen Kategorien entweder das erforderliche Signifikanzniveau oder liefert aufgrund zu geringer Fallzahlen ein unzuverlässiges Ergebnis, weshalb die Unterschiede zwischen den Ländern nicht sinnvoll interpretiert werden können.

Es besteht ein geringes Vertrauen in Online-Quellen, die im Falle der Iraker*innen sogar hinter die Glaubwürdigkeit des Fernsehens zurückfiel. In diesen Antworten spiegeln sich nicht zuletzt Spezifika der jeweiligen Mediensysteme wider, in denen die Geflüchteten sozialisiert sind, und damit nationale Unterschiede. So lässt sich mit Blick auf den Irak nämlich durchaus von einem pluralistischen Mediensystem mit einer Vielzahl an Fernsehsendern sprechen, denen entsprechend eine glaubwürdige Vermittlung von Informationen zugetraut wird (vgl. Wollenberg et al. 2017). Generell gibt es in der arabischen Region mit transnationalen Fernsehsendern wie al-Jazeera, aber auch BBC Arabic oder DW-Arabic eine Vielzahl an audiovisuellen Alternativen zum Staatsfernsehen (vgl. Richter/El Difraoui 2015), was den vergleichsweise hohen Wert des Vertrauens der Syrer*innen in das Fernsehen erklären könnte. Die Befragten insbesondere aus Iran sind dagegen vor allem mit sehr eindimensionalen Staatssendern vertraut, was erklären könnte, warum sie Informationen aus dem Fernsehen für wenig glaubwürdig halten. Generell überwiegt in allen Herkunftsgruppen das Vertrauen in die Informationen von anderen Menschen, sei es im direkten Gespräch oder

vermittelt durch digitale Medien. Allerdings nutzen etliche Befragte eine Vielzahl an Informationsressourcen und versuchen, die jeweils aus unterschiedlichen Quellen gewonnenen Informationen miteinander abzugleichen. Die in Tabelle 2 aufgeführte (mindestens seltene) Nutzung verschiedener Medien in den Heimatländern zeigt, dass die Befragten insbesondere das Fernsehen noch stärker als das Internet genutzt haben und dabei durchaus auch internationale Sender eine Rolle spielten.

5. Diskussion

Im Kontext der Überlegungen, dass Netzwerke in Fluchtprozessen relevant sind und deshalb auch digitale Medien als Netzwerktechnologien bedeutend sein müssten, wollten wir erörtern, wie Menschen auf der Flucht digitale Medien nutzen, auf welche Weise dies geschieht und woher prospektiv Flüchtlinge Informationen beziehen. Im Hinblick auf den ersten Teil der Fragestellung ist klar geworden, dass Internetnutzung vor allem eine zwar digital mediatisierte, aber dennoch eine vorrangig interpersonale Kommunikation bleibt. Außerdem verändert sich die Relevanz, die der digitalen Kommunikation zugebilligt wird, in den verschiedenen Kontexten vor, während und nach der Flucht. Im Hinblick auf den zweiten Teil der Frage zeigt sich, dass beim Sammeln von Informationen Internetplattformen nicht zwingend mehr Vertrauen genießen als andere Medien. Im Folgenden sollen diese drei Befunde kurz diskutiert und im Fazit offene Fragen für die weitere Forschung abgeleitet werden.

5.1 Internet = digital mediatisierte interpersonale Kommunikation

Die Zugangsmöglichkeit zum Internet dient vor allem dem Aufrechterhalten von persönlichen Kontakten, die unerlässlich sind, um die Flucht und die Situation im Zielland zu meistern. Im Transitkontext selbst mag das Smartphone vor allem praktischen Fragen gelten oder dazu dienen, unmittelbar ein Lebenszeichen zu versenden. Im Postmigrationskontext jedoch, so zeigen auch unsere Ergebnisse deutlich, ist die Kommunikation mit Freunden und Familie essentiell. Die primär genutzten Services und Apps sind allesamt Instant-Messaging-Dienste, die es ermöglichen, in verschiedenen Gruppen oder mit Einzelpersonen die eigenen Bedürfnisse zu justieren und zwischen Erwartungshaltungen und eigenen Ansprüchen permanent navigieren zu können (siehe auch Witteborn 2015). Dies mag es mit sich bringen, dass ein unrealistisches Bild aus dem Zielland an Daheimgebliebene vermittelt wird, aber es ermöglicht das, was wir im Zeitalter des Web 2.0 als

