



universität
wien

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Migration, Facebook und Integration“

Verfasst von / submitted by

Claudia Pires de Castro

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Magistra der Philosophie (Mag. Phil.)

Wien, June 2019 / Vienna June 2019

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Magisterstudium Publizistik und
Kommunikationswissenschaften

Betreut von / Supervisor:

Mag. DDr. Julia Wippersberg

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, Juni 2019.

Claudia Pires de Castro

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich all den lieben Menschen danken, die mich ganz besonders in meinem Magisterstudium, immer unterstützt haben.

Mein besonderer Dank gilt meiner Familie: meinem Mann Sergio und meinen Kindern Cauê und Morena, die mich immer in all meinen Entscheidungen unterstützt hat. Muito obrigada meus queridos, für ihre außerordentliche Unterstützung, ohne die ich nie so weit gekommen wäre.

Ich möchte mich auch bei Privatdozentin Mag. DDr. Julia Wippersberg bedanken, die mich seit Anfang an mit wertvollen Tipps und Anregungen auf meinem Weg, trotz meiner Sprachschwierigkeiten, begleitet hat. Herzlich Dank, Frau Professorin.

Weiters möchte ich mich bei meiner Freundin, Regina, bedanken, die jederzeit bereit war sich meinen "Uni-Kummer" anzuhören und mir zu helfen. Herzlich Dank, Regina.

Nicht zuletzt bedanke ich mich bei den AdministratorInnen der Facebook-Gruppen, die mich angenommen haben, und bei meinen ForschungsteilnehmerInnen, die sich die Zeit nahmen, um mir bei meiner Forschung zu helfen. Ohne euch wäre diese Magisterarbeit nicht entstanden.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Art der Informationen und wer die Informationen anzeigen kann - Quelle: Facebook	18
Abbildung 2: Typologie der politischen Partizipation - angepasst von Teorell et al. 2007, S: 341	26
Abbildung 3: Migrationstheorien definiert durch Analyse Ansätze – Quelle: Hagen-Zanker, 2008, S: 5.....	42
Abbildung 4: Kausalkette Framework für Social Media Forschung angepasst von Ngai et al., 2015, S: 40.....	45
Abbildung 5: Akkulturationsstrategien für ethnocultural groups und larger society – Quelle: Esser, 2005, S: 705	53
Abbildung 6: Items aus der SCAS - Quelle: Ward & Kennedy (1999) - S: 663	56
Abbildung 7: Informationsbedarf von MigrantInnen nach Khoir, Du & Koronios, 2014, S: 285	62
Abbildung 8: Musterverteilung der Befragten - Quelle: Eigene Darstellung.....	96
Abbildung 9: Facebook GruppeXTeilnehmerzahl in 12/2/19 - Quelle: Eigene Darstellung.	100
Abbildung 10: BRV1 - Quelle: Facebook / Eigene Darstellung	105
Abbildung 11: BRV2 - Quelle: Facebook / Eigene Darstellung	105
Abbildung 12: Gruppe Umfrage 2018 - Quelle: Eigene Darstellung	106
Abbildung 13: Kategorie, Unterkategorie und Codes - Quelle: Eigene Darstellung.....	113
Abbildung 14: Aktivitätszahl / Arten von Partizipation / Beschreibung der Partizipation - Quelle: Eigene Darstellung.....	117
Abbildung 15: Posten Subkategorien - Aktivitätszahl / Arten von Partizipation / Beschreibung der Partizipation - Quelle: Eigene Darstellung.....	118
Abbildung 16: Häufigkeiten Arten von Partizipation - Quelle: Eigene Darstellung.....	119
Abbildung 17: Genres der Personen X Beiträge - Quelle: Eigene Darstellung.....	120
Abbildung 18: Arten von Partizipation nach Gender - Quelle: Eigene Darstellung	120
Abbildung 19: Gruppenstatistiken Arbeit - Quelle: Eigene Darstellung.....	128
Abbildung 20: Test bei unabhängigen Stichproben - Quelle: Eigene Darstellung.....	128
Abbildung 21: Gruppenstatistiken Studieren - Quelle: Eigene Darstellung.....	128
Abbildung 22: Test bei unabhängigen Stichproben 2 - Quelle: Eigene Darstellung.....	129
Abbildung 23: Korrelationen - Quelle: Eigene Darstellung	130
Abbildung 24: Korrelationen - Quelle: Eigene Darstellung	133
Abbildung 25: Vorurteile / Haltung gegenüber MigrantInnen - Quelle: Eigene Darstellung .	134
Abbildung 26: als MigrantInnen gelobt werden - Quelle: Eigene Darstellung	135
Abbildung 27: Hauptmerkmale der SNS User Type der Brandtzaeg & Heim - Quelle: Eigene Darstellung	139
Abbildung 28: Klassifizierung SNC-Benutzertyp -Quelle: Eigene Darstellung	140
Abbildung 29: Vertrauen - two-step Cluster - Quelle: Eigene Darstellung.....	141
Abbildung 30: Civic participation - two-step Cluster - Quelle: Eigene Darstellung.....	143
Abbildung 31: politischer Partizipation - two-step Cluster - Quelle: Eigene Darstellung	144

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Forschungsstand	2
3. Begriffserklärungen.....	15
3.1. Vom Internet zur Typologie der SNS-Benutzer.....	15
3.2. Von der Migration zur Integration:	20
3.3. Die drei Elementen des Sozialkapitals: Vertrauen, Bürgerbeteiligung und politische Partizipation:.....	22
3.3.1. Soziales Vertrauen und Bürgerbeteiligung nach Putnams.....	23
3.3.2. Politische Partizipation nach Teorell, Torcal, & Montero	24
4. Theoretische Einbettung	27
4.1. Soziales Kapital.....	27
4.1.1. Soziales Kapital nach Pierre Bourdieu	29
4.1.2. Soziales Kapital nach Robert Putnam.....	34
4.1.3. Soziales Kapital als Theorie in der Migration	40
4.1.4. Soziales Kapital in der Social-Media Forschung.....	43
4.2. Integration	46
4.2.1. Das Assimilationsmodell nach Esser	47
4.2.2. Das Akkulturationsmodell nach Berry.....	51
4.2.3. Die SCAS - Sociocultural Adaptation Scale nach Ward und Kennedy.	54
5. Forschungsdesign.....	58
5.1. Forschungsfragen, Hypothesen, Variablen und Ausprägungen	58
5.2. Operationalisierung	72
5.2.1. Der qualitative Sozialforschungs-Teil	73
5.2.1.1. Die Operationalisierung - Hypothesen H.3 und H.4	73
5.2.2. Der quantitative Sozialforschungs-Teil	74
5.2.2.1. Die Operationalisierung - Hypothesen H.1 und H.2	74
5.2.2.2. Die Operationalisierung - Hypothese H.5.	79
5.2.2.3. Die Operationalisierung - Hypothese H.6.	83
5.2.2.4. Die Operationalisierung - Hypothesen H.7., H.8. und H.9.....	85
5.3. Methode.....	92
5.3.1. Die Methoden: quantitative, quantitative Methoden und die kombinierte bzw. mixed Methode	92

5.3.2.	Methodologische Wahl	94
5.3.3.	Stichproben, Stichprobenahmeverfahren und Beschreibung der Stichproben.....	95
5.3.4.	Erhebungsinstrument	96
5.3.4.1.	Der Fragenbogen	96
5.3.4.2.	Inhaltsanalyse	97
5.3.5.	Datenanalyse-Techniken.....	97
5.3.6.	Pretest.....	98
6.	Ergebnisse.....	99
6.1.	Der qualitative Sozialforschungs-Teil.....	99
6.1.1.	Nethnographische Aspekte:	99
6.1.1.1.	Gruppe: Brasileiros felizes em Viena – Áustria	100
6.1.1.2.	Gruppe: Brasileiros em Viena	103
6.1.1.3.	Nethnographische Zusammenfassung	107
6.1.2.	Angebote von Arten von Informationen	108
6.1.3.	Arten von Partizipation	117
6.1.4.	Beantworten der Forschungsfragen der qualitative Forschungs-Teil ..	121
6.1.4.1.	FF.2: Forschungsfrage 2	121
6.1.4.2.	FF.3.: Forschungsfrage 3	122
6.2.	Der quantitative Sozialforschungs-Teil.....	123
6.2.1.	Überblick.....	123
6.2.2.	Erhebungsinstrumente.....	124
6.2.3.	Erfassung der daten.....	126
6.2.4.	Datenanalyse	126
6.2.5.	Empirische Auswertung.....	126
6.2.5.1.	FF.1.: Forschungsfrage 1:.....	126
6.2.5.2.	FF.4.: Forschungsfrage 4:.....	131
6.2.5.3.	FF.5.: Forschungsfrage 5:.....	137
7.	Diskussion und Ausblick.....	146
8.	Quellenverzeichnis / Literaturverzeichnis.....	149
9.	Anhang.....	158
9.1.	Posts	158
9.2.	Kategorienschema	165
9.3.	Fragebogen - Deutsch.....	188

9.4.	Fragebogen - Portugisisch.....	197
9.5.	Word Cloud.....	207
9.6.	Abstract - Deutsch.....	208
9.7.	Abstract - English.....	209

1. Einleitung

Ich hatte die besondere Gelegenheit, eine Migrantin in verschiedenen Ländern Europas zu sein und MigrantInnen-Lebensstile zu verschiedenen Zeitpunkten zu erleben – mit und ohne Internet.

Der Unterschied zwischen meinen Erfahrungen als Migrantin - mit und ohne Internet - war enorm, wobei der Unterschied mit dem Aufkommen von sozialen Netzwerken noch größer wurde.

Mir ist klar, dass die Online-Kommunikation meine Erfahrungen als Migrantin grundlegend verändert hat. Durch diese Erfahrungen wuchs für mich das Interesse, den Gebrauch von sozialen Medien durch brasilianische Migranten und Migrantinnen zu untersuchen.

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit folgender Fragestellung: wie wurden soziale Medien verwendet - insbesondere Facebook - um solidarische Netzwerke aufzubauen und Informationen zwischen den brasilianischen Migranten und Migrantinnen, die in Österreich leben, zu vermitteln.

Das Ziel dieser Arbeit ist es herauszufinden welchen Nutzen die Mitglieder von geschlossenen Facebook-Gruppen „Brasileiros em Viena“ und „Brasileiros felizes em Viena – Áustria“ haben, insbesondere hinsichtlich einer besseren Integration.

Die Ergebnisse dieser Forschung können einerseits für die österreichische Regierung von Interesse sein, um „public policies“ zur Integration und Bildung von Ausländern und Ausländerinnen aufzustellen und somit auch ein multikulturelles Zusammenleben zu fördern. Andererseits können die Ergebnisse auch allen Ausländerinnen und Ausländern, die in Österreich leben zu Gute kommen, weil sie von möglichen „public policies“ profitieren könnten und sie eine bessere Integration in der österreichischen Gesellschaft erleben.

2. Forschungsstand

Der Forschungsstand trug dazu bei, Arbeiten zu überprüfen, die sich mit den Themen soziale Netzwerke, Migration und Integration beschäftigen und auch bei diesen Themen Einschränkungen zu machen. Die ausgewählten Beiträge halfen beim Aufbau des Forschungsprojekts sowie beim methodischen Aufbau.

Die Recherche des Forschungsstands dieser Arbeit wurde von Oktober 2018 bis Januar 2019 in mehreren Datenbanken durchgeführt, wie z.B.: Uni Wien Universitätsbibliothek, Elsevier Inc., Sage Journals, Google Scholar, Taylor and Francis Group, Academia.edu, usw. Die folgenden Schlüsselwörter wurden mit Querverweisen verwendet: soziale Netzwerke, Facebook, Internet, Migration, MigrantInnen, AusländerInnen, Integration, soziale Anpassung, soziales Kapital, brasilianische. Aus diesen Schlüsselwörtern erhält man mehrere Ergebnisse, die in 21 relevanten Diskussionen für die Forschung dargestellt werden.

In Bezug auf Integration bieten 2 Artikel interessante Beiträge: Huddleston, Tjaden & Callier (2012) und Simic-Yamashita & Tanaka (2010).

Huddleston, Tjaden & Callier (2012) brachten eine Studie, im Zeitraum von Oktober 2011 bis Januar 2012, mit 7.473 MigrantInnen der ersten Generation in sieben europäischen Ländern hervor. In dieser Studie wurde geprüft, ob die Integrationspolitik den Hoffnungen und den Bedürfnissen dieser MigrantInnen entsprach. Die Ergebnisse zeigten: Themen, die für MigrantInnen wichtig sind: rechtliche Integration; nationale Politiken und Prozeduren für MigrantInnen und ihre lokale Umsetzung; eine dauerhafte MigrantIn oder BürgerIn zu sein, beeinflusst das Leben MigrantInnen; gezielte Integrationspolitik ist nur einer von vielen Faktoren in den Bereichen der sozialen Integration; die Probleme, mit denen MigrantInnen konfrontiert sind und die Art und Weise ihrer Teilnahme hängt stark von ihrem jeweiligen nationalen und lokalen Kontext ab.

Der Artikel von Simic-Yamashita & Tanaka (2010) untersuchte die Struktur der "Sociocultural Adaptation Scale" für internationale Studierenden in Japan und den Einfluss von Herkunft und die Kompetenz der japanischen Sprache auf die soziokulturelle Anpassung. Das Endergebnis war eine Studie mit 198 Fragebögen, die

für internationale StudentInnen von zwei Universitäten in Japan ausgefüllt wurden. Diese Studie offenbart drei Komponenten: academic (bestehen aus Elementen, die sich auf das Universitätsleben beziehen), survival (Elemente, die sich auf die Organisation des täglichen Lebens beziehen) und interpersonal adaptation (soziale Anpassung / Verhaltensanpassung).

Das Ergebnis der Forschung sind einige wichtige Aspekte: Ostasiaten eignen sich am besten für „survival“ und „academic“, was wahrscheinlich damit erklärt werden kann, dass die Nationen, die zu dieser Gruppe gehören, kulturell die meisten Ähnlichkeiten mit Japan haben. Die Gruppe mit der höchsten "interpersonal" Anpassung waren die Europäer. Dies kann auf einige Faktoren zurückgeführt werden: geringe Erfordernis an die japanische Sprache für Westler und die Europäer gehören zu den sogenannten individualistischen Kulturen. Es besteht ein positiver Zusammenhang mit der Kommunikationskompetenz in der Sprache des Gastlandes und der Anpassung.

Der Artikel von Borkert, Cingolani, & Premazzi, (2009) liefert eine Momentaufnahme des Forschungsstandes in Europa zu Information Communication Technology (ICT) und Migrationen durch eine Untersuchung von über 150 Veröffentlichungen zu ICT und Migration. Darüber hinaus wurde eine Umfrage mit mehr als 500 Personen durchgeführt, um aktuelle Forschungsprojekte zu verfolgen und europäische Experten für ICT und Migration zu ermitteln. Infolgedessen wurde festgestellt, dass die aktuelle Forschung zu ICT und Migration von einem expliziteren Fokus profitiert, wie z. B.: der Benutzeranalyse; Analyse der Auswirkungen neuer Technologien auf den Migrations- und Integrationsprozess und die damit verbundenen Politiken; Ausarbeitung weiterer theoretischer Ansätze; systematische vergleichende Forschung in Europa durchführen würde.

Die recherchierten Artikel bringen 8 wichtige Erkenntnisse zur Integration, Internet und zu sozialen Netzwerken hervor. Die Artikel sind u.a. von: Tsai (2006), Komito (2011), Sawyer & Chen (2012), McGregor & Siegel (2013), Sandel (2014), Croucher & Rahmani (2015), Alencar (2018), Phillimore, Humphris & Khan (2014).

In seiner Studie darüber, wie Computertechnologie die Anpassung von Migrantenfamilien an das Leben in den USA beeinflusste, forschte Tsai (2006)

zwischen 1998 und 2000. Die Daten wurden von 13 Eltern und 16 Kindern aus neun taiwanesischen Migrantenfamilien, durch ein halbstrukturiertes Interview und einen Fragebogen erhoben. "Narrative Analysis" wurde mit Interviewdaten gemacht. Studienergebnisse sagen Folgendes aus:

- Die Computertechnologie bot neue berufliche Möglichkeiten und Strategien zur Überwindung der durch Umsiedlung geschaffenen Hindernisse und Stress.
- Der Internetzugang hat die Anpassung dieser Teilnehmerfamilien erheblich erleichtert.
- Die Computertechnologie fördert die Anpassung von Migrantenfamilien und lindert Stress bei der Neuansiedlung, einschließlich Informationen über ihre Gesundheit und Gesundheitsfürsorge.

Komito (2011) untersuchte, in einem zweijährigen Forschungsprojekt, die Nutzung neuer sozialer Medien durch zwei Migrantengruppen in Irland (Polen und Filipinos), ihre Auswirkungen auf zerstreute Gemeinschaften und ihre Relevanz für Migrations- und Integrationsprozesse. Der Interview-Plan enthielt 66 Fragen, die aufgezeichnet und transkribiert wurden. Einige interessante Ergebnisse der Studie sind:

- Neue soziale Medien ermöglichen es MigrantInnen, mit Menschen aus ihrer Heimatstadt und anderen MigrantInnen in Kontakt bleiben und gibt ihnen das Gefühl, immer noch am Leben ihrer Freunde teilzunehmen.
- Soziale Medien ermöglichen eine gemeinsame Erfahrung, die ein gemeinsames Engagement und eine gemeinsame Identität als vernünftige Merkmale einer Gemeinschaft unterstützt.
- Es gibt kaum Hinweise darauf, dass diese Technologien verwendet werden, um die Integration in die Aufnahmegesellschaft zu erleichtern.
- Social Media ermöglicht starke Bindungen und „bonding“ Kapital. Für MigrantInnen deutet dies auf eine neue Manifestation virtueller Gemeinschaften hin.

- Die erste Welle von Internetanwendungen hat dazu beitragen, persönliche Netzwerke auszubauen und „bridging“ Kapital aufzubauen. Die zweite Welle von SNS-Anwendungen verbessert und unterstützt „communities“ und trägt zum „bonding“ Kapital bei.
- Es ist noch zu früh, um die Auswirkungen sozialer Medien auf den Migrationsprozess einzuschätzen. Es gibt jedoch bereits Anzeichen dafür, dass die Auswirkungen von Social Media-Praktiken auf Migrationsprozesse erheblich sein werden.
- Die meisten Menschen fühlen sich in einer digitalen Welt wohl und nutzen jede beliebige Technologie, um den Kontakt zu MitbürgerInnen zu pflegen aber SNSs sind jedoch nicht die einzigen (oder wichtigsten) Kommunikationstechnologien, die verwendet werden, obwohl sie für die meisten MigrantenInnen relevant sind.
- Neue Technologien werden eingesetzt, um das soziale Leben zu koordinieren, den Kontakt zu Freunden und Beziehungen zu pflegen, um Informationen zu erhalten und soziale Kontakte zu pflegen.

Sawyer & Chen (2012) befragten zehn internationale Studenten an einer Universität in den USA, die die Erfahrung hatten, sich an das Leben an der Universität anzupassen. Die Interviews sollten zeigen, wie SchülerInnen soziale Medien nutzen, um sich an das Leben in den USA anzupassen und Verbindungen zu ihren Heimatländern zu pflegen. Einige wichtige Ergebnisse dieser Studie sind:

- Die Suche nach „connections“ auf SNSs wirkt sich auf die interkulturelle Anpassung aus. Menschen stärken, bauen und pflegen Beziehungen über soziale Medien, sowohl in den Herkunftsländern als auch im Gastland. Die „connections“ und Beziehungen sind wichtig, um die Herausforderungen der Anpassung zu überwinden und ein Gemeinschaftsgefühl zu schaffen.
- Social Media beeinflusst die interkulturelle Anpassung. SNS dienen dazu, sich mit dem „American Way of Life“ vertraut zu machen und Stereotype zu erkennen.
- Social Media bietet Zugang zu Informationen aus verschiedenen Blickwinkeln, wodurch MigrantInnen ein breiteres Weltbild schaffen.

- Social Media hat dazu beigetragen, dass Gemeinschaftsgefühl sowohl in der neuen Kultur als auch im Herkunftsland zu beeinflussen
- Es gibt einen Zusammenhang zwischen der Aufenthaltsdauer, in der die Menschen schon in den USA lebten und dem Ausmaß der Nutzung sozialer Medien. Neuankömmlinge nutzen mehr soziale Medien als Menschen, die schon länger in diesem fremden Land sind.
- Der Begriff „Freund“ kann im Cyberspace mehrdeutig betrachtet werden.

Der Artikel von McGregor & Siegel (2013) führt eine systematische Überprüfung der Forschung zu Migration und sozialen Medien in vier Schlüsselbereichen durch: 1) die Nutzung sozialer Medien, um Migration auf positive und negative Weise auszulösen und zu erleichtern; 2) die Rolle der sozialen Medien und der Integration von MigrantInnen; 3) die Verwendung von Social Media beim Engagement in der Diaspora und 4) den Einsatz von Social Media bei der Durchführung von Migrationsforschung. Einige interessante Punkte, die von den Autoren angesprochen wurden, sind:

- Migration ist von Natur aus ein multidisziplinärer Bereich.
- Soziale Medien erleichtern bei der Migration die soziale Bindung zwischen Individuen.
- Soziale Medien können MigrantInnennetzwerke transformieren und so die Migration durch vier Schlüsselfunktionen erleichtern: (1) durch die Stärkung der kräftigen Bindung zu Familie und Freunden; (2) durch die Schaffung schwacher Bindungen zu Individuen, die den Migrationsprozess (und die Integration) unterstützen können; (3) durch Schaffung eines Netzwerks latenter Bindungen; und (4) durch die Schaffung einer reichen Quelle für "Insiderwissen" über Migration.
- Die potenzielle Rolle der ICT für neu angekommene MigrantInnen bei der Überwindung des Isolationsgefühls: 1) Bereitstellung von Informationen; (2) die Nutzung des kulturellen Erbes der MigrantInnen sowie die kulturellen Praktiken des Ziellandes ermöglichen; 3) Lern- und Ausbildungsmöglichkeiten bieten und 4) die Integration junger MigrantInnen in Schulen fördern.

- Kommunikationstechnologien können auch von MigrantInnen genutzt werden, die staatliche finanzielle Unterstützung für kulturelle Aktivitäten suchen.
- Web 2.0 hat die Diasporagemeinschaften beeinflusst mit: 1) der Entwicklung von Websites, die bei Nicht-IT-Experten hergestellt wurden, 2) SNSs bot Gelegenheiten für MigrantInnengemeinschaften, sich online zu organisieren.

Diese Studie von Sandel (2014) hat den Zweck zu verstehen, wie internationale Studierende sich in der Facebook-Ära im fremden Land anpassen. Sandel kam durch 23 ausführliche Interviews mit amerikanischen und internationalen StudentInnen, die an einem Auslandsstudienprogramm teilnehmen oder an einem solchen teilgenommen hatten, zu folgenden Ergebnissen:

- Alle StudentInnen nutzen die Online-Kommunikation regelmäßig und routinemäßig, und diese Technologien werden zur Kommunikation mit Gastgebern, Familienangehörigen und Freunden verwendet.
- Facebook wurde häufiger für die Kommunikation mit Freunden verwendet, während Skype für die Familien und engen Freunde bevorzugt wurde.
- Nutzungsunterschiede ergaben sich aufgrund: 1) der Kosten (z.B. hohe Handykosten in Europa) 2) der staatlichen Beschränkungen (z.B. chinesische Studenten in den USA verwendeten weiterhin die chinesischen Plattformen wie, Renren und QQ).
- Studenten beschrieben informative und emotionale Aktivitäten, die mit den Funktionen des Bridging and Bonding der Theorie des Sozialkapitals korrespondieren. Bridging Aktivitäten passierten häufiger mit Freunden oder Gastgebern, Emotionen und Beziehungsaktivitäten – Bonding - passierte mit Familienangehörigen oder engeren Freunden.
- Die Studierenden bemerkten auch technische und relationale Probleme bei der Online-Kommunikation.
- Heutige Studierende, die an internationalen Programmen und Studienprogrammen im Ausland teilnehmen, passen sich psychologisch und soziokulturell an.

Mithilfe einer Längsschnittuntersuchung analysieren Croucher & Rahmani (2015) die Rolle von Facebook bei der kulturellen Anpassung muslimischer MigrantInnen in den USA. Insgesamt 379 der ersten Generationen muslimischer MigrantInnen, die in den USA leben, haben zwei Phasen der Studie (2006 und 2012) abgeschlossen. Die TeilnehmerInnen wurden zu zwei verschiedenen Zeitpunkten innerhalb eines Zeitraums von sechs Jahren, nach der Nutzung von Facebook, der Motivation für kulturelle Anpassung und der USA Wahrnehmung befragt. Die Ergebnisse dieser Studie zeigen, dass unter MuslimInnen in den USA, die muslimischen MigrantInnen in den USA zwischen 2006 und 2012, die Facebook mehr für die soziale Interaktion mit der Ingroup verwendeten, weniger dazu motiviert waren, sich kulturell an die dominante Kultur der USA anzupassen. Außerdem hatten diese MigrantInnen eher eine negative Wahrnehmung der USA-dominanten Kultur, da ihre Facebook-Nutzung zunahm.

Alencar (2018) präsentiert eine qualitative Studie mit Flüchtlingen aus Syrien, Eritrea und Afghanistan, um die Verwendung und Zwecke sozialer Medien in den verschiedenen Bereichen der Flüchtlingsintegration in den Niederlanden zu untersuchen. Die Ergebnisse zeigen, dass Social-Media-Netzwerke vor allem für die TeilnehmerInnen von Flüchtlingen relevant waren, um Sprach- und Kulturkompetenzen sowie „bonding“ und „bridging“ soziales Kapital zu erwerben. Die Ergebnisse zeigen, dass Social-Media-Netzwerke vor allem für Flüchtlinge relevant waren, um Sprach- und Kulturkompetenzen zu erwerben; um soziale und emotionale Unterstützung von Familie und Freunden in ihrem Heimatland zu erhalten; und beide um soziales Kapital - bonding und bridging - aufzubauen. Ein weiteres wichtiges Ergebnis betrifft die Regierung, der Aufnahmegesellschaft und der Vertretung der Flüchtlingsakteure bei der Bestimmung der Art und Weise, wie Flüchtlinge soziale Medien erleben. Dies bedeutet, dass die niederländische Integrationspolitik und die positive Einstellung der Aufnahmegesellschaft gegenüber Flüchtlingen die Verwendung von sozialen Medien von MigrantInnen zum Lernen der Sprache und Überbrückung mit Mitgliedern der neuen Gruppe erklären.

In der Studie von Phillimore, Humphris & Khan (2014) wurden 29 MigrantInnen interviewt, die alle weniger als zwei Jahre in Großbritannien lebten. Die wichtigsten Ergebnisse dieser Interviews sind:

Die MigrantInnen, die mit dem Begriff vertraut sind, Integration als eine Reihe von Prozessen feststellen, die zu einer Kombination von Werden und Zugehörigkeit beitragen, wie: Sprachkenntnisse zu erlernen, die Funktionsweise von Institutionen zu verstehen, ihr Wissen über die britische Kultur zu erweitern und eine Beschäftigung zu finden. Der Aufbau breiter und tiefer Netze ist ein Schlüsselement des Integrationsprozesses. MigrantInnen erkennen an, dass Netzwerke der Hauptzugang zu jenen Ressourcen sind, die sie zur Integration benötigen.

Die Netzwerksarten hängen von der Migrationsroute ab. ZwangsmigrantInnen waren stärker auf organisierte Netzwerke angewiesen, denen die Tiefe affektiver Netzwerke fehlte. Die Mehrheit der Befragten baute ihre Netzwerke im Laufe der Zeit aus, um neue Personen einzubeziehen, insbesondere Menschen der gleichen Religion und andere MigrantInnen. Netzwerke haben sich geändert. Einige anfängliche Verbindungen wurden unterbrochen und andere wurden tiefer und liebevoller.

Der Bedarf an Integrationsressourcen hat sich im Laufe der Zeit entwickelt. Anfangs mussten sich MigrantInnen in einem neuen Land an eine neue Kultur orientieren ohne die affektiven Gründungsnetzwerke – MigrantInnen erfuhren eindeutig Desorientierung und Isolation. Im Laufe der Zeit ermöglichten formelle Organisationen den Zugang zu umfassenderen Ressourcen wie Englischkurse, Freiwilligenaktivitäten und Unterstützung bei der Arbeitssuche. Einige Befragte bezeichneten Netzwerke jedoch als etwas Negatives.

MigrantInnen schätzten weitreichende Netzwerke und erkannten, dass diese Netzwerke eine wertvolle Ressource für die Integration waren. Das Vertrauen der MigrantInnen in die Netzwerke war sehr groß. Obwohl MigrantInnen oft über weitreichende Netzwerke verfügten, befanden sich in diesen Netzwerken fast nie „britische“ Menschen, jedoch suchten die MigrantInnen nach solchen Verbindungen.

Brandtzaeg (2011) behandelt die Typologie der SNS-Benutzer. Die Daten wurden mit Hilfe eines Online-Fragebogens über einen Zeitraum von drei Wochen zu vier der

beliebtesten SNS in Norwegen erhoben. Eine Analyse der Umfragedaten von 5.233 Befragten ergab, dass es fünf verschiedene Nutzertypen gibt: sporadics, lurkers, socialisers, debaters und actives.

Die Artikel von Ellison, Steinfield, & Lampe (2007); Ryan, Sales, Tilki & Siara (2008); Ellison, Steinfield & Lampe (2011); Stefanone, Kwon & Lackaff, (2012); Sabatini & Sarracino (2014); Láštíková (2014) enthalten wichtige Informationen zu social Media und sozialem Kapital.

Die Studie von Ellison, Steinfield, & Lampe (2007) untersucht die Beziehung zwischen der Nutzung von Facebook und die Formation und Instandhaltung des sozialen Kapitals. Dabei wird nicht nur "bonding" und „bridging“ des sozialen Kapitals untersucht, sondern auch die Dimension des sozialen Kapitals, die die Verbindung zu Mitgliedern einer zuvor bewohnten Gemeinde aufrechterhält (maintained social capital). Durch eine Online-Befragung von 286 Studierenden wird die Schlussfolgerung gezogen, dass ein starker Zusammenhang zwischen der Nutzung von Facebook und den drei Arten von sozialem Kapital besteht, wobei die stärkste Beziehung das „bridging“ soziale Kapital ist. Darüber hinaus wurde festgestellt, dass die Nutzung von Facebook mit Maßnahmen zur Messung des psychischen Wohlbefindens interagiert, was darauf schließen lässt, dass die Nutzung von NutzerInnen, die ein geringes Selbstwertgefühl und eine geringe Lebenszufriedenheit aufweisen, größere Vorteile bringen kann.

Bei einer Studie über polnische MigrantInnen in London weisen Ryan, Sales, Tilki & Siara (2008) darauf hin, dass die Konzentration auf soziales Kapital in lokalen Gemeinschaften und Stadtvierteln die Dynamik, die Vielfalt und die räumliche Verteilung von sozialen Netzwerken von MigrantInnen nicht erfasst. Ein wichtiges Ergebnis der Forschung und die Tatsache, dass die Verbindung zwischen „bonding and bridging“ sozialen Kapitals vielfältig und komplex ist. Einige Menschen konnten breitere und vielfältigere Freundeskreise, häufig andere MigrantInnen, aufbauen, die als horizontale Brücken bezeichnet werden können. Andere mit einem hohen Maß an kulturellem Kapital (Qualifikationen und Sprachkenntnisse) konnten ihre bestehenden dichten Verbindungen besser aufbauen, um eine Reihe schwacher horizontaler und vertikaler Bindungen aufzubauen.

In der Studie von Ellison, Steinfield & Lampe (2011) wurde der Zusammenhang zwischen verschiedenen Facebook-Verbindungsstrategien und sozialem Kapital untersucht. Die 450 TeilnehmerInnen der Umfrage stammten aus einer Zufallsstichprobe von Bachelor-StudentInnen. Die Umfrage ergab zwei wichtige Informationen:

- Nur Verhaltensweisen, die nach sozialer Information suchen, tragen zur Wahrnehmung des Sozialkapitals bei. Verbindungsstrategien, die sich auf Fremde oder enge Freunde konzentrieren, tun dies nicht.
- Wenn Sie mehr „actual friends“ auf der Website melden, können sie soziales Kapital vorhersagen, jedoch nur bis zu einem bestimmten Punkt.

Die Autoren glauben, dass die Erklärung für diese Erkenntnisse möglicherweise darin besteht, dass die Identitätsinformationen in Facebook als soziales Schmiermittel dienen, und Menschen ermutigen latente Bindungen in schwache Bindungen umzuwandeln und ermöglichen es ihnen, Supportanfragen oder Informationen zu senden.

Um die Beziehung zwischen Anfragen nach instrumenteller Hilfe über Facebook, den Beziehungseigenschaften zwischen AbsenderInnen und EmpfängerInnen von Anfragen und einer effektiven und verkündeten Unterstützung zu testen, entwickelte Stefanone, Kwon & Lackaff, D. (2012) eine Studie, in der 49 TeilnehmerInnen 588 Hilfsanfragen an ihre Facebook-FreundInnen richten, um die Erreichbarkeit von Netzwerkressourcen und sozialem Kapital online zu bestimmen. Es wurde festgestellt, dass fast 80% dieser bescheidenen Anträge unbeantwortet blieben, und die Wahrnehmung von „bridging“ und „bonding“ Kapital erklärte die Unterstützung nicht. Am meisten profitierten jedoch die Menschen, die gesellschaftliche angesehene Position innehatten, von der Hilfe ihrer Freunde. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass expansiv vermittelte Netzwerke begrenzte instrumentelle Vorteile bringen können.

Sabatini & Sarracino, F. (2014) untersuchten, ob Online-Netzwerke zwei Dimensionen des sozialen Kapitals unterstützen oder zerstören können: Vertrauen und Soziabilität. Detaillierte Informationen zur Nutzung des Internets - mit besonderem Augenmerk auf die Teilnahme an Online-Netzwerken - und die verschiedenen Dimensionen des Sozialkapitals wurden über die Multipurpose Survey on Households (MHS) -Daten, die

vom Italian National Institute of Statistics (Istat) bereitgestellt. Die Autoren schlussfolgerten, dass die Teilnahme an SNSs wie Facebook und Twitter die Interaktion von Angesicht zu Angesicht positiv beeinflusst. Das soziale Vertrauen nimmt jedoch mit Online-Interaktionen ab. Die Autoren argumentieren auch, dass die zunehmende Praxis der Hassrede eine entscheidende Rolle bei der Zerstörung von Vertrauen spielen kann.

In dem Artikel von Lášticová (2014) wird untersucht, wie slowakische MigrantInnen die neuen Medien nutzen, um soziales Kapital in Großbritannien aufzubauen und soziales Kapital im Herkunftsland zu erhalten. Es stützt sich auf zwei Datenquellen:

1. Inhaltsanalyse der wichtigsten Facebook-Seite für TschechInnen und SlowakInnen, die in Großbritannien leben: „Tschechen und Slowaken in Großbritannien“.
2. Daten einer Pilotstudie mit 36 slowakischen MigrantInnen, die derzeit in Großbritannien leben oder kürzlich gelebt haben. In den semi-strukturierten Face-to-Face-Interviews wurden allgemeine Erfahrungen mit der Migration nach Großbritannien untersucht, wobei der Schwerpunkt auf der Nutzung neuer Medien sowie auf sozialem Kapital und Netzwerken lag.

Die Daten deuten darauf hin, dass Facebook eher zum Teilen von Emotionen als zum Aufbau einer Community und zum Austausch praktischer Informationen verwendet wird. Während Facebook und Skype verwendet werden, um bereits bestehende enge Bindungen im Herkunftsland aufrechtzuerhalten, werden persönliche Kontakte und Mobiltelefone dazu verwendet, die Beziehungen innerhalb des Vereinigtes Königreich aufrechtzuerhalten. Die TeilnehmerInnen scheinen die Existenz der digitalen Kluft nicht zu erkennen und denken, dass die Nutzung neuer Medien für alle MigrantInnen weit verbreitet ist.

Schließlich waren die Forschungen von da Silveira Junior (2012), Oiarzabal (2012) und Foletto (2016) für diese Arbeit von großer Bedeutung, da sie Informationen über die Nutzung von Facebook-Gruppen durch MigrantInnen enthielten.

Da Silveira Junior (2012) diskutierte in seiner Doktorarbeit die Nutzung von zwei SNSs durch brasilianische MigrantInnen, die in den USA leben: Orkut und Facebook. Beim

Vergleich der Geselligkeit dieser MigrantInnen in Facebook und Orkut beobachtete da Silveira Junior, wie soziale Netzwerke in die Formen der Geselligkeit eingreifen, da sie unterschiedliche Dynamiken aufweisen: Die Geselligkeit von Orkut ist weniger intensiv als die von Facebook. Die Dissertation wirft auch Fragen auf, die in den Veröffentlichungen dieser MigrantInnen angesprochen werden, wie etwa Sehnsucht / Vermissen, Religiosität, der Wunsch nach Rückkehr und die Schwierigkeiten, die im täglichen Leben der USA auftreten. Es gibt jedoch einen Aufschluss über die Arbeitssphäre in den veröffentlichten Inhalten. Die Arbeit wird jedoch in den Botschaften, die MigrantInnen mit ihrem Netzwerk austauschen, hochgeschätzt und nur geschätzt. Da Silveiras Arbeit fragt nach technologischer Vermittlung und deren Grenzen.

Oiarzabal (2012) stellt in seinem Artikel die Ergebnisse der ursprünglichen, benutzerbasierten Forschung zu der Präsenz der baskischen Diaspora auf Websites sozialer Netzwerke (SNSs) vor. Diese Studie ist Teil eines größeren Forschungsprojekts, das im Jahr 2002 begann. Die Ergebnisse der Forschung weisen darauf hin, dass insbesondere im Fall der baskischen Diaspora Belege dafür vorliegen, dass baskische MigrantInnen und ihre Nachkommen Facebook nicht nur verwenden, um in Kontakt zu bleiben und informiert zu werden, sondern auch, um ihre Identität auf kollaborative Weise zu bekräftigen und erhalten, mit einem klaren Gemeinschaftsgefühl. Es wurde auch bestätigt, dass die baskischen MigrantInnen und ihre Nachkommen dazu neigen, ihre Offline-Netzwerke und Freundschaften auf Facebook zu reproduzieren, und sich schüchtern darum bemühen, neue Freunde zu finden und neue Mitglieder für ihre Diasporagruppen zu gewinnen. In diesen Räumen können baskische MigrantInnen und ihre Nachkommen ihre Individualität zum Ausdruck bringen, indem sie sich mit einer kollektiven Identität verbinden, die von ihren Vereinigungen gefördert wird. SNSs wie Facebook sind Werkzeuge für die kollektive Expression, Identifizierung und Zugehörigkeit von Diasporagruppen geworden.

In seiner Dissertation versucht Foletto (2016), die sozialen Verwendungen von Facebook durch brasilianische MigrantInnen in Schweden im Zusammenhang mit Identitäts- und Differenzproblemen zu analysieren. Es wurde eine empirische,

qualitative Forschung mit einer Kombination von Verfahren wie Online-Formular, Skype-Interviews und Beobachtung der Kommentare in Facebook-Gruppen, entwickelt. Zusammenfassend waren die wichtigsten sozialen Verwendungen von Facebook, die in dieser Studie beobachtet wurden: die Schaffung interaktiver Dynamiken in Facebook-Gruppen basierend auf technologischer Vermittlung; die Konstruktion von Logiken der Zugehörigkeit zu Gruppen; die Konstruktion und Aushandlung von Identität; das Teilen der Migrationserfahrung; das Experimentieren von multi- und interkultureller Dynamik; die Diskussion über Fragen zu Politik, Migrationspolitik und Staatsbürgerschaft; Teilen von Medienerinnerungen auf Facebook.

Alle hier vorgestellten Arbeiten zeigen einen Weg. Sie weisen auch darauf hin, dass das Thema "Nutzung geschlossener Facebook-Gruppen für die Integration von MigrantInnen in Österreich" noch zu erforschen ist, insbesondere unter Berücksichtigung der Aussage von Croucher:

“As new media continue to change and develop, and as immigration remains a significant economic, political, and social issue, investigating the study of how technology influences immigrants in new cultures takes on increased importance” (Croucher, 2011, S. 260).

3. Begriffserklärungen

Dem folgenden Kapitel liegt das Ziel zugrunde, die Begriffe rund um Social Media, Migration, und soziales Kapital, wie diese in der vorliegenden Arbeit verstanden werden, zu durchleuchten.

3.1. Vom Internet zur Typologie der SNS-Benutzer

Die Entstehung des Internets fand am 29. Oktober 1969 statt, als Dr. Leonard Kleinrock das Senden der ersten Internetchricht zwischen den ersten beiden Computern beaufsichtigte. Der Begriff Internet wurde jedoch erst 1973, durch die Initiative von Postgraduierten-Studenten am Massachusetts Institute of Technology (MIT), die von der Advanced Research Projects Agency (ARPA) des US-Verteidigungsministeriums finanziert wurden, geboren. Das "Internet" sollte die wichtigsten Computersysteme von Dutzenden von Universitäten, die ebenfalls von der Agentur finanziert wurden, vernetzen (Hand, 2016, S: 6-8).

Lange Zeit war das Internet auf das akademische und wissenschaftliche Umfeld beschränkt, aber in den späten 1980er und frühen 1990er Jahren begann die kommerzielle Nutzung des Internets. Die Internetanwendung, die den stärksten Einfluss auf die Gesellschaft hatte, ist das World Wide Web, das heute einfach als Web bezeichnet wird (Hand, 2016, S: 42). Das Internet, das ein riesiges elektronisches Kommunikationsnetzwerk ist, ist die Grundstruktur, die viele kleinere Netzwerke auf der ganzen Welt verbindet, und es erlaubt InternetbenutzerInnen auf Informationen über das Internet zuzugreifen und diese gemeinsam zu nutzen. Webinformationen sind in Dokumenten enthalten, die als Webseiten bezeichnet werden. Webseiten werden durch Hyperlinks verbunden und gespeichert (Hand, 2016, S: 42).