soziales Netzwerken beschreiben: die Möglichkeit der Interaktion mit anderen Menschen – auch im transnationalen Kontext – und damit das Gefühl der Selbstermächtigung. Für Geflüchtete ist Internetzugang und die Nutzung des Smartphones also kein ›Zeitvertreib‹, sondern ein notwendiges Instrument, das soziale Teilhabe zumindest suggeriert und im Idealfall auch unterstützen kann.

5.2 Unterschiedliche Mediennutzung im Flucht- und Ankommenskotext

Die Orientierungsfunktion, die konstitutiv für Medien ist, spielt im Fluchtgenauso wie im Ankommenskotext eine große Rolle für die Geflüchteten. Allerdings steigt offensichtlich der Bedarf an und die Suche nach verlässlichen Informationen im Zielland. Es werden signifikant mehr Smartphones genutzt als vor oder während der Flucht, es wird häufiger im Internet gesurft und die Informationsfunktion wird deutlich höher gewichtet als vorher. Besonders der massive Anstieg der Smartphone- und Internetnutzung bei Geflüchteten aus Zentralasien ist eindrücklich. Ist Unterhaltung noch eine wesentliche Motivation für die Internetnutzung vor der Flucht, so ist das Smartphone im Zielland vor allem ein Hilfsmittel für die Orientierung. Während aber Geflüchtete aus Syrien und Irak tendenziell als *digital natives* angesehen werden können, die im Umgang mit dem Smartphone recht versiert sind, so scheinen insbesondere weniger gebildete Geflüchtete aus Zentralasien eine Stärkung der digitalen Medienkompetenz zu benötigen – gerade um auch die zahlreichen Hilfsangebote und Service-Seiten im Internet besser finden und nutzen zu können.

5.3 Mediennutzung und Vertrauen

Zwar ist die Nutzung digitaler Medien intensiv, aber das Vertrauen in die verschiedenen Angebote schwankt enorm. Besonders Geflüchtete aus Irak und Syrien suchten in ihren Heimatländern nach Informationen aus einer breiten Palette an Quellen – dazu gehörten das nahezu tägliche Fernsehen gefolgt von der Nutzung des Internets. Den über die Medien vermittelten Informationen wird aber nur bedingt vertraut – dies gilt auch und gerade für Informationen, die im Internet zirkulieren. Am höchsten ist das Vertrauen in Medienquellen unter den Befragten, die ein relativ plurales Mediensystem kennengelernt haben. Gerade wenn Medien durch autoritäre Staaten wie in Iran instrumentalisiert werden, wird eher bestimmten Mitmenschen und nicht Informationen aus den Medien vertraut. Dies sollte aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass auch Massenmedien im Informationsre-

pertoire von Geflüchteten eine wichtige Rolle spielen und sie mit dem notwendigen Wissen über den Hintergrund der entsprechenden Medien ihre Schlüsse aus den erhaltenen Informationen zu ziehen wissen (so zum Beispiel Wollenberg et al. 2017 zum irakischen Fall). Gerade transnational verfügbare Medien in den Muttersprachen der Geflüchteten sind eine wesentliche Informationsquelle.

Hieraus ergeben sich wichtige Ansatzpunkte für deutsche Medieninstitutionen, die vor 2015 dazu tendierten, fremdsprachige Angebote aus ihren Programmen zu entfernen, mit dem Argument, dass dies der (sprachlichen) Integration in Deutschland schaden würde (Horz 2014). Im Zuge der aktuellen massiven Flüchtlingsmigration hat sich diese Haltung allerdings verändert und eine Vielzahl an fremdsprachigen Formaten (insbesondere in Arabisch) wurde in den Programmen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (beispielsweise *WDR for you*) oder auch durch private Initiativen (beispielsweise *Marhaba* auf n-tv oder das *Refugee Radio Network*) oder im Bürgerfunk (beispielsweise *Alex Berlin*) etabliert. Es ist aber wichtig, die Geflüchteten nicht nur auf die verschiedenen Formate aufmerksam zu machen, sondern auch generell über die Struktur und vergleichsweise höhere Autonomie des deutschen Mediensystems aufzuklären, um tatsächlich Vertrauen in die dort vermittelten Informationen schaffen zu können.