Unter den verschiedenen wichtigen Ereignissen in der Chronologie des Internets können einige aufgeführt werden:

1. 1989 Google search-Start.
2. 2001 Wikipedia-Start.
3. 2003 Myspace und Skype-Start.

4. 2004 Facebook und Mozilla Firefox browser-Start.
5. 2005 YouTube-Start.
6. 2006 Twitter-Start, usw. (Hand, 2016, S: 15).

Wie oben zu sehen ist, entstanden in den frühen 2000er Jahren die ersten Social Media Sites/Social Network Sites (SNS). Derzeit haben Social Media Sites einen herausragenden Platz im Universum des Internets und sind im täglichen Leben von Tausenden von Menschen nicht mehr wegzudenken.

Social Network Sites ermöglichen BenutzerInnen Verbindung aufzunehmen, indem sie Profile für persönliche Informationen erstellen, andere Personen einladen, auf diese Profile zuzugreifen, und E-Mails und Sofortnachrichten aneinander senden. Diese persönlichen Profile können alle Arten von Informationen enthalten wie z.B. Fotos, Videos, Audiodateien, usw. (Kaplan & Haenlein, 2010, S: 63).

In der Literatur findet man mehrere Definitionen von SNS. Eine allgemein anerkannte Definition von Social Network Sites ist die viel zitierte Definition von Boyd & Ellison, wo man die drei zentralen Merkmale von Social Networking Sites findet:

“We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.” (Boyd & Ellison, 2007, S. 211).

Laut dem Digital News Report des Reuters Institute 2018 steht Facebook in Österreich unter „Top Social Media And Messaging“ an erster Stelle. Aber heute ist Facebook ganz anders als die Social Network Site, die am 4. Februar 2004 von Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz und Chris Hughes, damals Studenten der Harvard University, gegründet wurde. Der Unterschied ist, dass das virtuelle Netzwerk anfangs auf die Studentenschaft der Harvard University beschränkt war. Nach und nach wurde sie jedoch auf andere Universitäten ausgedehnt, dann auf andere Universitätskreise auf der ganzen Welt, wodurch andere Zugang zu Facebook erhielten. Heute kann sich jeder ab 13 Jahren bei Facebook anmelden, wo alle Benutzer die Möglichkeit haben, sich in

einer oder mehreren Communities zu treffen, beispielsweise in Hochschulen, Unternehmen oder geografischen Räumen (Hall, M., 2019).

Facebook ist die beliebteste globale Social Networking-Website im Internet. Facebook fordert die Nutzer auf ein Profil unter ihrem richtigen Namen zu erstellen und Angaben zu ihrer Person zu machen, in der Regel einschließlich biografischer Informationen und Interessen (Chandler & Munday, 2016). Facebook zielt seit seiner Gründung darauf ab, einen Raum zu schaffen, in dem sich Menschen finden, um Meinungen, Fotos, Videos, usw. austauschen zu können.

Body & Ellison argumentieren, dass, wenn SNSs oftmals konzipiert, um weithin zugänglich zu sein, d.h., dass SNSs zunächst homogene Menschengruppen anziehen, dann ist es nicht ungewöhnlich, Gruppen zu finden, die Sites für ihre Dissoziation, z.B. nach Nationalität, Alter, Bildungsniveau usw. verwenden (Boyd & Ellison, 2007, S: 214).

Facebook Gruppen bieten einen Ort, um mit bestimmten Menschen über gemeinsame Interessen zu kommunizieren. Menschen können Facebook-Gruppen für jede Art von Sache erstellen: Familienfeier, Sportmannschaft, Buchclub, usw. (Chandler & Munday, 2016).

Wer die Gruppe erstellt, wird als GruppenadministratorIn bezeichnet und kann andere Personen einladen, die sie beim Verwalten der Gruppe unterstützen. Facebook-Gruppe AdministratorInnen sind für die Verwaltung, Wartung und den Inhalt der Gruppe verantwortlich. AdministratorInnen fungieren auch als ModeratorInnen, einschließlich der Befugnis, einzelne BenutzerInnen zu sperren und Inhalte zu löschen oder zu sperren (Chandler & Munday, 2016).

Alle Gruppen verlangen die Bestätigung neuer Mitglieder entsprechend den Gruppeneinstellungen entweder durch eine/n AdministratorIn oder ein Gruppenmitglied. AdministratorInnen können die Privatsphäre-Einstellungen der Gruppe anpassen, je nachdem, wer die Gruppe anzeigen und ihnen beitreten kann. Bei der Erstellung einer Gruppe kann man aus drei Privatsphäre-Einstellungen auswählen: „Öffentlich“, „Geschlossen“ oder „Geheim“. Die nachfolgende Tabelle zeigt, wer

diesen Gruppen beitreten kann und welche Gruppeninformationen andere Personen sehen können:

	Öffentlich	Geschlossen	Geheim
Wer kann den Namen der Gruppe sehen?	Jeder	Jeder	Derzeitige und ehemalige Mitglieder
Wer kann die Gruppenbeschreibung sehen?	Jeder	Jeder	Derzeitige und ehemalige Mitglieder
Wer kann die Liste der Mitglieder in der Gruppe sehen?	Menschen auf Facebook	Aktuelle Mitglieder	Aktuelle Mitglieder
Wer kann Administratoren und Moderatoren in einer Gruppe sehen?	Menschen auf Facebook	Menschen auf Facebook	Aktuelle Mitglieder
Wer kann sehen, was Mitglieder in der Gruppe posten?	Jeder	Aktuelle Mitglieder	Aktuelle Mitglieder
Wer kann die Gruppe in der Facebook-Suche finden?	Menschen auf Facebook	Menschen auf Facebook	Aktuelle Mitglieder
Wer kann eine Beitrittsanfrage stellen?	Menschen auf Facebook	Menschen auf Facebook	Ehemalige Mitglieder
Wer kann Meldungen über die Gruppe auf Facebook sehen (z.B. im News Feed oder in der Suche)?	Menschen auf Facebook	Aktuelle Mitglieder	Aktuelle Mitglieder

Abbildung 1: Art der Informationen und wer die Informationen anzeigen kann - Quelle: Facebook¹

Es gibt noch zwei weitere Aspekte im Zusammenhang mit SNSs: die Arten von Partizipation und die Typologie der NutzerInnen.

Unter Arten von Partizipation versteht man alle Aktivitäten, die eine Person in sozialen Netzwerken ausführen kann. Chandler & Munday definieren die tägliche Aktivität auf Facebook als:

„In Facebook a daily activity is a fan-page engagement metric of the number of mentions (via tags), and related discussions, posts, and reviews, on a specific day. (Chandler & Munday, 2016).

¹ https://www.facebook.com/help/220336891328465?helpref=about_content

Es gibt verschiedene Arten von Facebook-Aktivitäten, wie zum Beispiel: Post, Comment, Shares, Link, Like, Check-in, usw.

Post ist ein einzelner Eintrag, der online veröffentlicht wird. Normalerweise ist es anderen BenutzerInnen möglich, solche Posts zu „Liken“, zu kommentieren oder zu teilen, obwohl diese Optionen möglicherweise von der Person eingeschränkt werden, die den Artikel gepostet hat (Chandler & Munday, 2016).

Comment oder Kommentar ist eine schriftliche Reaktion auf einen Beitrag. Chandler & Munday (2016) behaupten, dies sei ein soziales Signal für die Engagement-Metriken (engagement metrics).

Shares sind Posts von Inhalten. Chandler & Munday (2016) behaupten, dass Shares entweder als ein Indikator für die Popularität oder als eine Eitelkeitsmetrik (vanity metric) angesehen werden können. In den Engagement-Metriken (engagement metrics) sind Shares ein soziales Signal für Benutzerempfehlungen, wichtigsten als "Like", insbesondere wenn sie von einem Kommentar begleitet werden.

Der "Like" "Knopf ist ein Symbol, auf das BenutzerInnen klicken können, um ihre eigene Genehmigung und Empfehlung des zugehörigen Inhalts zu registrieren. Dies ist besonders mit Facebook verbunden hat (Chandler & Munday, 2016).

Link oder Hyperlink sind Texte oder Bilder, auf die BenutzerInnen klicken können, um sie direkt zu Inhalten an einem anderen Webstandort zu führen (Chandler & Munday, 2016).

Schließlich, wenn eine Person ihren aktuellen Standort in den sozialen Medien preisgibt, wird diese Aktion als "check-in" bezeichnet (Chandler & Munday, 2016).

In der Studie „A typology of social networking sites users“ untersuchten Brandtzaeg & Heim (2011) die SNS-NutzerInnen. Die Autoren schlagen fünf verschiedene Arten von Benutzertypologie für SNSs vor, die identifiziert und beschreibt, die Vielfalt der Möglichkeiten in denen Menschen SNSs verwenden. Die fünf Typen von Brandtzaeg & Heim werden daher klassifiziert:

- Sporadics: „Sporadics“ besuchen die Community nicht häufig, nur von Zeit zu Zeit. Diese BenutzerInnen haben eine geringe Beteiligung und tendieren eher zu einem Informationsmodus, da sie meistens ihren Status überprüfen und feststellen, ob jemand mit ihnen Kontakt aufgenommen hat.
- Lurkers: Das ist die größte Benutzerkategorie. Sie werden als „Lurkers“ bezeichnet, weil sie eine relativ geringe Beteiligung und wenig Beiträge von UGC haben. Sie nehmen an Aktivitäten teil, die mehr mit der Erholung zu tun haben.
- Socialisers: Diese BenutzerInnen werden so genannt, weil sie "Small Talk" BenutzerInnen sind; das heißt, ihr Verhalten ist geprägt von Freizeitaktivitäten mit anderen. Ihnen gefällt das "Nachrichten schreiben", "mit anderen Menschen in Kontakt treten" und "einen neuen Freund suchen".
- Debaters: typisch für diesen Benutzertyp ist eine starke Beteiligung an Diskussionen, Lesen und Schreiben von Beiträgen im Allgemeinen, aber auf einem informellen Weg.
- Actives: Diese BenutzerInnen sind an fast allen Arten von Beteiligungsaktivitäten in der Community beteiligt und wünschen sich noch stärker eine Teilnahme an UGC. (Brandtzaeg & Heim, 2011, S: 41-42)

3.2. Von der Migration zur Integration:

Das Migrationsphänomen ist kein neues Element unserer Zivilisation. Man kann festhalten, dass es ein so altes Phänomen ist wie die Menschheit selbst. Wenn wir Migrationen aus einer umfassenderen Perspektive betrachten, können wir feststellen, dass es sich hierbei nicht um ein rein demographisches Phänomen handelt, sondern um einen sozialen Prozess.

Everett S. Lee argumentiert, dass Migration allgemein als permanenter oder semi-permanenter Wohnortwechsel definiert wird, ohne Einschränkung von Bewegungsdistanz oder auf freiwillige oder unfreiwillige Natur der Migrationstat. Es gibt auch keinen Unterschied zwischen externer und interner Migration, Lee schließt

die ständigen Bewegungen von Nomaden und WanderarbeiterInnen, für die es keinen langfristigen Wohnsitz gibt, und vorübergehende Umzüge wie die in die Berge für den Sommer dieser Definition aus. Für Lee beinhaltet jeder Migrationsvorgang einen Ursprung, ein Ziel und eine Reihe von Hindernissen (Lee, 1966, S: 49)

Heckmann weist darauf hin, dass das Migrationsphänomen zwar nicht neu ist, jedoch die internationale Migration, so wie wir sie kennen, ein Produkt der Entwicklung moderner Nationalstaaten ist (Heckmann, 2014, S: 22).

In diesem Forschungsprojekt wird der Begriff Migration nach der Vision von Heckmann verstanden:

„(Internationale) Migration verstehen wir als Oberbegriff, als allgemeine Kategorie, die den Wechsel des Lebensmittelpunktes von Personen über internationale Grenzen bezeichnet. Das schließt Prozesse ein, die sowohl Einwanderung in ein Land wie Auswanderung aus einem Land bedeuten. Der Terminus » Immigration « ist nichts anderes als die latinisierte Form von Einwanderung, entsprechend » Emigration « die latinisierte Form von Auswanderung. Rückwanderung schließlich meint, dass eine Person, die ihren Lebensmittelpunkt in ein anderes Land verlegt hatte, in ihr ursprüngliches Heimatland mit dauerhafter Bleibeabsicht zurückkehrt.“ (Heckmann, 2014, S. 23)

Ein weiterer Begriff, der Teil des Vokabulars zum Thema Migration ist, ist der Begriff "dominante Kultur". Ich habe das Konzept der dominanten Kultur verwendet, das im konkreten Fall dieser Forschung die österreichische Kultur darstellt, das "A dictionary of sociology" beschreibt:

“Whereas traditional societies can be characterized by a high consistency of cultural traits and customs, modern societies are often a conglomeration of different, often competing, cultures and subcultures. In such a situation of diversity, a dominant culture is one whose values, language, and ways of behaving are imposed on a subordinate culture or cultures through economic or political power. This may be achieved through legal or political suppression of other sets of values and patterns of behaviour, or by monopolizing the media of communication.” (Scott, & Marshall, 2015).

Obwohl die Integration von MigrantInnen vor allem nach der Migrationskrise in Europa 2015 umfassend verbreitet und diskutiert wurde, ist Integration ein komplexes Thema und seine Definition bereitet den Fachleuten Schwierigkeiten.

Laut Rosário et al ist seine tatsächliche Definition alles andere als eindeutig, da sie sich auf ein komplexes, mehrdimensionales Phänomen bezieht, das verschiedene Bereiche des Migrantenlebens beeinflusst (Rosário et al., 2008, S:11).

Der facettenreiche, problematische und widersprüchliche Charakter dieses Themas zeigt die Schwierigkeit, eine einheitliche oder zumindest weitgehend gemeinsame Definition von Integration zu entwickeln.

Heckmann hält fest, dass die Integration von Migranten ein komplexes Ereignis ist, das auf verschiedenen Ebenen und in verschiedenen sozialen Bereichen stattfindet. Es definiert Integration als:

„Integration ist der Mitgliedschaftserwerb von Zuwanderern in den Institutionen, sozialen Beziehungen und sozialen Milieus der Aufnahmegesellschaft. Integration als Prozess der Mitgliedschaftswerdung und Angleichung der Lebensverhältnisse entwickelt sich schrittweise entlang der Dimensionen der strukturellen, kulturellen, sozialen und identikativen Integration. Sie erfordert Integrationsleistungen der Migranten und bedarf der Offenheit und Förderung seitens der Aufnahmegesellschaft. Sie ist somit ein wechselseitiger, wenngleich nicht gleichgewichtiger Prozess, der über Generationen verläuft. Integration als Zustand und Ergebnis soll heißen, dass volle und gleichberechtigte gesellschaftliche Mitgliedschaft einer zugewanderten Gruppe in der Aufnahmegesellschaft besteht und sich die Lebensverhältnisse angeglichen haben. Ethnische Herkunft und Migrationshintergrund spielen für Ressourcenverteilung und die Strukturierung sozialer Beziehungen keine Rolle mehr“ (Heckmann, 2014, S. 82).

3.3. Die drei Elementen des Sozialkapitals: Vertrauen, Bürgerbeteiligung und politische Partizipation:

Der Begriff "soziales Kapital" ist nicht neu. Im Jahr 1916 definierte Hanifan das Konzept als:

“The tangible substances [that] count for most in the daily lives of people: namely good will, fellowship, sympathy, and social intercourse among the individuals and families who make up a social unit. . . . The individual is helpless socially, if left to himself . . . If he comes into contact with his neighbor, and they with other neighbors, there will be an accumulation of social capital, which may immediately satisfy his social needs, and which may bear a social potentiality sufficient to the substantial improvement of living conditions in the whole

community. The community as a whole will benefit by the cooperation of all its parts, while the individual will find in his associations the advantages of the help, the sympathy, and the fellowship of his neighbors.” (Hanifan, 1916. S: 130-131).

Studien des Sozialkapitals versuchen Analysekategorien stammend aus Wirtschaftswissenschaften und anderen Sozialwissenschaften wie Politikwissenschaft, Soziologie und Anthropologie zusammenzuführen. Zu den Analysekategorien gehören: Bestand, Ressourcen, Kumulativität, soziale Netzwerke, gegenseitiges Vertrauen, Koexistenz, bürgerschaftliches Engagement, usw. Daher ist soziales Kapital kein homogenes Konzept. Das Soziale Kapital hat auch mehrere Bereiche, die von mehreren Autoren vertreten werden, wie z.B. Bourdieu und Coleman im Bereich der Soziologie, Putnam im Bereich der Politikwissenschaft und der Weltbank in ihrer Entwicklungsdebatte.

Das Konzept des Sozialen Kapitals wird im nächsten Kapitel - Theoretische Grundlagen - vorgestellt. In diesem Kapitel wurden die drei Elemente des sozialen Kapitals - sozialem Vertrauen, Bürgerbeteiligung und politische Partizipation - auf diese Weise abgegrenzt:

3.3.1. Soziales Vertrauen und Bürgerbeteiligung nach Putnams

Nach Putnam ist soziales Vertrauen nicht Teil der Definition von Sozialem Kapitals, sondern es ist eine enge Konsequenz und könnte daher leicht als Stellvertreter betrachtet werden (Putnam, 2001a, S: 45). Soziales Vertrauen hat zwei Quellen: Gegenseitigkeitsregeln und Partizipationssysteme (Putnam, 2001a). Regeln können durch soziale Gewohnheiten und durch Strafen für diejenigen, die ihnen nicht gehorchen sozialisiert werden. Gegenseitigkeit kann beim Austausch einer Gunst gegen eine andere auftreten oder in der allgemeinen Erwartung, dass eine Gunst in der Zukunft zurückgezahlt wird. Putnam argumentiert, dass in Gesellschaften, in denen die Menschen an Vergeltung glauben, die Wahrscheinlichkeit eines Austauschs und der Gegenseitigkeit größer ist (Putnam 2001a, S: 47).

Für das vorliegende Forschungsprojekt werde ich Putnams Definition von sozialem Vertrauen verwenden:

“I'll do this for you now, without expecting anything immediately in return and perhaps without even knowing you, confident that down the road you or someone else will return the favor.” (Putnam, 2001, S. 134.)

Der Begriff Bürgerbeteiligung ist sehr elastisch und in der Theorie nicht scharf abgegrenzt. Eine der möglichen Definitionen von Bürgerbeteiligung bezieht sich auf die Einbeziehung der individuellen und kollektiven Beteiligung der Bürger an öffentlichen Angelegenheiten. Putnam (2000) argumentiert, dass der Wert der Bürgerbeteiligung (civic participation) für den Prozess der Werteinführung in Form von „Civic Engagement“ ist. „Civic Engagement“ ist eine Wertentscheidung, und die Umsetzung dieser Wertentscheidung ist individuelle Bürgerbeteiligung in der Gemeinschaft.

Einige Beispiele für Bürgerbeteiligungsaktivitäten sind: sich an Kampagnen beteiligen, politische Beiträge leisten, Kontakt mit Regierungsbeamten, Zugehörigkeit zur politischen Organisation, informelle Aktivitäten in lokalen Gemeinschaften, eine Gemeinschaft schaffen, Anliegen der Politik, freiwilliges Engagement, an einem politischen Treffen teilnehmen, Teilnahme an Demonstrationen, Proteste oder Boykotts, zusammenarbeiten, um Probleme zu lösen und Beteiligung lokaler Maßnahmen (Verba, Schlozman und Brady, 1995, S: 2-9, Putnam, 2000, S: 32-47). In dieser Arbeit werde ich das Konzept der Bürgerbeteiligung abgrenzen als: informelle Initiative des Normalbürgers, um das Leben der Menschen in Ihrer Gemeinschaft zu verbessern.

3.3.2. Politische Partizipation nach Teorell, Torcal, & Montero

Teorell, Torcal, & Montero agree with to the definition of political participation given by Brady (1999: 737):

“action by ordinary citizens directed toward influencing some political outcomes” (apud Teorell et al. 2007, S: 336).

Diese Definition besteht aus vier Komponenten:

1. Politische Partizipation setzt Maßnahmen von Einzelpersonen voraus,
2. Diese Personen sind keine „Eliten“, d.h. sie sind keine politischen Profis,

3. Handlungen werden mit der Absicht der Beeinflussung durchgeführt, d.h. die Bereitschaft, Entscheidungen einer anderen Person zu beeinflussen
4. Diese "andere Person" benötigt kein Regierungspersonal, nicht einmal einen Staatsbeauftragten. Erforderlich ist, dass das Ziel der Tat ein "politisches Ergebnis" ist (Teorell et al. 2007, S: 336).

Teorell et al haben die politische Partizipation durch CID Survey Daten kartiert und eine Typologie politischer Partizipation geschaffen. Diese Typologie geht von der Erkenntnis aus, dass sich AktivistInnen für bestimmte Beteiligungsmodalitäten entscheiden, mit anderen Worten „activities cluster together to form a distinct dimension of political participation.“ (Teorell et al. 2007, S: 340).

Um die Klassifizierung durchzuführen, schlagen die Autoren vor, die politische Partizipation Modalitäten aus zwei Dimensionen zu organisieren: „Channel of expression“ and „Mechanism of influence“

Der „channel of expression“ kann durch die Verwendung von „Representational“ (Stimmabgabe und Parteiaktivität) oder „Extra-representational“ (Protest und „Consumer participation“) verwendet werden. Eine gemischte Modalität wäre politisches „Contacting“.

Andererseits könnte der „Mechanism of influence“ durch „Exit“ Strategien (Stimmabgabe, „Consumer participation“) und / oder „Voice“ (Parteiaktivität, Protest und Kontakt) erreicht werden.

Das Ergebnis wird in der unteren Abbildung gezeigt:

		<i>Channel of expression</i>	
		<i>Representational</i>	<i>Extra-representational</i>
<i>Mechanism of influence</i>	Exit-based	Voting	Consumer participation
	Voice-based	Party activity <i>(Non-targeted)</i>	Protest activity <i>(Non-targeted)</i>
		Contacting	

Abbildung 2: Typologie der politischen Partizipation - angepasst von Teorell et al. 2007, S: 341

In diesem Projekt werde ich zwei der fünf Dimensionen der politischen Partizipation von Teorell et al. (Teorell et al. 2007, S. 353) verwenden.

- Consumer participation: deckt Geldspenden für Wohltätigkeitsorganisationen, Boykott und politischen Konsum ab sowie die Unterzeichnung von Petitionen. In gewisser Weise zeigt es die Rolle der BürgerInnen als kritische VerbraucherInnen auf.
- Protest activity: Dies umfasst Handlungen wie die Teilnahme an Demonstrationen, Streiks und anderen Protestaktivitäten.

4. Theoretische Einbettung

Um die Zusammenhänge von Migration, Integration, sozialem Kapital und sozialen Netzwerken in dieser Arbeit zu verstehen, müssen die folgenden theoretischen Aspekten berücksichtigt werden.

4.1. Soziales Kapital

Um besser zu verstehen, was Sozialkapital ist, ist es interessant, die Natur des Kapitals und seine Entfaltung zu verstehen.

Die Kapitaltheorie von Marx (1984) zeigt, dass die Kommerzialisierung einer Ware zu einem übermäßigen Gewinn für die Eigentümer der Produktionsmittel führt und dass dieser Gewinn aus überschüssiger Arbeit in Bezug auf den Wert entsteht, der in die Produktion der Ware investiert wird, welches als Konzeptualisierung des überschüssigen Arbeitswert als Mehrwerts verstanden wird (Marx, 1984, S: 261). Nach Marx ist der Mehrwert die Kapitalquelle, die einen weiteren Mehrwert erzeugt, der in einem Zyklus der Kapitalakkumulation mehr Kapital generiert (Marx, 1984, S: 261).

Bourdieu stimmt dieser Vision des Marx-Kapitals zu und bestätigt:

“Capital is accumulated labor (in its materialized form or its “incorporated,” embodied form) which, when appropriated on a private, i.e., exclusive, basis by agents or groups of agents, enables them to appropriate social energy in the form of reified or living labor. It is a *vis insita*, a force inscribed in objective or subjective structures, but it is also a *lex insita*, the principle underlying the immanent regularities of the social world.” (Bourdieu, 2002, S: 280).

Lin (1999) erklärt, dass die klassische Theorie des Kapitals eine Theorie ist, die auf den ausbeuterischen sozialen Beziehungen zwischen zwei Klassen basiert: der herrschenden Klasse und der proletarischen Klasse. Während die herrschende Klasse investiert und übermäßige Gewinne erwirtschaftet, verkauft die proletarische Klasse ihre Arbeitskraft und wird ausgebeutet (Lin, 1999, S: 29).

Ludwig Lachmann, Denker der vierten Generation der „Österreichischen Schule“, war einer der Kritiker dieser klassischen Kapitaltheorie. Lachmann (1978) argumentiert, dass klassische Ökonomen den Kapitalbestand homogen machen, über die Messung der

Waren in Einheiten des Arbeitswertes. Damit vereinfacht man ihre Vielfalt (Lachmann, 1978, S: 5).

Lachmann sieht die Kapitalauffassung wie folgt:

“...our conception of capital is that of a complex structure which is functionally differentiated in that the various capital resources of which it is composed have different functions. The allocation of these functions, and the changes which its mode undergoes in a world of change, is one of our main problems.”
(Lachmann, 1978, S:7)

Kapitalressourcen sind keine reinen Produktionsmittel, sondern Ressourcen, die von Menschen genutzt werden, und ihre mehrfache Verwendung stellt die Heterogenität des Kapitals dar (Lachmann, 1978, S. 16).

Lin behauptet, dass die zentralen Elemente des Kapitals, der übermäßige Gewinn des Kapitalisten und die Investitionen, gemacht mit den erwarteten Erträgen, in den späteren theoretischen Modifikationen des Humankapitals, des Kulturkapitals und des Sozialkapitals bleiben. Diese Theorien lösen jedoch einen Bruch mit der klassischen Theorie aus, indem sie Mobilität von Akteuren mit geringerem Finanzkapitalbestand zulassen, die in der Lage sind, in diese Kapitalformen zu investieren und höhere Gewinne zu erzielen, sie werden als neue Kapitaltheorien betrachtet (Lin, 1999, S: 29).

Hanifan (1916) war einer der ersten Akademiker, der den Begriff "soziales Kapital" verwendete. In seinem Text "The rural school community center" definiert der Autor soziales Kapital als etwas, das soziale Bedürfnisse befriedigen kann, um die Lebensbedingungen einer ganzen Gemeinschaft wesentlich zu verbessern, wobei er von geschickten Führern geleitet wird (Hanifan, 1916, S: 131).

Für Hanifan entsteht soziales Kapital in einer Gemeinschaft aus der Annäherung seiner Mitglieder aufgrund gemeinsamer Ziele, die zu konstruktiven Diskussionen über Gemeinschaftsprobleme und zu wirksamen Maßnahmen führen (Hanifan, 1916, S: 130).

Im Jahr 1961 verwendet Jane Jacob (2014) in seinem Buch „Tod und Leben großer amerikanischer Städte“ erneut den Begriff „soziales Kapital“. Jacob betont die Problemlösung in einer Gemeinschaft und stellt fest, dass das Beziehungsnetzwerk, das im Laufe der Zeit durch das Verweilen bestimmter Personen in einer Nachbarschaft

aufgebaut und akkumuliert wird, das für die Selbstverwaltung einer guten Nachbarschaft notwendige soziale Kapital ist (Jacobs, 2009, S : 80).

In der Folge wurde der Begriff "soziales Kapital" von Loury (1977) verwendet, um die Rassenungleichheit zu diskutieren. Loury (1977) betont die Auswirkungen von Familie und Gemeinschaft auf den Erwerb von Fähigkeiten, die junge Schwarze auf dem Markt benötigen. Die Autorin behauptet, dass soziales Kapital den Grad darstellt, in welchem der Erfolg eines Individuums auf dem Markt durch soziale Kräfte außerhalb der Kontrolle desselben durchgeführt wird, da die Menge an Ressourcen, die in die Vorbereitung des Individuums für den Markt investiert wird, eine Auswirkung ihrer sozialen Herkunft ist (Loury, 1977, S: 156).

Es gibt eine Vielzahl von Definitionen für soziales Kapital, aber trotz der konzeptionellen Unterschiede, die beim Vergleich der Definitionen der ForscherInnen des Themas festgestellt wurden, besteht Einigkeit darüber, dass das soziale Kapital sich auf Fähigkeiten der AkteureInnen bezieht, um sich durch die Integration in soziale Netzwerke oder andere soziale Strukturen einen Vorteile zu gewährleisten (Portes, 1998, S: 6).

Im Folgenden werden die Konzepte für soziales Kapital beschrieben, die in dieser Arbeit betrachtet werden. Dies sind die Konzepte für soziales Kapital von Pierre Bourdieu und Robert Putnam.

4.1.1. Soziales Kapital nach Pierre Bourdieu

Bourdieu's Vision des sozialen Kapitals ist in seiner „Theorie der sozialen Praxis“ präsent, weshalb hier einige Konzepte dieser Theorie vorgestellt werden.

Die Ideen von Pierre Bourdieu wurden innerhalb der Soziologie durch seine ethnographischen Studien, seine Beobachtungen der Lebensweisen und der sozialen Beziehungen in verschiedenen Kontexten konsolidiert. Auf diese Weise verfolgte er Wege, die die Beziehungen zwischen den sozialen AkteureInnen auf subtile und detaillierte Weise offenbaren und beschreiben. Bourdieu erweiterte und verfeinerte Konzepte anderer AutorInnen und schuf dadurch neue Konzepte, die die Grundlage

seiner Theorie bilden. Alle Vorschriften von Bourdieu können für die Untersuchung verschiedener sozialer Realitäten verwendet werden.

Die Habitus Theorie vereint die Konzepte, die Bourdieu zur Analyse spezifischer sozialer Realitäten entwickelte. Nach Bourdieu ist „Habitus“ ein vermittelnder Begriff, der die Dualität des Konsens zwischen Individuum und Gesellschaft bricht, in der Art und Weise, wie sich die Gesellschaft in den Menschen durch das Training von Fühlen, Denken, Handeln und Interagieren ablagert. In Bourdieus Worten kann der Habitus definiert werden als:

„Structured structures predisposed to function as structuring structures that is as principles which generate and organize practices and representations that can be objectively adapted to their outcomes without presupposing a conscious aiming at ends or an express mastery of the operations necessary in order to attain them. (Bourdieu, 1990. S: 53)“

Der Habitus ist im täglichen Leben eines jeden Menschen und wird durch das soziale Umfeld und die Interaktionen zwischen Individuen genährt. Der Habitus ist eine Reihe von Aktionen und Reaktionen, die die Menschen durch ihr Erlebnis in der Gesellschaft eingearbeitet haben. Der Habitus wird nicht gelernt, sondern aus den sozialen Interaktionen der Umwelt entsteht und Haltungen und Gedanken modelliert. Der Habitus ist nicht bewusst, sondern folgt den Regeln der Koexistenz in einem bestimmten sozialen Feld, er ist die internalisierte kulturelle Matrix.

Bourdieu nennt den Habitus als strukturierte Struktur in 2 Sinnen:

- Der Habitus wird durch Erfahrungen geprägt.
- Der Habitus generiert das Handeln eines Menschen, das dann die Umwelt und die Gesellschaft, in der er lebt, bis zu einem gewissen Grad strukturiert (Bourdieu, 2007, S: 162).

Der Habitus ändert sich, wenn das Individuum zu anderen Feldern übergeht. Die Regeln, die für jedes spezifische Feld herrschen, unterscheiden sich und erfordern daher signifikante Änderungen in der Wirkungsweise. Es ist notwendig eine richtige Einstellung in Bezug auf den Ort und die Menschen, die einem bestimmten sozialen Feld angehören, zu haben, während das Individuum in diesem spezifischen Feld bleibt.

“A field consists of a set of objective, historical relations between positions anchored in certain forms of power (or capital), while habitus consists of a set of historical relations ‘deposited’ within individual bodies in the form of mental and corporeal schemata of perception, appreciation, and action.(Bourdieu and Wacquant, 1992, S: 16)”

Die Einverleibung des Habitus hängt vom Feld ab, daher besteht eine Abhängigkeit zwischen den beiden Begriffen. Die Konzepte sind ineinander verwoben und voneinander abhängig, weil ein Feld auch von Menschen, ihren Einstellungen und Haltungen bestimmt wird. Ein soziales Feld nach Bourdieu ist ein gesellschaftlicher Bereich, in diesem dessen AkteurInnen Spielregeln, Beziehungen, Ressourcen und Strukturen vorfinden.

Der Habitus konditioniert und bestimmt das Feld. Eine Person, die nicht über die Merkmale verfügt oder den Habitus für das Zusammenleben in einer Gruppe nicht hat und sich nicht anpassen kann, wird aus dem Feld ausgeschlossen, weil sie keine Zugehörigkeit in diesem Feld hat (Bourdieu, 2007, S: 91).

Egal wie sehr eine Person versucht, Teil eines Feldes zu sein, passiert dies nicht, denn diese Verbindung nicht bewusst entsteht. Wenn es keine Bereitschaft gibt, wird die Loslösung deshalb automatisch erfolgen, weil es schwierig ist, die Inkorporation der Prinzipien, eines bestimmten Feldes, zu ignorieren.

Wenn ein Mensch in verschiedenen Feldern ist und durch die sozialen Praktiken neue Gestaltungen erwirbt, schafft er eine Reihe von Habitus, die schließlich einen individuellen Habitus konsolidieren, eine Summe von Attributen, die eine Variation der sozialen Persönlichkeit bilden (Bourdieu, 2007, S: 64).

Das Kapital ist ein weiterer Faktor, der mit dem Thema Feld verbunden ist. Bourdieus Kapitalbegriff ist eine Erweiterung des marxistischen Konzepts. Gemäß dem sozialen Kapital, das jemand hat, darf (oder nicht) er ein Feld betreten. In jedem Feld wird nur der-/ diejenige zugelassen, der/die - unter anderem - kompatibles Kapital (Kulturell, Symbolisch, Sozial und Ökonomisch) besitzt.

Kulturelles Kapital bezieht sich auf die Akkumulation von Wissen und Erfahrung in einem bestimmten sozialen Feld. Das ökonomische Kapital steht im direkten Zusammenhang mit materiellen Gütern. Sozialkapital bezieht sich auf das Set der

sozialen Beziehungen und das symbolische Kapital, das nur dann Sinn macht, wenn die Agenten ihre Bedeutung teilen und ihre Wichtigkeit (eine Position, ein Diplom oder ein Titel) innerhalb des Felds erkennen, wo ein Spiel stattfindet (Bourdieu, 2002, S: 285-286).

Pierre Bourdieu war der erste, der eine systematische zeitgenössische Analyse des Sozialkapitals erstellt. Er definierte das Konzept folgendermaßen:

“Social capital is the aggregate of the actual or potential resources which are linked to possession of a durable network of more or less institutionalized relationships of mutual acquaintance and recognition – or in other words, to membership in a group – which provides each of its members with the backing of the collectivity-owned capital, a “credential” which entitles them to credit, in the various senses of the word.” (Bourdieu, 2002, S: 286).

Da dieses Konzept jedoch zum ersten Mal in französischsprachigen Artikeln veröffentlicht wurde, wie zum Beispiel im "Les trois états du capital culturel" (Bourdieu, 1979), hatte diese Konzept schwache Sichtbarkeit.

Bourdieu behandelt das Konzept, indem er sich auf die Vorteile konzentriert, die der Einzelne/ die Einzelne durch seine/ihre Teilnahme an Gruppen und im Aufbau von Kontakten im Hinblick auf die Schaffung von Sozialkapital erzielt. Bourdieu behauptet, dass die Gewinne, die sich aus der Zugehörigkeit zu einer Gruppe ergeben die Basis der Solidarität, die sie ermöglicht, sind (Bourdieu, 2002, S: 286).

Soziale Netzwerke sind nicht selbstverständlich und müssen durch Anlagestrategien aufgebaut werden, die auf die Institutionalisierung von Gruppenbeziehungen abzielen, die als vertrauenswürdige Quelle für den Zugang zu anderen Vorteilen genutzt werden können.

Die Definition von Bourdieu zeigt, dass das Sozialkapital aus zwei Elementen besteht:

- die soziale Beziehung, durch die Einzelpersonen Zugang zu Ressourcen beantragen können, die sich im Besitz von Gruppenmitgliedern befinden
- die Quantität und Qualität dieser Ressourcen (Bourdieu, 2002, S: 286-287).

In seiner Analyse betont Bourdieu die Umwandlung der verschiedenen Formen des Kapitals und die Reduktion all dieser Formen in wirtschaftliches Kapital, wobei sie als

akkumulierte menschliche Arbeit definiert wird (Bourdieu, 2002, S: 283). Der Autor betont jedoch, dass in unseren Gesellschaften die Konvertierbarkeit einer Art von Kapital in eine andere nicht unbedingt einfach ist und Engagement und zeitliche Investition impliziert (Bourdieu, 2016, p. 209).

Bourdieu behauptete, dass Menschen durch soziales Kapital direkten Zugang zu wirtschaftlichen Ressourcen haben können (subventionierte Kredite, Wirtschaftsinformationen, geschützte Märkte); kann ihr kulturelles Kapital durch Kontakte mit Experten oder gebildeten Menschen (d. h. eingebettetes kulturelles Kapital) erhöhen; oder sie können sich alternativ Institutionen anschließen, die wertvolle Anerkennung verleihen (d.h. institutionalisiertes Kulturkapital) (Bourdieu, 2002, S: 286-287).

Andererseits erfordert der Erwerb von sozialem Kapital eine Investition sowohl wirtschaftlicher als auch kultureller Ressourcen (Bourdieu, 2002, S: 288).

Obwohl Bourdieu auf die Idee besteht, dass die Ergebnisse des Besitzes von sozialem und kulturellem Kapital immer auf wirtschaftliches Kapital reduziert werden können, die Prozesse , die diese verschiedenen Kapitalformen erzeugen, sind nicht: jeder Prozess hat seine eigene Dynamik und in Bezug auf den wirtschaftlichen Austausch zeichnen sich durch weniger Transparenz und größere Unsicherheit aus. Zum Beispiel sind Transaktionen mit sozialem Kapital tendenziell durch stillschweigende Verpflichtungen, unsichere Zeithorizonte und die Möglichkeit gekennzeichnet, die Erwartungen der Reziprozität zu verletzen (Bourdieu, 2002, S: 288). Da diese Transaktionen jedoch sehr unklar sind, können diese Transaktionen zu einer Verschleierung beitragen, was sonst reine Markttransaktionen wären (Bourdieu, 1979, S: 6).

Bourdieu behauptet auch, der Begriff des Sozialkapitals sei das einzige Mittel, um folgendes Missverständnis zu vermeiden: dass soziale Auswirkungen als individuelle Merkmale gesehen werden (Bourdieu, 1980, S: 3).

Eine Zusammenfassung von Bourdieus Vision des Sozialkapitals könnte wie folgt dargestellt werden: Das soziale Kapital eines Individuums wird durch die Größe seines Beziehungsnetzwerks, das er effektiv mobilisieren kann und das Volumen des Kapitals

(Ökonomisches, Kulturelles oder Symbolisches) bestimmt, das jede Person besitzt, zu denen er eine Verbindung hat. Das Sozialkapital spielt in einer bestimmten Personengruppe eine Multiplikatorrolle des vorhandenen Kapitals, wodurch es allen Mitgliedern dieses Netzwerks zur Verfügung steht (Bourdieu, 2002, S.286).

Auf diese Weise kann soziales Kapital eine größere BürgerInnenbeteiligung erzeugen, da es die Einfügung von Individuen in die hohen Schichten von politischer, wirtschaftlicher und sozialer Macht ermöglicht und darüber hinaus eine größere soziale Mobilität durch das Beziehungsnetz ermöglicht, in welches sich der/die Einzelne selbst einfügen kann.

Schließlich war Bourdieu nicht nur der renommierteste französische Soziologe in der heutigen Welt, sondern auch einer der wichtigsten Verantwortlichen für die soziologische Theoretisierung des Sozialkapitals.

4.1.2. Soziales Kapital nach Robert Putnam

1993 veröffentlichte Robert Putnam zusammen mit seinen Kollegen Leonardi und Nanetti das Buch „Making democracy work: civic traditions in modern Italy“. Einer der Vorzüge dieser Arbeit bestand darin, die Debatte über das Sozialkapital wiederzubeleben und zu verstärken. Im Gegensatz zu Bourdieu, der eine soziologische Vision des Sozialkapitals hat, präsentiert Putnam eine politisch - ökonomische Vision des Sozialkapitals.

Putnam bekräftigt, dass Institutionen seit der Antike ein beständiges Anliegen der Politikwissenschaft waren, aber in letzter Zeit haben Theoretiker institutionelle Fragen im Namen des Neuen Institutionalismus aufgegriffen (Putnam et al., 1994, S:7). Der Autor argumentiert, dass die neuen Institutionen in mehrfacher Art und Weise nicht übereinstimmen konnten, sich jedoch in zwei grundlegenden Punkten einig sind:

“1. Institutions shape politics. The rules and standard operating procedures that make up institutions leave their imprint on political outcomes by structuring political behavior. Outcomes are not simply reducible to the billiard ball interaction of individuals nor to the intersection of broad social forces. Institutions influence outcomes because they shape actors' identities, power, and strategies.

2. Institutions are shaped by history. Whatever other factors may affect their form, institutions have inertia and "robustness." They therefore embody historical trajectories and turning points. History matters because it is "path dependent": what comes first (even if it was in some sense "accidental") conditions what comes later. Individuals may "choose" their institutions, but they do not choose them under circumstances of their own making, and their choices in turn influence the rules within which their successors choose." (Putnam et al., 1994, S: 7-8)

Putnam stellt in dieser Studie zwei grundlegende Fragen:

- Warum haben einige demokratische Regierungen gute Performance und andere nicht?
- Wie sind die Bedingungen für die Entwicklung von Institutionen, die stark, repräsentativ und wirksam sind? (Putnam et al., 1994, S: 15)

Putnam versucht, diese Fragen zu beantworten, indem er den wichtigen institutionellen Wandel untersucht, der Anfang der 1970er Jahre in Italien stattfand, d.h. die Einführung von Regionalregierungen. Der Autor schloss ab, dass die institutionelle Leistung mit zwei Faktoren in Verbindung gebracht werden kann:

- sozioökonomisch (sozioökonomische Modernisierung als unabdingbare Voraussetzung für eine stabile und wirksame demokratische Regierung);
- soziokulturell (Tocquevilles Verbindung zwischen den Bräuchen einer Gesellschaft und die politischen Praktiken der gleichen Gesellschaft) (Putnam et al., 1994, S: 10-11).