6. Fazit

Digitale Medien fügen sich offensichtlich sehr gut in den Netzwerkcharakter von Migration ein – und verstärken diesen Charakter durch ihre technologischen Möglichkeiten wiederum. Nach den Ergebnissen unserer Studie nutzen insbesondere die mit digitalen Technologien vertrauten jungen Menschen aus Syrien und dem Irak ihre Smartphones, um mit Vorausgegangenen und Daheimgebliebenen in Verbindung zu bleiben und über diese Wege Informationen zu bekommen. Informationen aus diesen Netzwerken wird deutlich mehr vertraut als den über traditionelle Massenmedien oder Websites vermittelten Informationen.

Für die weitere Forschung ergibt sich hieraus der Bedarf, noch konkreter zu erfahren, welche Informationen mittels dieser Kanäle prozessiert und wie Informationen in ihrem transnationalen Transfer bewertet und eingeordnet werden. Gerade die so entstehenden Bilder vom Zielland und der erwarteten Lebenssituation dort können problematisch sein. So deuten unsere Ergebnisse bereits an, dass Informationsflüsse durch die Netzwerke positive Vorstellungen vom Zielland entstehen lassen, die zunächst bestärkend sind und die physischen und psychologischen Strapazen der Flucht ertragbar machen – im Abgleich mit dem dann Erleb-

ten aber neu bewertet werden. Die Orientierungsfunktion, die Medien bietet, kann also in Netzwerkkontexten und verstärkt durch digitale Kanäle entsprechend der politischen und Medienkompetenz der Flüchtenden zu einem Fluch oder Segen werden.

Literatur

- Alam, Khorshed/Imran, Sophia (2015), The Digital Divide and Social Inclusion among Refugee Migrants: A Case in Regional Australia, *Information Technology & People*, 28 (2), 344–365.
- BBC Media Action (2016), *Voices of Refugees. Information and Communication Needs of Refugees in Greece and Germany*, <http://downloads.bbc.co.uk/media/action/pdf/research/voices-of-refugees-research-report.pdf>, 18.8.2017.
- Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF) (2016), *Aktuelle Zahlen zu Asyl*, http://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Downloads/Infothek/Statistik/Asyl/aktuelle-zahlen-zu-asyl-februar-2016.pdf?__blob=publicationFile, 18.8.2017.
- Castells, Manuel (2001), *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft*, Opladen.
- Charmarkeh, Houssein (2013), Social Media Usage, Tahriib (Migration), and Settlement among Somali Refugees in France, *Refuge*, 29 (1), 43–52.
- de Haas, Hein (2010), The Internal Dynamics of Migration Processes: A Theoretical Inquiry, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 36 (10), 1587–1617.
- di Giovanni, Janine (2013), Lost: Syrian Refugees and the Information Gap, *Internews*, November, https://www.internews.org/sites/default/files/resources/Internews_Lost_SyriaReport_Nov_2013_web.pdf, 18.8.2017.
- Fiedler, Anke (2016), Information to go: Kommunikation im Prozess der Migration am Beispiel syrischer und irakischer Flüchtlinge auf ihrem Weg nach Deutschland, *Global Media Journal – German Edition*, 6 (1), https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00035504/GMJ11_Fiedler.pdf, 18.8.2017.
- Fiedler, Anke (2018), The Gap between here and there: Communication and Information Processes in the Migration Context of Syrian and Iraqi Refugees on their Way to Germany, *International Communication Gazette*, 1–19.
- Gifford, Sandra M./Wilding, Raelene (2013), Digital Escapes? ICTs, Settlement and Belonging among Karen Youth in Melbourne, Australia, *Journal of Refugee Studies*, 26 (4), 558–575.