Putnam hat in seiner Forschung eine starke Verbindung zwischen der Leistung politischer Institutionen und dem Charakter des „civic life“ entdeckt. Diese Verbindung war für den Erfolg der Regierungsreform in Norditalien verantwortlich, da sie von dem, was Putnam als „civic community“ bezeichnete, unterstützt wurde (Putnam et al., 1994, S: 15).

Putnam stellt fest, dass die Hauptthemen der "civic community" in der Praxis sind: bürgergesellschaftliches Engagement ², politische Gleichheit, Solidarität, Vertrauen und Toleranz und schließlich die Association - sozialer Kooperationsstrukturen

² Übersetzung von Civic Engagement bei Helmbrecht, M. (2005)

(Putnam et al., 1994, S: 87-90). Putnam entwickelte diese Themen basierend auf dem Buch "Democracy in America" von Tocqueville (Putnam et al., 1994, S: 11). Diese Themen können wie folgt beschrieben werden:

- bürgergesellschaftliches Engagement: Putnam gibt an, dass die „Citizenship“ in einer „in a civic community“ durch eine aktive Beteiligung an öffentlichen Angelegenheiten gekennzeichnet ist. Die "civic virtue" basiert auf dem beharrlichen Streben nach dem öffentlichen Gut auf Kosten jedes rein individuellen und besonderen Interesses. Aber dieser Altruismus ist nicht engelhaft oder mystisch. In der „civic community“ suchen Bürger nach dem, was Tocqueville „self-interest properly understood“ nannte, d.h., das Eigeninteresse wird im Kontext der Bedürfnisse der Allgemeinheit definiert, das Eigeninteresse ist sensibel für die Interessen anderer. (Putnam et al., 1994, S:88). oder in Skinners Worten:

“To be sure, not all political activity deserves the label “virtuous” or contribute to the commonweal. “A steady recognition and pursuit of the public good at the expense of all purely individual and private ends” seems close to the core of the meaning of civic virtue.... Citizens in a civic community, though not selfless saints, regard the public domain as more than a battleground for pursuing personal interest.” (Putnam et al., 1994, S: 88, as quoting Skinners, S.: 218).

- Politische Gleichheit: Die „citizenship“ in der „civic community“ bringt gleiche Rechte und Pflichten für alle mit sich, wie Putnam sagt:

“Such a community is bound together by horizontal relations of reciprocity and cooperation, not by vertical relations of authority and dependency. Citizens interact as equals, not as patrons and clients nor as governors and petitioners... The more that politics approximates to the ideal of political equality among citizens following norms of reciprocity and engaged in self-government, the more civic that community may be said to be. Putnam et al., 1994, S: 88)

- Solidarität, Vertrauen und Toleranz: "Virtuous citizens" sind hilfsbereit und vertrauensvoll zueinander, auch wenn sie sich inhaltlich unterscheiden (Putnam et al., 1994, S: 88-89). Dies bedeutet nicht, dass eine "civic community" konfliktfrei ist, aber wir können erwarten, dass eine solche Gemeinschaft durch Dialog, Respekt vor dem anderen und die Anerkennung gekennzeichnet ist und wir auf verschiedene Weise voneinander abhängig sind.

- Association - Sozialer Kooperationsstrukturen: Immer unter Berücksichtigung der Ideen von Tocqueville argumentiert Putnam, dass die Normen und Werte der "civic community" in unterschiedlichen sozialen Strukturen und Praktiken verkörpert und durch diese verstärkt werden (Putnam et al., 1994, S: 89). Die „Association“ ist die klassische Form der "civil community". Die Teilnahme an Bürgerverbänden fördert die Fähigkeit zur Zusammenarbeit, Sinn von gemeinsamer Verantwortung für kollektive Initiative und das Engagement mit breitem politischem System (Putnam et al., 1994, S: 90).

In seiner Forschung kam Putnam zu interessanten Ergebnissen. Erstens stellt der Autor fest, dass Aktivitäten, wie die direkte Wahl für Vertreter / Politik, das regelmäßige Lesen von Zeitungen, die Beteiligung an Vereinen und kulturellen Einrichtungen oder Verbänden die wirtschaftliche Entwicklung und die Wirksamkeit der Regierung fördern (Putnam et al., 1994, S. 98-99).

Die Studie zeigte auch, dass in Norditalien soziale, politische, religiöse Themen und sogar wichtige Allianzen horizontal (nicht hierarchisch) behandelt wurden, während diejenigen im Süden vertikal behandelt wurden. Putnam bekräftigt, dass ein Zusammenhang zwischen der Art und Weise, wie soziale und politische Netzwerke organisiert sind, und das Engagement in sozialen und kulturellen Vereinigungen gibt:

“Some regions of Italy have many choral societies and soccer teams and bird-watching clubs and Rotary clubs. Most citizens in those regions read eagerly about community affairs in the daily press. They are engaged by public issues Inhabitants trust one another to act fairly and to obey the law. Leaders in these regions are relatively honest. They believe in popular government, and they are predisposed to compromise with their political adversaries.... Social and political networks are organized horizontally, not hierarchically. The community values solidarity, civic engagement, cooperation, and honesty. Government works.... At the other pole are the "uncivic" regions... Public life in these regions is organized hierarchically, rather than horizontally. The very concept of "citizen" here is stunted. From the point of view of the individual inhabitant, public affairs is the business of somebody else ... Few people aspire to partake in deliberations about the commonweal, and few such opportunities present themselves. Political participation is triggered by personal dependency or private greed, not by collective purpose. Engagement in social and cultural associations is meager” (Putnam et al., 1994, 115).

Mit anderen Worten, im Norden waren die Menschen „citizen“ im Süden waren sie „subject“.

Ein anderer Aspekt, dem Aufmerksamkeit gewidmet werden sollte, ist, dass es nicht der Grad der politischen Partizipation ist, der Bürgerregionen von Nicht-Bürgerregionen unterscheidet, sondern die Art dieser Partizipation. Für Putnam sind die weniger bürgerlichen (civic) Regionen am stärksten von politischer Korruption betroffen (Putnam et al., 1994, S: 98; S:115).

Darüber hinaus ergänzt Putnam, dass in Regionen mit einer gut funktionierenden lokalen Regierung und einer florierenden Wirtschaft die öffentliche Tätigkeit der BürgerInnen ein Umfeld der gegenseitigen Zusammenarbeit schafft, die in sozialen Netzwerken und in die Gleichheit der politischen Beziehungen und die Bürgerbeteiligung vital ist (Putnam et al., 1994, S: 128).

Der bürgerliche Kontext ist wichtig für das Funktionieren von Institutionen. Und die wichtigsten erklärenden Faktoren der guten Leistung einer Regierung sind das Ausmaß, in dem sich das soziale und politische Leben einer Region dem Ideal der "Civic Community" nähert. Putnam betont auch, dass die freiwillige Zusammenarbeit am leichtesten ist, in einer Gemeinschaft, die einen guten "Social Capital stock" in Form von Gegenseitigkeitsnormen und Netzwerken des bürgerschaftlichen Engagements geerbt hat (Putnam et al., 1994, S: 98; S:167).

Auf diese Weise stellt Putnam vor, dass Formen des Sozialkapitals im Allgemeinen moralische Ressourcen der Gemeinschaft sind und in drei Hauptkomponenten unterteilt werden können: Vertrauen, Normen und Netzwerke sozialer Beziehungen, die die Effizienz der Gesellschaft verbessern können. Daher stehen diese Elemente in direktem Zusammenhang mit öffentlichem Gute (Putnam et al., 1994, S: 170).

Wie bereits festgestellt, ist Vertrauen eine der Grundkomponenten von Putnams Konzept des Sozialkapitals. Das Vertrauen, die Zusammenarbeit anzuregen, ist jedoch kein blindes Vertrauen. Vertrauen impliziert eine Vorhersage des Verhaltens eines unabhängigen Akteurs.

"You do not trust a person (or an agency) to do something merely because he says he will do it. You trust him only because, knowing what you know of his disposition, his available options and their consequences, his ability and so forth you expect that he will choose to do it. (Putnam et al., 1994, S: 171).

In kleinen, kohäsiven Gemeinschaften kann eine solche Prognose des Verhaltens auf einem engen Zusammenleben zwischen Menschen basieren. In breiteren und komplexeren Kontexten muss es jedoch eine unpersönlichere oder indirektere Form des Vertrauens geben (Putnam et al., 1994, S: 171).

Putnam stellt fest, dass soziales Vertrauen in modernen und komplexen Kontexten aus zwei verwandten Quellen stammen kann: Gegenseitigkeitsnormen und Netzwerke des bürgerschaftlichen Engagements (Putnam et al., 1994, S: 171).

Soziale Normen transferieren das Recht, eine Aktion von einem/einer AkteurIn auf eine/n andere/n um zu kontrollieren, in der Regel, weil diese Aktion "Externalitäten" hat, d.h. Konsequenzen (positiv oder negativ) für andere. Die Normen werden sowohl durch Modellierung und Sozialisierung als auch durch Sanktionen eingeschränkt und aufrechterhalten (Putnam et al., 1994, S: 171).

Diese sozialen Normen sind im Allgemeinen Regeln ohne Rechtskraft, aber die Menschen respektieren normalerweise dieses Normen damit sie Teil der Gruppe sein können, die diese Regeln erstellt haben.

Diese Normen senken auch die Transaktionskosten und erleichtern die Zusammenarbeit. Die wichtigste dieser Normen ist die Norm der Reziprozität. Kurz gesagt, bezieht Reziprozität sich auf ein fortbestehendes Austauschverhältnis und beinhaltet die gegenseitige Erwartung, dass ein jetzt gewährter Vorteil in Zukunft zurückgezahlt werden sollte (Putnam et al., 1994, S: 172):

“The norm of generalized reciprocity is a highly productive component of social capital. Communities in which this norm is followed can more efficiently restrain opportunism and resolve problems of collective action. Reciprocity was at the core of the "tower societies" and other self-help associations that eased the security dilemma for citizens in the northern communal republics of medieval Italy, as well as the mutual aid societies that arose to address the economic insecurities of the nineteenth century. The norm of generalized reciprocity serves to reconcile self-interest and solidarity” (Putnam et al., 1994, S: 172).

Putnam schließt sein Buch mit der Feststellung, dass Menschen, die an die Demokratie und Entwicklung in Süditalien interessiert sind, eine zivile Gemeinschaft aufbauen und sich nicht nur auf unmittelbare Ergebnisse konzentrieren sollten. Außerdem ist es nicht

einfach, soziales Kapital aufzubauen, aber es ist der Schlüssel, damit Demokratie funktioniert (Putnam et al., 1994, S: 185).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass soziales Kapital für Putnam mit Verbindungen zwischen Individuen zusammenhängt, d. H. Sozialen Netzwerken, die Normen der Reziprozität und Vertrauen, die sich daraus ergeben (Putnam, 2001, S: 19-20). Für ihn haben soziale Netzwerke einen Wert und soziale Kontakte wirken sich auf die Produktivität von Einzelpersonen und Gruppen aus. Das Sozialkapital ist eng mit der "civic virtue", civic engagement, participation in voluntary organizations and social connections" verbunden. Diese Beziehung schafft Normen der Gegenseitigkeit und des Vertrauens und erleichtert die Zusammenarbeit, Koordination und Kommunikation der Gesellschaft. Dadurch wird die Reputation gestärkt und damit kann das Dilemma des kollektiven Handelns gelöst werden. Der Reichtum an sozialem Kapital in einer Gesellschaft wird durch die Anzahl der "civic associations" und dem Grad der Beteiligung an diesen Vereinigungen angezeigt. Schließlich kann "social capital stock" (Vertrauen, Normen und Netzwerke) bei der Nutzung akkumuliert werden, verringert sich aber auch, wenn es nicht genutzt wird.

4.1.3. Soziales Kapital als Theorie in der Migration

Richmond gibt an, dass Migration ein interdisziplinäres Forschungsgebiet ist, welches durch wichtige Beiträge von Archäologen und Anthropologen geprägt wurde (Richmond, 1988, S: 29). Der Autor argumentiert außerdem, dass es aufgrund des mangelnden Konsenses unter den SoziologInnen, die zwischen den verschiedenen Facetten und Ebenen der Einwanderung aufgeteilt sind, nicht möglich ist, das Phänomen der internationalen Migration mit ihren wirtschaftlichen und politischen Aspekten im Rahmen der soziologischen Theorie zu verstehen (Richmond, 1988, S: 29)

Massey et al. (1994) stimmt zu, dass es bislang keine einheitliche Theorie der internationalen Migration gibt, mit der Begründung, dass es nur eine fragmentierte Reihe von Theorien gibt, die sich die meiste Zeitisoliert voneinander entwickeln und die manchmal, aber nicht immer, durch Fachgebiet Grenzen segmentiert sind (Massey et al., 1994, S: 432).

Für Massey et al. (1994) wird nicht ein vollständiges Verständnis der gegenwärtigen Migrationsprozesse erreicht, da man sich ausschließlich auf die Werkzeuge einer Disziplin stützt oder sich auf eine einzige Analyseebene konzentriert. Die komplexe und vielfältige Natur der Migration erfordert eine ausgefeilte Theorie, die verschiedene Perspektiven, Ebenen und Annahmen beinhaltet (Massey et al., 1994, S: 432).

Für Portes ist es unmöglich eine integrierte Theorie der Migration zu entwerfen, da sich das Gebiet der Migrationsstudien aus unterschiedlichen Bereichen zusammensetzt. Falls eine solche Theorie existiere, stellt Portes fest, dass sie notwendigerweise sehr allgemein und abstrakt und schwierig anzuwenden wäre (Portes, 1997, S. 810).

Hagen-Zanker argumentiert, dass Migration zwar so alt wie die Menschheit ist, Migrationstheorien jedoch neu sind. Ravenstein war einer der ersten Autoren, der in 1880 über moderne Migration schrieb (Hagen-Zanker, 2008, S: 4). Die Autorin stellt auch fest, dass ökonomische Theorien der Migration eng mit soziologischen, geographischen und anthropologischen Theorien verbunden sind (Hagen-Zanker, 2008, S: 5).

Hagen-Zanker definiert Migration als:

“Migration is the temporary or permanent move of individuals or groups of people from one geographic location to another for various reasons ranging from better employment possibilities to persecution.” (Hagen-Zanker, 2008, S: 4).

Die klassischen internationalen Migrationstheorien beziehen sich hauptsächlich auf wirtschaftliche Faktoren und erklären Migrationsbewegungen auf Makro-, Meso- und Mikroebene (Hagen-Zanker, 2008, S: 4). Hagens-Zanker stellt fest, dass die Migrationstheorien zunächst auf ihrer Makroebene beruhten; Änderung des Fokus auf die aufwändigeren mikroökonomischen Modelle fanden ab den 80er Jahren statt (Hagen-Zanker, 2008, S: 4). Die Autorin stellt fest, dass modernere Annäherungen die Mikro und Makro Ansätzen verbinden und auch weniger ökonomische Konzepte einschließen und als Meso-Level-Theorien bezeichnet werden (Hagen-Zanker, 2008, S: 4).

Migrationstheorien auf Makro-Ansätzen sind Theorien, die die Aussagen über Migrationsbewegungen auf Aggregatebene und diese Trends auf Makro-Ebene erläutern (Hagen-Zanker, 2008, S: 5).

Auf der anderen Seite sind Migrationstheorien auf Mikro-Ansätzen diejenigen Theorien, die sich auf individuelle Migrationsentscheidungen konzentrieren, d.h. Faktoren, die den/die Einzelne/n zur Bewegung motiviere (Hagen-Zanker, 2008, S: 5).

Schließlich gibt es Migrationstheorien auf Meso-Ebenen, die sich zwischen Mikro- und Makro-Ansätzen Theorien befinden, beispielsweise auf der Ebene der Haushalte oder der Gemeinschaft, sie können sowohl die Ursachen als auch die Verewigung der Migration erklären. (Hagen-Zanker, 2008, S: 5).

Die folgende Tabelle wurde von Hagen-Zanker erstellt, die einen Überblick über die Migrationstheorien, die durch die Analyseebene definiert werden, liefern.

Migrationstheorien definiert durch Analyse Ansätze

<i>Micro-level</i>	<i>Meso-level</i>	<i>Macro-level</i>
<i>Migration cause:</i> Individual values/ desires/ expectancies	<i>Migration cause/ perpetuation</i> Collectives/ social networks	<i>Migration cause/ perpetuation:</i> Macro-level opportunity structure
e.g. improving survival, wealth etc.	e.g. social ties	e.g. economic structure (income and employment opportunities differentials)
<i>Main theories:</i> - Lee's push/ pull factors - Neoclassical micromigration theory - Behavioural models - Theory of social systems	<i>Main theories:</i> - Social capital theory - Institutional theory - Network theory - Cumulative causation - New Economics of Labour Migration	<i>Main theories:</i> - Neoclassical macromigration theory - Migration as a system - Dual labour market theory - World systems theory - Mobility Transition

Abbildung 3: Migrationstheorien definiert durch Analyse Ansätze – Quelle: Hagen-Zanker, 2008, S: 5

In der obigen Abbildung wird gezeigt, dass die Theorie des Sozialen Kapitals eine der wichtigsten Theorien für Meso-Ansätze ist, die, wie oben bereits erwähnt, Theorien mit moderneren „approaches“ sind (Hagen-Zanker, 2008, S: 4).

Der Soziologe Thomas Faist ist einer der größten Verantwortlichen für das Studium der Migrationstheorien auf Meso- Ansätzen. In seinen Publikationen von 1990 und 2000 verbindet Faist die Mikro- und Makro Ansätze und fördert einen umfassenden, mehrstufigen Migrationsansatz. Er hat auch beim Thema Migration dem Sozialkapital große Bedeutung und Aufmerksamkeit gewidmet.

Faist behauptete, dass wenig über die Kosten und den Nutzen des Transfers von Humankapital in das Ausland gesagt wurde und auch über die Vermittlerrolle von Ressourcen, die das Sozialkapital im Entscheidungsprozess innewohnt (Faist, 2010, S:60).

Faist konstatiert, dass soziale Beziehungen und soziales Kapital in Haushalten, Nachbarschaften, Gemeinschaften und formellen Organisationen MigrantInnen beim Migrationsentscheidungs- und Anpassungsprozess helfen, da das soziale Kapital sowohl die Ressource als auch das integrierende Instrument darstellt (Hagen-Zanker, 2008, S: 16).

Zusammenfassend ist soziales Kapital eine moderne Migrationstheorie auf Mesoebene, die eine wichtige Rolle in Migrationsentscheidungsprozessen spielt, Anpassung und Integration der MigrantInnen und in der Entscheidung der Migrantinnen im neuen Land zu bleiben oder in sein Herkunftsland zurückzukehren.

4.1.4. Soziales Kapital in der Social-Media Forschung

Laut Colliander & Dahlén (Colliander & Dahlén, 2011) hat die Entwicklung der sozialen Medien dazu beigetragen, die Beziehungen der Menschen zu anderen Menschen über verschiedene Plattformen zu gestalten.

Ngai et al. (2015) stellt fest, dass die Vorteile der Teilnahme an sozialen Medien von einfacher sozialer Kommunikation; dem Aufbau von Reputation; der Schaffung von Karrieremöglichkeiten; der Erzielung eines direkten monetären Einkommens; dem

Aufbau von Communities zum Wissensaustausch, kollaborativem Lernen und Kreativität reichen. (Ngai et al., 2015, S: 33-34).

Ngai, Tao und Moon (2015) führten eine Literaturrecherche der Social-Media-Forschung durch. Durch eine systematische und strukturierte Überprüfung konsolidierten und analysierten sie 46 Artikel über Social-Media-Forschung, die in eine Kausalkette Framework auf den Model input-moderator–mediator-output von Mohammed, Ferzandi und Hamilton (2010) basierend entwickelt wurde. Ziel ist es die Kausalität zwischen den verwendeten Forschungskonstrukten und der Konzeptualisierung von theoretisch Modellen und Theorien zu veranschaulichen, die von früheren Forschern vorgeschlagen wurden. In dieser Studie können wir einen Blick auf die Bedeutung der Sozialkapitaltheorie in Studien über Social Media werfen. Die Autoren betrachteten „Antecedents“ (als Inputs), „Moderatoren, Mediatoren und Outcomes“ (als Outputs). Das heißt:

„In brief, the antecedents are input variables that lead to the outcomes, the causalities between antecedents and outcomes are explained by the mediators, whereas their direction and/or strength are affected by moderators.“ (Ngai et al., 2015, S: 35).

Unter der Vielzahl von Theorien und Modellen, die in der Social-Media-Forschung verwendet werden, identifizierten die Autoren drei Gruppen von Theorien:

- Persönliche Verhaltenstheorien (Personal behavior theories): Theorien, die das Verhalten des Menschen auf individueller und persönlicher Ebene erklären.
- Sozialverhaltenstheorien (Social behavior theories): Theorien, die auf das Sozialverhalten des Menschen abzielen
- Massenkommunikation Theorien: Theorien der Massenkommunikation, die sich auf die Nutzung sozialer Medien beziehen (Ngai et al., 2015, S: 36-37).

Die Theorie des Sozialkapitals liegt in der Gruppe der wichtigsten Theorien, die sich auf das Sozialverhalten beziehen (Ngai et al., 2015, S: 34). Die folgende Abbildung gibt einen Überblick über die Studie von Ngai et al.:

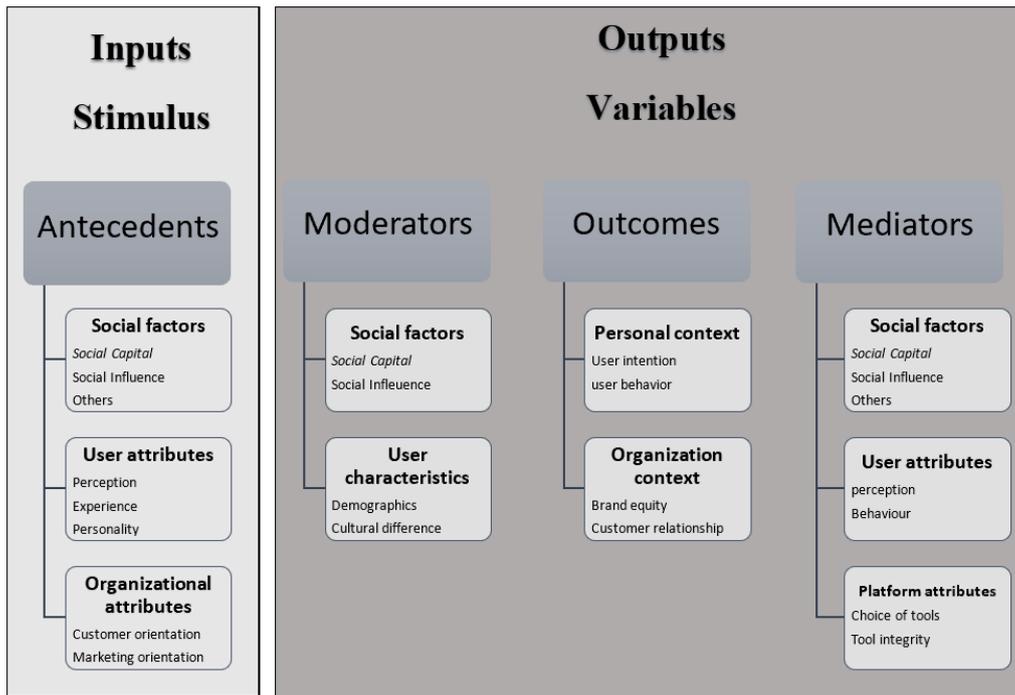


Abbildung 4: Kausalkette Framework für Social Media Forschung angepasst von Ngai et al., 2015, S: 40

Wie aus der obigen Abbildung hervorgeht, erscheint die Theorie des Sozialkapitals in den Attributen: Antecedents, Moderators und Mediators.

Antecedents ist ein Stimulus, der einem Verhalten vorausgeht und immer auf der Inputseite des „Frameworks“ positioniert ist. Moderators ist eine Art Forschungsvariable (qualitativ oder quantitativ), die statistisch durch ihre Auswirkungen auf die Richtung und / oder Stärke der Beziehung zwischen abhängigen und unabhängigen Variablen charakterisiert ist. Mediators sind Variablen, die die kausalen Zusammenhänge zwischen „antecedents“ und „outcomes“ charakterisiert. Outcomes stellen die erwarteten Ergebnisse dar, die von Vorgängern unter dem Einfluss von Mediatoren und Moderatoren erzielt wurden.

Die Autoren argumentieren, dass im Attribut Antecedent die Theorie des Sozialkapitals in mehreren Studien verwendet wird, um die sozialpsychologischen Motive der BenutzerInnen zu erklären, wobei ihre Aspekte wie soziale Bindungen, soziale Interaktion, Vertrauen und Reziprozität hervorgehoben werden (Ngai et al., 2015, S: 36).

Die Studien untersuchten auch das soziale Kapital in Bezug auf Qualität und Quantität bei der Abgrenzung von: Kenntnisse der NutzerInnen auf "sharing"; Nutzungsintention und Nutzerverhalten; Gruppenzusammenhalt im Social Media Kontext (Ngai et al., 2015, S: 36).

In dem Attribut "Mediator" wurde die Theorie des sozialen Kapitals verwendet, um die Absichten und das Verhalten der BenutzerInnen in Studien über soziale Medien zu erklären, wie beispielsweise die Forschung von Shiue et al (2010) über die Wirkung der sozialen Bindungen und der Soziales Faulenzen bei der Vermittlung des Zusammenhalts der sozialen Gruppe zeigte. (Ngai et al., 2015, S: 37).

Einige ForscherInnen haben auch gezeigt, wie soziale Faktoren wie das Sozialkapital als "Moderator" der Beziehungen zwischen abhängigen und unabhängigen Variablen in einem sozialen Medienkontext verwendet werden können (Ngai et al., 2015, S: 37).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Soziales Kapital eine weit verbreitete und wichtige Theorie für das Studium sozialer Mediendarstellt, die sowohl als Stimulus als auch als Variable verwendet werden kann. Mit der Theorie des sozialen Kapitals kann folgendes überprüft werden: Gründe für die Nutzung sozialer Medien, Kenntnisse der NutzerInnen auf "sharing"; Nutzungsintention und Nutzerverhalten; Gruppenzusammenhalt im Social Media Kontext; die Absichten und das Verhalten der BenutzerInnen, usw.

4.2. Integration

Integration ist einer der Aspekte, er in den Migrationsstudien und dem Verständnis der Integrationsmechanismen immer berücksichtigt wurde Berry (2005) gibt an, dass die folgende Frage jahrhundertlang von verschiedenen Disziplinen und unterschiedlichen theoretischen Perspektiven gestellt wurde:

“how can people(s)? of different cultural backgrounds encounter each other, seek avenues of mutual understanding, negotiate and compromise on their initial positions, and achieve some degree of harmonious engagement?” (Berry, 2005, S: 698).

Um die Integrationsmechanismen zu verstehen, ist es wichtig, die für die Aufnahmegesellschaften verfügbaren Integrationsmodi zu verstehen. Löffler (2011) gibt an, dass der Integrationsbegriff so offen ist, dass er sowohl für Multikulturalismus als auch für Assimilation stehen kann. (Löffler, 2011, S: 182)

Der Integrationsprozess von MigrantInnen kann zwei unterschiedliche Handlungsmodelle umfassen: das Assimilationsmodell und das Akkulturationsmodell.

Das Assimilationsmodell trägt eine kulturelle Entscheidung, in denen ein/e MigrantIn dazu gebracht wird, die im Aufnahmeland praktizierte Kultur zum Nachteil seiner Herkunft zu übernehmen. Hartmut Esser ist einer der Pioniere der Migrationssoziologie, die seit den 1980er Jahren ihr Assimilationsmodell entwickelt.

Auf der anderen Seite gibt es das Akkulturationsmodell, wobei viele Migrationsexperten behaupten, dass das der beste Weg sei, da es ein Prozess ist, der versucht, dass die beiden Kulturen in einer einzigen Gesellschaft zusammenleben: die Kultur der Herkunft und die Kultur der Rezeption. John W. Berry kann als einer der Hauptbegründer der Akkulturation angesehen werden.

4.2.1. Das Assimilationsmodell nach Esser

Hartmut Esser begann in den 1980er Jahren mit der Entwicklung seiner Migrationstheorie, die er durch die Berücksichtigung historischer Prozesse in Bezug auf neue Migrationstrends immer wieder neu formuliert und erweitert.

Esser rückt die MigrantInnen in den Mittelpunkt, die ihr gesellschaftliches Bezugssystem verlassen haben und ihre Relevanzsysteme in der Einwanderungsgesellschaft neu ordnen müssen (Latecheva et al, 2006, S:11).

Esser versteht Integration als:

“der Zusammenhalt von Teilen in einem „systemischen“ Ganzen, gleichgültig zunächst worauf dieser Zusammenhalt beruht. Die Teile müssen ein nicht wegzudenkender, ein, wie man auch sagen könnte, „integraler“ Bestandteil des Ganzen sein. Durch diesen Zusammenhalt der Teile grenzt sich das System dann auch von einer bestimmten „Umgebung“ ab und wird in dieser Umgebung als „System“ identifizierbar.“ (Esser, 2001, S: 1).

Die Integration eines Systems ist definiert durch das Bestehen gewisser Beziehungen der gegenseitigen Abhängigkeit zwischen den Einheiten und der Abgrenzung des jeweiligen Milieus. Entsprechend der Struktur dieser Beziehungen ist ein System "mehr" oder "weniger" integriert. Soziale Systeme entstehen durch soziale Relationen, d.h. durch wechselseitig aufeinander bezogene Orientierungen und Akten, soziale Kontakte, Interaktionen, Kommunikationen, soziale Beziehungen oder Transaktionen aller Art, die auch als soziales Handeln bezeichnet werden können (Esser, 2001, S:1).

In der allgemeinen Definition des Integrationsbegriffs ist klar, dass es immer zwei Einheiten gibt: das "System" als Ganzes und den "Teilen", aus denen es besteht. Nach Esser ist daher zunächst zwischen der Integration des "Systems" und der "sozialen" Integration zu unterscheiden, wie Lockwood bereits geschrieben hatte (Esser, 2001, S: 3). Integration des Systems bedeutet, dass ein aus verschiedenen Teilen bestehendes soziales System als System fungiert. Soziale Integration bedeutet die Aufnahme neuer Elemente oder Akteure in ein bestehendes System (Lockwood, 1964, zitiert in Esser 2001, S: 3).

Nach Esser (2001) hat soziale Integration direkt mit den Motiven, Orientierungen, Absichten und den Beziehungen der AkteurInnen zu tun. Soziale Integration ist also kein passives Phänomen, das heißt, niemand wird automatisch integriert, der/die Einzelne muss sich integrieren (Esser, 2001, S: 3-4). Trotz dieser individualistischen Sichtweise der sozialen Integration argumentiert Esser, dass eine stärkere Motivation zur Integration aufgrund struktureller Barrieren scheitern kann (Esser 1980, S: 209).

Soziale Integration ist die „Einbeziehung“ des Akteurs/der Akteurin in die jeweiligen sozialen Systeme und bezieht sich auf die Unterschiede zwischen den einzelnen AkteurInnen in der Dimension ihrer Beziehungen und in dem von den einzelnen AkteurInnen erreichten variablen Grad an sozialer Beziehung (Esser 2001: 4-5).

Esser definiert soziale Integration als:

“Einbeziehung der Akteure in das gesellschaftliche Geschehen, etwa in Form der Gewährung von Rechten, des Erwerbs von Sprachkenntnissen, der Beteiligung am Bildungssystem und am Arbeitsmarkt, der Entstehung sozialer Akzeptanz, der Aufnahme von interethnischen Freundschaften, der Beteiligung am öffentlichen und am politischen Leben und auch der emotionalen Identifikation mit dem Aufnahmeland.” (Esser, 2001, S:8).

Der Autor unterscheidet vier Dimensionen der sozialen Integration: „Kulturation“, „Platzierung“, „Interaktion“ und „Identifikation“ (Esser, 2001, S:8).

Kulturation:

Mit Kulturation ist gemeint, dass die AkteurInnen über das Wissen und die Fähigkeiten verfügen, um mit Bedeutung, Verständnis und Erfolg zu handeln und zu interagieren.

Kenntnisse und Fähigkeiten beziehen sich auf die Kenntnis der wichtigsten Regeln für typische Situationen und auf der Beherrschung notwendiger (kultureller) Qualifikationen, insbesondere sprachlicher Art. Kenntnisse, Fähigkeiten und (sprachliche) Habilitation stellen somit eine Art Humankapital dar, in das die AkteurInnen investieren können und sollten, wenn sie für andere AkteurInnen interessant sein wollen und an der Besetzung seriöser sozialer Positionen interessiert sind oder an Interaktionen und Transaktionen teilnehmen möchten, die für sie selbst von Interesse sind. Soziale Integration als Kulturation ist daher insbesondere ein Prozess des Erwerbs des jeweiligen Wissens. Es ist ein Teil der Sozialisierung von Menschen in der Gesellschaft, genauer gesagt ein Teil der kognitiven Sozialisierung (Akkulturation). Enkulturation bezeichnet die Kulturation von Menschen zu Beginn ihres Lebens, mit der ihnen die Grundstrukturen des Individuums, insbesondere die emotionale Beziehung zu seiner Umwelt, vermittelt werden. Die „Akkulturation“ zu einem neuen Umfeld ist schwieriger, wenn:

- Sie später beginnt als die basierende Enkulturation,
- Je mehr kultureller Unterschiede es gibt. Kulturation ist ein Sonderfall des Lernens und daher in gewissem Maße von der Chancen-Struktur abhängig.

Dies gilt insbesondere für die Linguistik Akkulturation, die nur dann auftritt, wenn es regelmäßig Möglichkeiten oder Pflichten gibt, mit einem sprachlichen Umfeld umzugehen (Esser, 2001, S: 8-9).

Platzierung

Es versteht sich als Platzierung die Besetzung einer bestimmten sozialen Position durch eine/n Akteur/in. Dies stellt auch eine Form der „Inklusion“ der AkteurInnen in einer

Gesellschaft dar, möglicherweise sogar die Wichtigste. Die AkteurInnen sind eingemeindet in ein bereits bestehendes soziales System durch den Platzierungsprozess. Die wichtigsten Formen der sozialen Integration durch Platzierung sind die Gewährung bestimmter Rechte (Staatsangehörigkeit, Stimmrechte), der Besitz von beruflichen und anderen Positionen und der Beginn sozialer Möglichkeiten, soziale Beziehungen zu anderen Mitgliedern des Sozialsystems aufrechtzuerhalten. Die soziale Integration durch den Platzierungsmechanismus ist daher die wichtigste Voraussetzung für die Erlangung von Kapital, das in der Gesellschaft normalerweise nutzbar ist, insbesondere in Form von ökonomischem Kapital und auch Humankapital. (Esser, 2001, S: 9-10)

Interaktionen:

Interaktionen sind ein Sonderfall des sozialen Handelns, bei dem sich die AkteurInnen durch Wissen und Symbole gegenseitig orientieren und auf diese Weise durch ihre Orientierungen und Handlungen miteinander interagieren. Es gibt drei Sonderfälle von Interaktionen: die gedankliche Koordination, die sogenannte symbolische Interaktion und die Kommunikation (Esser, 2001, S:10).

Dazu kommen die sogenannten sozialen Beziehungen, also Interaktionen mit mehr oder weniger starren und obligatorischen Regeln, wie zum Beispiel einer Freundschaft. Sie sind wichtige Typen und Mechanismen der sozialen Integration. Durch sie wird die Platzierung der AkteurInnen im gesellschaftlichen Alltag vollzogen (Esser, 2001, S:11).

Andererseits ist es für die Formation von sozialintegrativen Interaktionen notwendig, dass die Verfügbarkeit und die Eignung der jeweiligen AkteurInnen gegeben sind. Auch die anderen AkteurInnen müssen die jeweiligen Angebote einer Freundschaft annehmen (Esser, 2001, S:11).

Eine wichtige „strukturelle“ Voraussetzung für den Empfang von Interaktionen sind bereits die objektiv gegebenen Gelegenheiten des Zusammentreffens. Im Falle von starken ethnischen Segregationen sind geringere Möglichkeiten, interethnischer Interaktionen gegeben. Die Beherrschung bestimmter kultureller Fertigkeiten, insbesondere die Sprache, gehört zu den technischen Voraussetzungen einer erfolgreichen Interaktion. Zum anderen helfen die etablierten Interaktionen gerade beim Erwerb dieser Fertigkeiten (Esser, 2001, S: 11)

Identifikation

Die Identifikation des Akteures bzw. der Akteurin mit einem sozialen System ist die besondere Haltung eines Akteures/einer Akteurin, in der er/ sie sich und das soziale Konstrukt als Einheit sieht und mit dieser „identisch“ wird. Es ist eine mentale und emotionale Beziehung zwischen dem singulären Akteur bzw. der singulären Akteurin und dem sozialen System als „Ganzheit“, das heißt als "Kollektiv", das in jedem Akteur/ jeder Akteurin als Orientierung existiert, mit einem kollektiven Inhalt wie Nationalstolz oder als Wir-Gefühl zu den anderen Mitglieder der Gesellschaft oder Gruppe. (Esser, 2001, S: 12)

Alle vier Dimensionen der sozialen Integration hängen zusammen. Im Bereich Bildung und Beruf kommt die Platzierung jedoch vor allen anderen.

4.2.2. Das Akkulturationsmodell nach Berry

John W. Berry ist ein kanadischer Psychologe und Migrationsforscher, der als einer der Hauptbegründer der Akkulturationspsychologie angesehen werden kann.

Berry geht davon aus, dass das gesamte Verhalten (zu einem bestimmten Grad) durch den kulturellen Kontext gebildet ist, in dem das Individuum geschaffen wurde und jetzt lebt und dass in der interkulturellen Psychologie kein Verhalten verstanden werden kann, ohne den kulturellen Kontext zu verstehen, in dem es sich entwickelt (Berry, 2004, S. 29).

Der Autor stellt fest, dass Integration ein Prozess ist, der sowohl auf sozialer als auch auf kultureller Ebene und auf psychologischer Ebene stattfindet, wo Überzeugungen, Einstellungen, Werte und Verhaltensweisen eine wichtige Rolle spielen (Berry, 2004, S: 30).

In seiner Analyse der Psychologie der Gruppenbeziehungen gibt es zwei zentrale Konzepte, die parallel funktionieren: Akkulturation und ethnische Beziehungen.

Berry definiert Akkulturation als:

“Acculturation is the dual process of cultural and psychological change that takes place as a result of contact between two or more cultural groups and their individual members.” (Berry, 2005, S: 698).

Auf der Gruppenebene sind Änderungen der sozialen Strukturen und Institutionen sowie der kulturellen Praktiken zu verzeichnen. Auf individueller Ebene geht es um Änderungen im Verhaltensrepertoire einer Person (Berry, 2005, S: 698-699). Berry bekräftigt, dass kulturelle und psychologische Änderungen durch einen langfristigen Prozess zustande kommen, der manchmal Jahre, manchmal Generationen und manchmal Jahrhunderte in Anspruch nimmt (Berry, 2005, S: 699).

Berry gibt an, dass nicht alle Gruppen und Individuen auf die gleiche Weise Akkulturation erleben werden, da es große Unterschiede gibt, wie Menschen in den Akkulturationsprozess involviert werden. Der Autor nennt diese Variationen Akkulturationsstrategien, die aus zwei Komponenten bestehen, die normalerweise verbunden sind: Einstellungen und Verhaltensweisen. Diese Komponenten werden in alltäglichen interkulturellen Begegnungen gezeigt, aber es steht dem Einzelnen bzw. der Einzelnen nicht völlig frei, nach seinen Präferenzen zu handeln, da dominante Gruppen häufig Einschränkungen auferlegen (Berry, 2005, S: 704).

Daher gibt es zwei verschiedene Gruppen: ethnocultural groups (oder nicht dominante Gruppe) und larger society (oder dominante Gruppe). Für jede Gruppe entwickelt Berry vier Akkulturationsstrategien, aus diesen leiten sich für beide Gruppen zwei grundlegenden Fragen für alle Menschen ab, die Akkulturation erfahren:

- eine relative Präferenz für die Erhaltung des Kulturerbes und des Identitätserbes,
- eine relative Präferenz für den Kontakt mit Gruppen (Berry, 2005, S: 705).

Wie in der folgenden Abbildung gezeigt wird:

ISSUE 1:

MAINTENANCE OF HERITAGE CULTURE AND IDENTITY

ISSUE 2:

RELATIONSHIPS
SOUGHT
AMONG
GROUPS

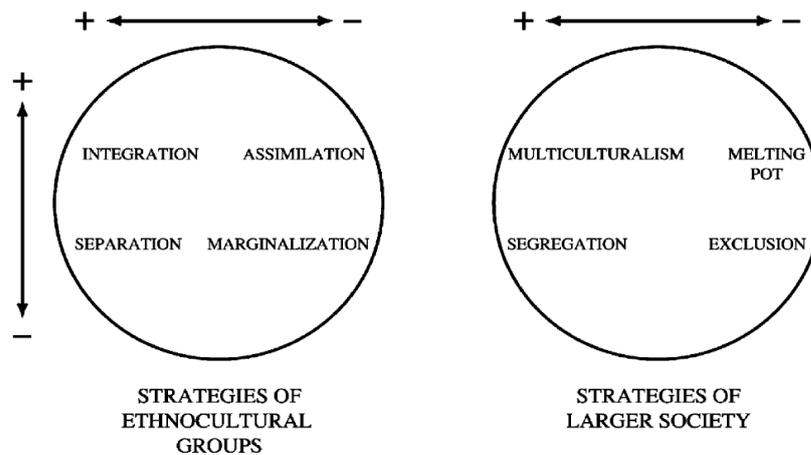


Abbildung 5: Akkulturationsstrategien für ethnocultural groups und larger society – Quelle: Esser, 2005, S: 705

Die vier von Berry vorgestellten Strategien der Akkulturation für ethnocultural groups, oder nicht dominanten Gruppen (wie z.B. Migranten), sind: Integration, Assimilation, Segregation und Marginalisation (Berry, 2005, S: 704-705).