- Harney, Nicholas (2013), Precarity, Affect and Problem Solving with Mobile Phones by Asylum Seekers, Refugees and Migrants in Naples, Italy, *Journal of Refugee Studies*, 26 (4), 542–556.
- Horz, Christine (2014), *Medien – Migration – Partizipation. Eine Studie am Beispiel iranischer Fernsehproduktion im Offenen Kanal*, Bielefeld.
- Kutscher, Nadia/Kreß, Lisa-Marie (2015), »Internet ist gleich mit Essen«. *Empirische Studie zur Nutzung digitaler Medien durch unbegleitete minderjährige Flüchtlinge*, Deutsches Kinderhilfswerk/Universität Vechta, https://images.dkh.w.de/fileadmin/Redaktion/1.1_Startseite/3_Nachrichten/Studie_Fluechtlingskinder-digitale_Medien/Studie_Fluechtlingskinder_und_digitale_Medien_Zusammenfassung.pdf, 18.8.2017.
- Leung, Linda/Lamb, Cath Finney/Emrys, Liz (2009), *Technology's Refuge. The Use of Technology by Asylum Seekers and Refugees*, Sydney.
- Meyer, Christoph (2015), Handys sind für Flüchtlinge kein Luxus, *Süddeutsche Zeitung*, 11.8.2015, <http://www.sueddeutsche.de/panorama/vorurteile-warum-handys-fuer-fluechtlinge-kein-luxusartikel-sind-1.2603717>, 18.8.2017.
- Müller-Mahn, Detlef (2000), Ein ägyptisches Dorf in Paris. Eine empirische Fallstudie zur Süd-Nord-Migration am Beispiel ägyptischer ›Sans-Papiers‹ in Frankreich, *IMIS-Beiträge* 15, 79–110.
- Richter, Carola/El-Difraoui, Asiem (2015), *Arabische Medien*, Konstanz.
- Stock, Jonathan/Özmen, Emin (2015), »Ich bin da«, *Der Spiegel*, 53, 52–61.
- Taha Basch, Hevin/Panzer-Krause, Sabine (2016), Auf der Flucht! Die Bedeutung persönlicher Netzwerke für den Wanderungsprozess syrischer Flüchtlinge nach Deutschland, *Hildesheimer Geographische Studien* Bd. 6, 1–15.
- Wall, Melissa/Campbell, Madeline O./Janbek, Dana (2015), Syrian Refugees and Information Precarity. *new media & society*, 1–15.
- Witteborn, Saskia (2011), Constructing the Forced Migrant and the Politics of Space and Placemaking, *Journal of Communication*, 61 (6), 1142–1160.
- Witteborn, Saskia (2012), Forced Migrants, New Media Practices, and the Creation of Locality, in: Volkmer, Ingrid (Hrsg.), *The Handbook of Global Media Research*, Malden, 312–330.
- Witteborn, Saskia (2015), Becoming (Im)Perceptible: Forced Migrants and Virtual Practice. *Journal of Refugee Studies*, 28 (3), 350–367.
- Wollenberg, Anja/El-Richani, Sarah/Jekta, Maral (2017), In Defense of the Iraqi Media – Between Fueling Conflict and Healthy Pluralism, *Global Media Journal – German Edition*, 7 (1), https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00038862/GMJ13_Wollenberg_Richani_Jekta_final.pdf, 18.8.2017.

AutorInnen:

Carola Richter, Prof. Dr., Martin Emmer, Prof. Dr. und Marlene Kunst, M.A., Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Freie Universität Berlin

Dialog der Disziplinen in der Flüchtlingsforschung



Interdisziplinäre Flüchtlingsforschung

Schlüsselthemen eines neuen Feldes

Herausgegeben von Dr. Marcel Berlinghoff
und Dr. J. Olaf Kleist

2019, ca. 350 S., brosch., ca. 59,- €

ISBN 978-3-8487-4580-7

eISBN 978-3-8452-8831-4

Erscheint ca. Mai 2019

nomos-shop.de/31011

Der Disziplinen übergreifende Dialog ist Voraussetzung und Herausforderung der Flüchtlingsforschung. Das Buch diskutiert fünf Schlüsselthemen des Forschungsfeldes aus jeweils unterschiedlichen disziplinären Perspektiven, um zusammen ein komplexeres Verständnis von Flucht und Flüchtlingen zu präsentieren.