Die Assimilation impliziert völlige Entwurzelung; die Integration besteht aus einem gleichzeitigen Prozess, der (ausländische) Wurzeln enthält und der Interaktion mit anderen Gruppen; die Segregation entsteht durch die Anhänglichkeit an das kulturelle Erbe und mit dem Desinteresse an der Interaktion mit der dominanten Gruppe; und schließlich Marginalisierung, die durch den Verlust von Wurzeln passiert begleitend zur Ablehnung des Kontakts mit anderen Gruppen (Berry, 2005, S: 705-706).

Integration ist daher die Akkulturationstrategie nicht dominanter Gruppen, wenn das Interesse an der Aufrechterhaltung der Erbkultur besteht, während täglich mit anderen Gruppen interagiert wird. Bei Integration ist ein gewisses Maß der Aufrechterhaltung der ursprünglichen kulturellen Integrität zu bewahren, während gleichzeitig versucht wird, sich uneingeschränkt an der vorherrschenden Gesellschaft zu beteiligen. Die erfolgreichste Akkulturationsstrategie ist nach Berry die Integration (Berry, 2004, S: 29).

4.2.3. Die SCAS - Sociocultural Adaptation Scale nach Ward und Kennedy

Die Sociocultural Adaptation Scale (SCAS) entstand, bei dem Versuch die konzeptionelle Integration in einen fraktionierten Teil der Forschung zu bringen; damit unterteilt sich die interkulturelle Anpassung in zwei Bereiche: psychologische und soziokulturelle. 1990 wurde die Skala erstmals von Searle und Ward in einer Studie über den transkulturellen Übergang und die Anpassung von malaysischen und singapurischen Studenten in Neuseeland verwendet.

“The development of Sociocultural Adaptation Scale (SCAS) was inspired by Furnham and Bochner's (1982) 40-item Social Situations Questionnaire (SSQ), based, in turn, on an earlier social skills scale by Trower, Bryant and Argyle (1978) and on interviews with foreign language students in Britain. Cultural.” (Ward & Kennedy, 1999, S; 662).

Diese erste Version der Sociocultural Adaptation Scale bestand aus 16 Items. Obwohl einige SCAS-Items direkt aus dem Furnham- und Bochner-Instrument entnommen wurden, waren SCAS-Items aufgrund der Einbeziehung von Items wie Lebensmittelanpassung und Klimaanpassung nicht nur mit sozialen Situationen verbunden.

1999 wurde die Sociocultural Adaptation Scale (SCAS) von Ward und Kennedy verfeinert und erweitert. Nach Ward & Kennedy (1999) bezieht sich die interkulturelle psychologische Anpassung auf das psychologische, affektive Wohlbefinden, d.h. die allgemeine Zufriedenheit des Einzelnen/der Einzelnen und das Wohlbefinden der interkulturellen Erfahrung. Andererseits hängt soziokulturelle Anpassung mit der Fähigkeit zusammen, mit Alltagsproblemen (sowohl familiären als auch sozialen) umzugehen; kulturell angemessene Fähigkeiten zu erwerben und mit interaktiven Aspekten von "host environment" umzugehen (Ward & Kennedy, 1999, S: 660-661). Diese Art der Anpassung wird durch Faktoren wie kulturelles Wissen, Aufenthaltsdauer, Sprachkompetenz, Erwerb sozialer Kompetenzen und kulturelle Distanz beeinflusst (Ward & Kennedy, 1999, S; 661). Die Sociocultural Adaptation Scale (SCAS) ist ein Instrument, mit dem sich die soziokulturelle Anpassung der Befragten sowie der Schwierigkeitsgrad messen lässt, auf den sie in alltäglichen sozialen Situationen infolge kultureller Unterschiede stoßen. Es enthält eine Liste von Items, die nach den Schwierigkeiten fragen, mit denen die TeilnehmerInnen in

folgenden Situationen konfrontiert sind: sich mit der lokalen Bevölkerung anfreunden, zu gesellschaftlichen Veranstaltungen gehen, Anpassung an die örtlichen Unterkünfte. Die Liste der Items, die je nach Probe variieren kann, macht die SCSA zu einem flexiblen Instrument und kann leicht entsprechend den Eigenschaften der zu untersuchenden Probe geändert werden (Ward & Kennedy, 1999, S: 662). Die Befragten bewerten ihre Schwierigkeit, sich an kulturelle Situationen anzupassen, anhand einer 5-Punkte-Likert-Skala mit 1 = Keine Schwierigkeit bis 5 = Extreme Schwierigkeit (Ward & Kennedy, 1999, S:662).

Einige Studien wie Oguri & Gudykunst (2002), Simic-Yamashita & Tanaka (2010), Klemens & Bikos (2009), Brisset et al. (2010) und Savicki (2010) haben jedoch die Skala geändert, indem sie die Scores auf den Items umgekehrt und / oder die Skala auf mehr Punkte ausgedehnt haben. Diese Maßnahme zielt auf die Übereinstimmung mit anderen Skalen in den Studien und / oder auf eine einfachere Interpretation der Ergebnisse ab.

Die Sociocultural Adaptation Scale (SCAS) Items sind nachfolgend aufgeführt:

Items from the Sociocultural Adaptation Scale

1. Making friends
2. Using the transport system
3. Making yourself understood
4. Getting used to the pace of life
5. Going shopping
6. Going to social events/gatherings/functions
7. Worshipping in your usual way
8. Talking about yourself with others
9. Understanding jokes and humor
10. Dealing with someone who is unpleasant/cross/aggressive
11. Getting used to the local food/finding food you enjoy
12. Following rules and regulations
13. Dealing with people in authority
14. Dealing with the bureaucracy
15. Making yourself understood
16. Adapting to local accommodation
17. Communicating with people of a different ethnic group
18. Relating to members of the opposite sex
19. Dealing with unsatisfactory service
20. Finding your way around
21. Dealing with the climate
22. Dealing with people staring at you
23. Going to coffee shops/ food stalls/restaurants/fast food outlets
24. Understanding the local accent/language
25. Living away from family members overseas/independently from your parents
26. Adapting to local etiquette
27. Getting used to the population density
28. Relating to older people
29. Dealing with people of higher status
30. Understanding what is required of you at university
31. Coping with academic work
32. Dealing with foreign staff at the university
33. Expressing your ideas in class
34. Living with your host family
35. Accepting /understanding the local political system
36. Understanding the locals' world view
37. Taking a local perspective on the culture
38. Understanding the local value system
39. Seeing things from the locals' point of view
40. Understanding cultural differences
41. Being able to see two sides of an intercultural issue

Abbildung 6: Items aus der SCAS - Quelle: Ward & Kennedy (1999) - S: 663

Das SCAS wurde ausgiebig in der Forschung mit AusländerInnen eingesetzt und hat mit einer Vielzahl kulturübergreifender Stichproben eine gute Reliabilität und Validität gezeigt (Ward & Kennedy, 1999, S: 670). Darüber hinaus bekräftigt Gudykunst (1999), dass SCAS das empirischste Fundament jedes Maß, die Untersuchung der interkulturellen Beziehungen benutzt haben, ist. Außerdem ist SCAS ein höchst reliables, valides und vielseitiges Maß für die Anpassungsfähigkeit des Verhaltens (Gudykunst, 1999, S: 533).

Daher wurde die Sociocultural Adaptation Scale gewählt, um Aspekte der soziokulturellen Anpassung in dieser Studie zu untersuchen, weil:

- SCAS genießt in zahlreichen kulturellen Kontexten hohes Vertrauen,
- SCAS misst das Ausmaß von Verhaltens- und kognitiven Schwierigkeiten, die Individuen bei der Anpassung an eine neue Kultur und Gesellschaft haben,
- SCAS ist ein flexibles Instrument und kann modifiziert werden:
 - nach den Merkmalen der Probe,
 - die Notwendigkeit, die Ergebnisse einfacher zu interpretieren,
 - die Notwendigkeit der Standardisierung mit den anderen Skalen der Studie.

5. Forschungsdesign

Im folgenden Kapitel soll das Forschungsdesign dieser Masterarbeit vorgestellt werden. Zuerst werden die Forschungsfragen (FF) sowie die dazugehörigen Hypothesen (H), Variablen (V) und Ausprägungen aufgestellt. Danach wird die Operationalisierung der qualitativen sowie quantitativen Teile der Forschung präsentiert.

5.1. Forschungsfragen, Hypothesen, Variablen und Ausprägungen

In der vorliegenden Arbeit soll herausgefunden werden, welchen Nutzen die Mitglieder von den geschlossenen Facebook-Gruppen „Brasileiros em Viena“ und „Brasileiros felizes em Viena – Áustria“ haben, um die Integration besser zu schaffen. Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich daher mit folgenden Forschungsfragen und Hypothesen:

F.F.1: Inwiefern wird die Integration in neuen Lebensbedingungen durch Migrationsgründe und durch die Wahrnehmung von Chancen und Schwierigkeiten von MigrantInnen beeinflusst?

Migration ist der vorübergehende oder dauerhafte Umzug von Individuen oder Menschengruppen von einem geografischen Ort an einen anderen und zwar aus verschiedenen Gründen, die von besseren Beschäftigungsmöglichkeiten bis zur Verfolgung reichen. (Hagen-Zanker, 2008, S: 4).

Es gibt verschiedene Arten der Migration. Jede Art der Migration bestimmt einige Voraussetzungen, die unterschiedliche Konsequenzen für die Integration von MigrantInnen zu Folge haben (Heckmann, 2014; S:23-24).

Migration hat eine komplexe und vielfältige Natur, die ausgefeilte Theorien erfordert, die verschiedene Perspektiven, Ebenen und Annahmen berücksichtigen. Migrationstheorien können nach der Ebene klassifiziert werden, auf die sie sich konzentrieren (Hagen - Zanker, 2008, S:5).

Mikroebenen-Theorien konzentrieren sich auf individuelle Migrationsentscheidungen, während die Makroebenen-Theorien aggregierte Migrationstrends betrachten und diese

Trends mit Erklärungen auf Makroebene erklären. Abschließend gibt es die Mesoebene-Theorie, die zwischen der Mikro- und der Makro-Ebene-Theorie steht, diese konzentriert sich z.B. auf die Haushalts- oder Gemeindeebene (soziale Netzwerke oder soziale Bindungen) (Faist, 2000, S: 30-34 und Hagen-Zanker, 2008, S:5).

In seiner Studie zu den Migrationstheorien auf der Mesoebene verbindet Thomas Faist die rationalen und individuellen Migrationsentscheidungsmodelle mit den strukturellen Makromigrationsmodellen. Soziale Beziehungen und soziales Kapital in Haushalten, Nachbarschaften, Gemeinden und formalen Organisationen helfen MigrantInnen bei Migrationsentscheidungs- und Anpassungsprozessen, sodass sie sowohl eine Ressource als auch ein integrierendes Instrument darstellen (Faist 2000, S: 71).

Die Integration von MigrantInnen ist ein komplexes Ereignis, das auf verschiedenen Ebenen und in verschiedenen sozialen Bereichen stattfindet (Heckmann, 2014, S:71).

Heckmann argumentiert, dass Indikatoren sozialer Inklusion eine Reflexion von Beziehungen zwischen Gruppen sind. Sie zeigen Akzeptanz oder Nichtakzeptanz, Offenheit oder Nähe, das Bestehen oder Verschwinden von Grenzen in Intergruppenbeziehungen (Heckmann, 2014, S: 181).

In seinem Modell der Akkulturation identifiziert Berry zwei Dimensionen, in denen MigrantInnen ihre Identität rekonstruieren:

“The first of these dimensions is identification with one’s heritage or ethnocultural group, and the second is identification with the larger or dominant society.” (Berry, 2001, S: 620).

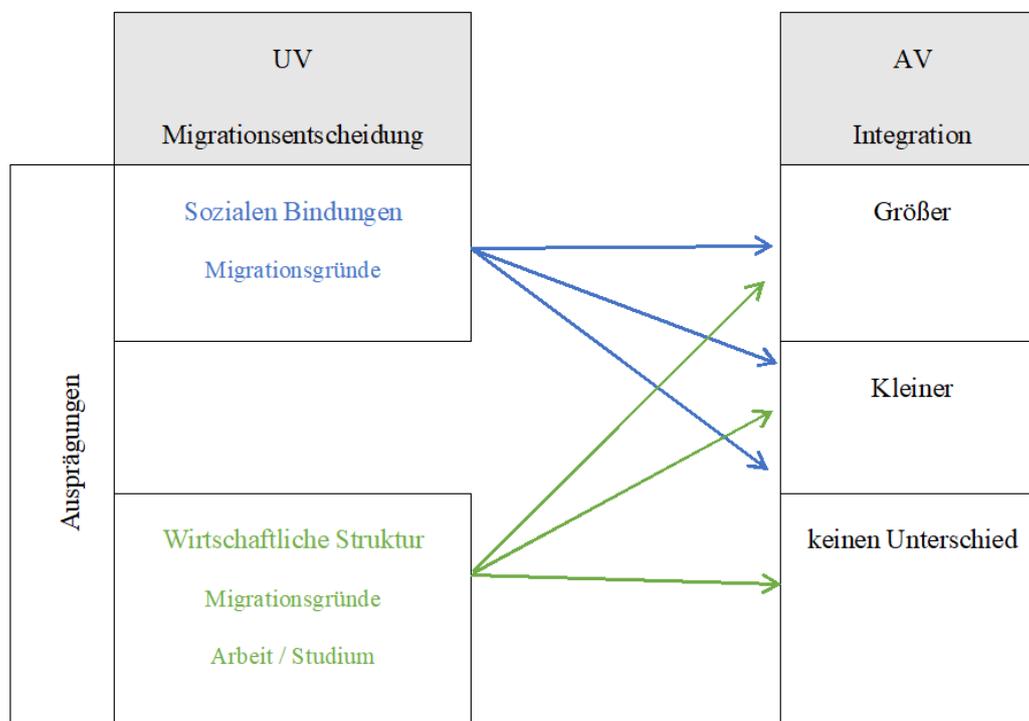
Basierend auf diesen Dimensionen identifiziert Berry (2001, 2008) vier Akkulturationsstrategien, die aus zwei Komponenten bestehen: „attitudes“ und „behaviors“. Berry & Sam argumentieren, dass die „attitudes“ und „behaviors“, denen Individuen in alltäglichen interkulturellen Begegnungen ausgesetzt sind, die Strategien für die Anpassung an eine Gesellschaft definieren (Berry & Sam, 2016, S: 21).

Die Autoren behaupten, dass es selten einen Zusammenhang gibt zwischen dem, was ein Mensch bevorzugt und sucht („attitudes“) und dem, was er tatsächlich kann („behaviors“).

Diese Diskrepanz wird in der Sozialpsychologie untersucht. Diese Diskrepanz wird normalerweise als Ergebnis von „social constraints“ bei Verhaltensweisen - wie z.B. Chancen, Normen - und Machtunterschieden zwischen den Gruppen, die in Kontakt sind, erklärt. (Berry & Sam, 2016, S: 21).

Basierend auf den obigen Informationen bzw. der theoretischen Einbettung schlage ich folgenden Hypothesen vor:

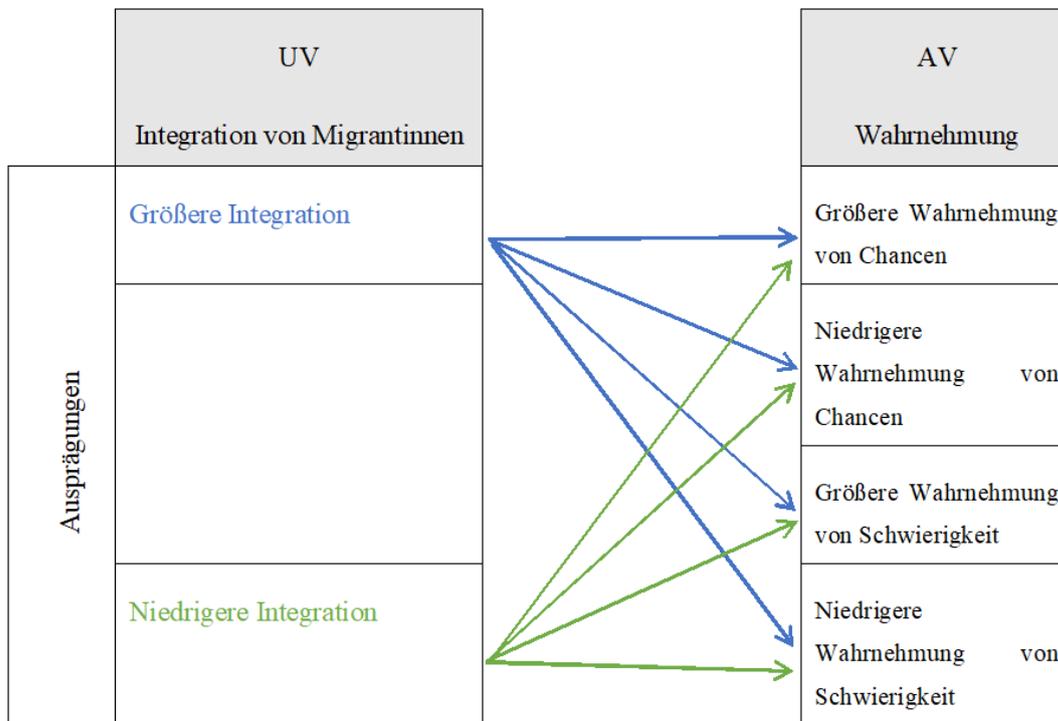
H.1.: Es gibt Unterschiede zwischen der Integrationswahrnehmung in Gruppen mit MigrantInnen, die arbeiten oder studieren und Gruppen mit MigrantInnen, die sich nicht dieser Art von Aktivitäten widmen.



Eine andere Hypothese kommt aus der Alltagsbeobachtung - aber leider habe ich bis jetzt keine Literatur gefunden, um meine theoretische Begründung zu unterstützen:

H.2.: Es besteht eine positive Korrelation zwischen Integration von MigrantInnen und Wahrnehmung von Chancen. Es wird auch eine positive Korrelation zwischen

der Integration von MigrantInnen und der Wahrnehmung von Schwierigkeiten erwartet.



F.F.2.: Welche Arten von Informationen werden in diesen Gruppen angeboten?

In einem neuen Land ist die Adressierung von Informationsbedürfnissen einer der Herausforderungen, denen sich MigrantInnen gegenübersehen und als fortlaufender Prozess betrachtet wird (Caidi et al., 2010, S: 493).

Caidi et al. (Caidi et al., 2010, S: 498) weisen auf die heterogene Natur von EinwanderInnen hin, deren Bedürfnisse, Erfahrungen und Stärken in Abhängigkeit von verschiedenen Faktoren variieren, darunter: Bildung, Alter, Geschlecht, Herkunftsland, Familienstand und deren Englischkenntnissen oder die vorherrschende Sprache in ihrem neuen Land.

Außerdem kommen ZuwanderInnen aus verschiedenen Migrationsklassen, haben einen unterschiedlichen Hintergrund und sind möglicherweise mit den Institutionen und Werten des Aufnahmelandes nicht vertraut.

Ein anderer Ansatz von Caidi, Allard und Dechief (2008) besteht darin, dass sich der Informationsbedarf von MigrantInnen im Laufe der Zeit ändert. Die Autoren weisen auf 4 Schritte hin, die überlagert werden können:

- Premigration stage (vor der Migration in das neue Land);
- Immediate stage (z. B. Informationen über dringende Überlebensnotwendigkeiten);
- Intermediate stage (notwendige Informationen für den Zugriff auf verschiedene lokale Systeme und Institutionen)
- Integrative stage (Wenn sich MigrantInnen an ihr neues Land gewöhnen, besteht der Wunsch nach verstärkter politischer und bürgerlicher Beteiligung) (Caidi et al, 2008, S:4).

In der Studie über asiatische MigrantInnen in Australien haben Khoir, Du & Koronios (Khoir, Du & Koronios, 2014) den Informationsbedarf dieser asiatischen MigrantInnen in drei Kategorien unterteilt und diese Bedürfnisse wie in der nachstehenden Abbildung aufgeführt:

Asian immigrants' information needs		
Personal	General	Formal
Job/employment	Accommodation	Immigration
English literacy	Transportation	Education
Networking (friends/family/community)	Local culture/lifestyle	Tax assistance
Computer skills	City profile/orientation	Legal aid
Health insurance	Road safety and driving	Banking

Abbildung 7: Informationsbedarf von MigrantInnen nach Khoir, Du & Koronios, 2014, S: 285

In Bezug auf diese Forschungsfrage gibt es die folgende Hypothese:

H.3.: Es werden in den brasilianischen Facebook-Gruppen folgende Informationen angeboten:

- Beruf / Beschäftigung,
- Deutschkurse, Möglichkeiten,
- Vernetzung (Freunde / Familie / Gemeinschaft),
- Computerfähigkeiten,
- Krankenversicherung,
- Unterkunft,
- Transport,
- Lokale Kultur / Lebensstil,
- Stadtprofil / Orientierung,
- Verkehrssicherheit und Fahren,
- Immigration,
- Bildung,
- Steuerberatung,
- Rechtshilfe,
- Banking
- Diskussionen über die österreichische Politik,
- Diskussionen über die brasilianische Politik,
- Verfügbarkeit von brasilianischen Produkten oder ähnlichen Artikeln,
- Informationen über österreichische / brasilianischen Dokumente,
- Emotionale Unterstützung.

Diese Liste kann um andere Themen erweitert werden, die während der Inhaltsanalyse gefunden werden.

F.F.3. Welche Arten von Partizipation gibt es bei diesen Facebook-Gruppen?

Boyd und Ellison (Boyd & Ellison, 2007) argumentieren, dass der Aufstieg von SNSs auf eine Änderung in der Organisation von Online-Communities hindeutet, da SNSs hauptsächlich um Menschen und nicht um Interessen organisiert sind (Boyd & Ellison, 2007, S: 219).

„Social network sites are structured as personal (or “egocentric”) networks, with the individual at the center of their own community.” (Boyd & Ellison, 2007, S: 219)

Facebook hat sich zu einer wichtigen Plattform für Diskussionen und Verbreitung von Meinungen und Informationen zu verschiedene Themen entwickelt, von der Veröffentlichung persönlicher Bilder über die Schaffung eines Zugehörigkeitsgefühls zu einer lokalen und globalen Gemeinschaft (Ellison & Boyd, 2013; S:218-219; Mckay, 2010, S: 496).

UniversitätsstudentInnen, die an der Junco-Studie zur Verwendung von Facebook teilnehmen, berichteten über die Teilnahme an verschiedenen Aktivitäten auf Facebook, z.B.: Spiele spielen, Posting Statusaktualisierung, Sharing Links, private Nachrichten, Kommentieren, FB-Chats, Checking in, Events, Fotos posten, Fotos markieren, Fotos anzeigen (Viewing), Videos posten, Videos und Anzeigen (Viewing) markieren. (Junco, 2012, S: 192 & 198)

Angelehnt an die oben genannten Informationen, wird die folgende Hypothese formuliert:

H.4. Es gibt in brasilianische Facebook-Gruppen folgenden Arten von Partizipation:

- Posting
- Sharing Links,

- Kommentieren,
- Checking in,
- Events

Diese Liste kann um andere Themen erweitert werden, die während der Inhaltsanalyse gefunden werden.

F.F.4: Welchen Einfluss haben Gruppen bei der Integration ihrer TeilnehmerInnen in ihr neues Leben in Österreich?

Die Anpassung an eine neue Kultur ist kein einfacher Prozess. Der Prozess kann durch die Verwendung neuer Medien wie Facebook erleichtert werden (Croucher, 2011, S:259-260; Sawyer & Chen, 2012, S: 164).

Social Media - wie Facebook - ist eine wichtige und neu entwickelte Form der Kommunikation. Social Media bietet Menschen eine "many-to-many" Kommunikationsskala, formt kulturelle Identitäten(Chen & Dai, 2012), formt "third cultures" (McEwan & Sobre-Denton, 2011, S:253-254), verändert die Wahrnehmung interkultureller Kommunikation (Smith Pfister & Soliz, 2011, S: 250; Elola & Oskoz, 2008, S:466; Shuter, 2012, S: 228-230) und kann Neuankömmlingen bei der kulturellen Anpassung helfen.

Der kulturelle Anpassungsprozess wird durch SNS (social network Sites) wie Facebook erleichtert: zum Beispiel werden Verbindungen mit der Gastkultur geknüpft, emotionaler Stress wird reduziert, die sprachliche Fließfähigkeit wird verbessert, die soziale Unterstützung wird erhöht und Informationen über den Gastgeber werden bereitstellt (Wang, Sun, & Haridakis, 2009; Tsai, 2006; Shuter, 2012).

Solche Medien können auch den neu angekommenen MigrantInnen als Mittel dienen, um Beziehungen zu ihren Heimatländern aufrechtzuerhalten, ihre Retro-Kultur zu fördern, ihre ethnischen Identitäten zu stärken oder ihre In-Gruppen-Verbindungen zu stärken (Eriksen, 2007; Marcheva, 2011; Wang, Huang et al., 2009)

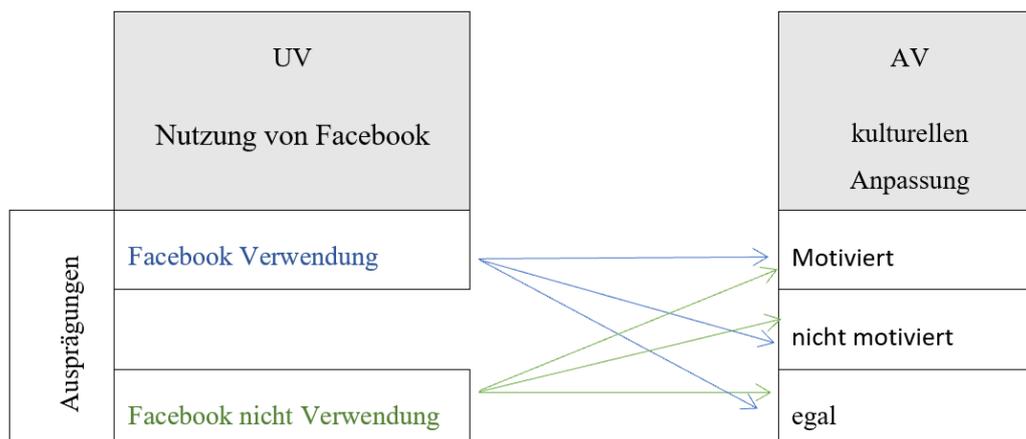
Es gibt zwei Forschungsstränge bezüglich der Beziehung zwischen Facebook-Nutzung und kultureller Anpassung:

- a) Der erste Forschungsstrang bezieht sich auf Forschungen über vorwiegend chinesischen-internationalen StudentInnen, die in der Regel kurzfristige MigrantInnen sind. Dieser Forschungsstrang hat uns gezeigt, dass eine verstärkte Nutzung dieser Medien zu einem verringerten Kulturschock und zu einer erhöhten kulturellen Anpassung führt (Sawyer & Chen, 2012, S: 164).
- b) Der zweite Forschungsstrang bezieht sich auf Forschungen über muslimische MigrantInnen, die keine Studenten sind und die langfristig in ihrem neuen Land bleiben wollen. Dieser Forschungsstrang zeigt, dass die Nutzung von Social Media den Kulturschock reduziert und die Motivation für die Anpassung verbessert (Croucher et al., 2009; Croucher & Cronn-Mills, 2011).

Die Nutzung von Facebook bezieht sich in unterschiedlicher Weise auf den Anpassungsprozess, abhängig von der Gruppe der MigrantInnen, ihrer Migrationsintention und dem Ausmaß interkultureller Interaktionen (Croucher & Cronn-Mills, 2011; Shuter, 2012).

Da diese Forschung langfristige brasilianische MigrantInnen in Österreich untersuchen soll, wird in der nächsten Hypothese Folgendes über die Beziehung zwischen der Nutzung von Facebook und der Motivation zur kulturellen Anpassung vorgeschlagen:

H.5.: Es besteht eine positive Korrelation zwischen der Nutzung von Facebook-Gruppen und der Motivation brasilianischer MigrantInnen hinsichtlich der kulturellen Anpassung, unterteilt in Wahrnehmung von Chancen, Fähigkeiten der deutschen Sprache und Wahrnehmung von Schwierigkeiten.



In diesem Forschungsprojekt will ich auch die Beziehung zwischen der Nutzung von Facebook, der Motivation der kulturellen Anpassung und der Wahrnehmung der dominierenden österreichischen Kultur untersuchen.

Wie bereits im Kapitel Begriffserklärungen erläutert, habe ich das Konzept der dominanten Kultur verwendet, das im konkreten Fall dieser Forschung die österreichische Kultur darstellt, das im "A dictionary of sociology" steht.

In der Literatur findet man verschiedene Texte, die zeigen, dass eine Minderheit oder MigrantInnengruppe sich durch die dominante Kultur geächtet, eingeschränkt oder getrennt fühlt. Diese Gruppen leiden unter der dominanten Kultur und deshalb bilden sie eigene Gruppen, um die eigene Vitalität der Gruppe zu schützen (Giles & Johnson, 1981; Barker & Giles, 2002; Croucher, 2009).

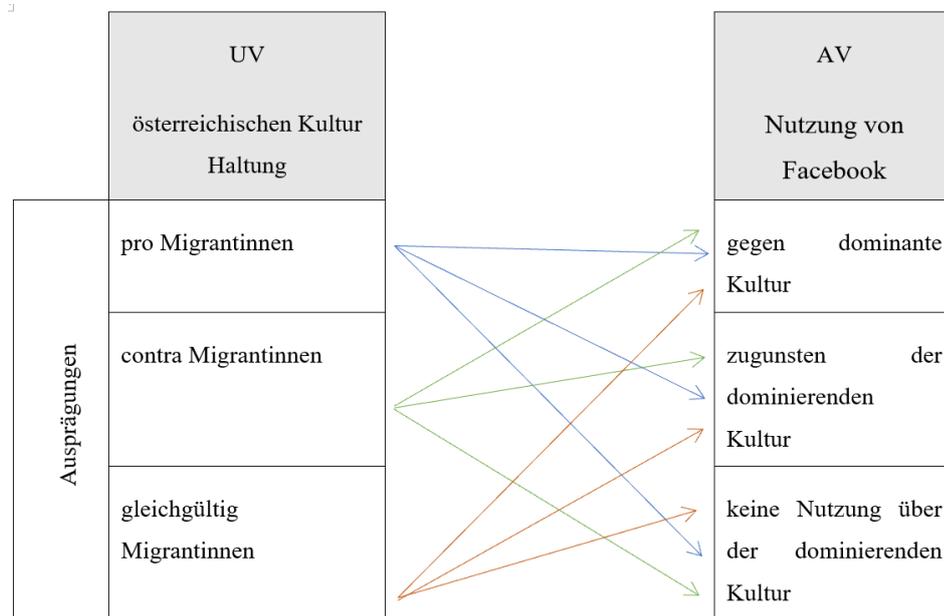
Studien, wie z.B. von Barker & Giles (Barker & Giles, 2002), Croucher (Croucher, 2013) und Palozzi (Palozzi, 2006) zeigen, dass MigrantInnengruppen durch die „Fremdenfeindlichkeit“ nicht motiviert sind sich kulturell anzupassen. MigrantInnen nutzen soziale Medien, um sich vor „Fremdenfeindlichkeit“, Bedrohungen und den Druck der kulturellen Anpassung zu schützen, und so die Vitalität der Gruppe zu erhalten (Croucher, 2011; Tufekci, 2008; Wang et al., 2009).

Mit zunehmenden antimuslimischen Diskursen begannen viele muslimische MigrantInnen und auch andere Gruppen von MigrantInnen, sich weniger an ihr neues Zuhause anzupassen. (González et al., 2008; Award, 2013; Croucher, 2013).

Das Internet ist ein Platz, wo viele isolierte, unzufriedene, enttäuschte und getrennte MigrantInnen, sich als Gemeinschaft vereinen und sich von der vorherrschenden Kultur trennen (Cheong, Martin & MacFayden, 2012, Oh, 2012).

In diesem Sinne wird die nächste Hypothese aufgestellt, die die Beziehung zwischen der Wahrnehmung der dominanten Kultur und der Nutzung von Facebook untersucht:

H.6.: Wenn eine brasilianische MigrantInn eine "Contra MigrantInnen Haltung" erlebt hat, verwendet diese Person die Facebook-Gruppen um die dominierende Kultur zu kritisieren.



F.F.5.: Wie beeinflussen diese Gruppen den Erwerb von sozialem Kapital?

Das Sozialkapital steht im Mittelpunkt bei der Untersuchung der verschiedensten Themen. Bei der Überprüfung von Autoren wie Bourdieu, Coleman, Putnam und anderen fällt auf, dass die Autoren den Begriff "soziales Kapital" auf der Grundlage der Begriffe "soziale Netzwerke", "Vertrauen", "bürgerschaftliches Engagement" u.a. definiert haben. Dies liegt daran, dass das Konzept des Sozialkapitals mehrere theoretische Formulierungen hat.

Laut Pierre Bourdieu (Bourdieu, 2002) stünde das soziale Kapital eines Individuums in direktem Zusammenhang mit dem Netzwerk von sozialen Beziehungen, das diese

Individuen mobilisieren kann, zugunsten einer Aktion, die es zu erfüllen wünscht und / oder ein Ziel, das es erreichen möchte (Bourdieu, 2002, S: 286).

Somit kann man festhalten, dass ein Individuum mit sozialem Kapital ein breites Netzwerk sozialer Beziehungen zur Unterstützung seiner Absichten mobilisieren kann, da das Volumen des sozialen Kapitals eines Individuums von der Größe des Beziehungsnetzes abhängt, das er artikulieren kann. Die Teilnahme an diesem "Netzwerk sozialer Beziehungen" würde für das Individuum (tatsächlich oder potenziell) Zugriff auf eine Reihe von Ressourcen, die die Mitglieder ihres Beziehungsnetzes haben, bedeuten. Auf diese Weise hängt das Kapitalvolumen, das das Individuum mobilisieren kann, vom Kapitalvolumen jeder Person der mobilisierten Netzwerke ab. In dieser Konzeption des Sozialkapitals spielt der Vertrauensgedanke eine wichtige Rolle. Bourdieu (2011) stellt außerdem fest, dass soziales Kapital durch eine kontinuierliche Beziehung zwischen Bestätigen und Wiederbestätigung der Bindungen zwischen Individuen reproduziert wird, das heißt durch ständige Beziehungen von Geselligkeit zwischen den Mitgliedern der Gruppe, den Austausch von Gegenständen und Dingen, die die Zugehörigkeit zur Gruppe symbolisieren, und die gegenseitige Anerkennung (Bourdieu, 2002, S: 286-287).

James Coleman (Coleman,1998 und Coleman,1990) formulierte seine Theorie des Sozialkapitals auf der Grundlage mehrerer Punkte der Bourdieu-Theorie. Coleman weicht jedoch entscheidend von Bourdieu ab, und zwar in Bezug auf den "Ort der Zuteilung" des Sozialkapitals, d.h. wo sich das Sozialkapital befindet. Bourdieu hat eine Vorstellung von sozialem Kapital, die mit anderen Formen des Kapitals vergleichbar ist und sieht es als eine individuelle Ressource, die die Menschen besitzen. Coleman stellt fest, dass soziales Kapital ein inhärenter Aspekt der Beziehungsstruktur zwischen Menschen ist. In den Worten von Coleman:

„they all consist of some aspects of a social structure, and they facilitate certain actions of individuals who are within the structure. {...} Unlike other forms of capital, social capital inheres in the structure of relations between persons and among persons. It is lodged neither in individuals nor in physical implements of production.” (Coleman, 1990, S. 302).

Eine neue Perspektive des sozialen Kapitals wurde von Putnam in seinem Buch "Making democracy work: Civic traditions in modern Italy" (Putnam et al, 1994) aufgezeigt. Putnam behauptet, dass die nördlichen Provinzen Italiens bessere Performances haben als die südlichen Provinzen, weil in den nördlichen Provinzen ein größerer Bestand an sozialem Kapital vorhanden ist, während im Süden solche Ressourcen nicht verfügbar wären. Er betrachtet soziales Kapital als "Bürgerkultur". Das ist ein Konzept, das in einem anderen Buch "The civic culture" (Almond & Verba, 2015, S: 31) vertreten ist, das heißt, dass die Bereitschaft von Individuen, an Gruppen, Vereinigungen und kollektiven Aktionen teilzunehmen vorhanden ist. Die Gruppen streben soziale positive Ziele an.

Wie bereits dargelegt, ist die zentrale Idee des Sozialkapitals einfach: Es sind die Ressourcen, die den Menschen durch ihre sozialen Interaktionen zur Verfügung stehen. Menschen mit einem großen und vielfältigen Netzwerk von Kontakten verfügen über mehr soziales Kapital als Personen mit kleineren und weniger unterschiedlichen Netzwerken.

Die Akkumulation von Sozialkapital ist häufig das Ergebnis täglicher persönlicher Interaktionen mit FreundInnen, KollegInnen und Fremden, und es ist auch möglich, bewusst in soziale Interaktion zu investieren (Resnick, 2002, S: 255). Dies geschieht auch durch die SNSs. In Studien wie "The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students use of online social network sites" (Ellison et al., 2007, s: 1164-1165) und "Looking at, looking up or keeping up with people?: Motives and use of Facebook." (Joinson, A. N., 2008, S: 1028) berichteten die TeilnehmerInnen, dass der Hauptgrund, warum sie Facebook nutzen, darin besteht, mit alten Freunden in Kontakt zu bleiben und die Freundschaftsverhältnisse zu KollegInnen zu stärken. Das heißt, bei der Verwendung von SNSs, versuchen Einzelpersonen, ihre sozialen Netzwerke zu pflegen und auszubauen.

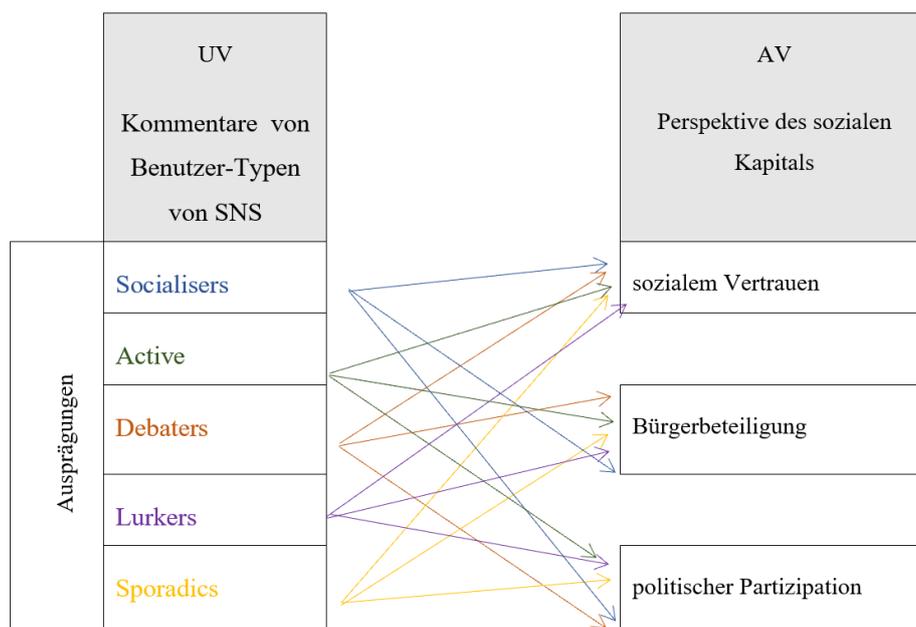
Auf diese Weise haben SNSs die Art der Online-Nutzer-Partizipation auf demokratischere Weise verändert. Dadurch können die SNS-BenutzerInnen kommunizieren und ihre „UGC“ (user-generated content) generieren (Bishop, 2007, S: 1889-1890). Dieser Wechsel von einem passiven zu einem aktiveren Konsum von Medien schafft neue Nutzungsmöglichkeiten und Partizipationsmöglichkeiten (Preece

and Shneiderman, 2009, S: 21). Shen und Khalifa bekräftigen, dass SNS einen wichtigen Mechanismus für den Tausch (exchange) und dem Teilen (sharing) von Wissen darstellen (Shen and Khalifa, 2009, S: 44-45).

Brandtzaeg and Heim (Brandtzaeg, P. B., & Heim, J; 2011, S: 38) identifizieren und beschreiben fünf verschiedene Benutzer-Typen von SNS, die sich auf die Art und Weise beziehen, wie sich diese BenutzerInnen in Bezug auf das Beteiligungsniveau (Nutzungsintensität) und den Beteiligungsmodus (Ziel und Richtung der Teilnahme) am SNS verhalten. Diese Typen sind: Sporadics, Lurkers, Socialisers, Debaters und Actives.

Angelehnt an der recherchierten Literatur wurden die folgenden drei Hypothesen formuliert:

- H.7: Die Kommentare von „socialisers users“ sind positiv und mit sozialem Vertrauen verbunden / oder haben soziales Vertrauen in die Gruppen.
- H.8: Die Kommentare von „actives users“ hängen positiv mit der “civic participation“ zusammen.
- H.9: Die Kommentare von „debaters users“ sind positiv mit politischer Partizipation verbunden.



5.2. Operationalisierung

Laut Döring und Bortz, basiert eine gute Studie immer auf einer qualitativen oder quantitativen Forschungsstrategie, die am besten zum Forschungsproblem passt. Aber auch beide Ansätze können in Mixed-Method-Projekten systematisch unterschiedlich kombiniert werden (Döring, & Bortz 2016, S: 115).

In diesem Forschungsprojekt werde ich das Mixed-Methods-Design verwenden, bei dem ich qualitativen und quantitativen Methoden kombinieren werde.

Für den qualitativen Sozialforschungs-Teil benütze ich die Netnography-Methoden, und für die Auswertung des gesammelten Materials habe ich mich entschieden eine qualitative Inhaltsanalyse durchzuführen, angelehnt an Mayring. Um die Analyse von Inhaltsdaten einfacher, zuverlässiger, genauer und transparenter zu machen, verwendete ich die Atlas.ti Software.

Im quantitativen Teil werden die Daten mit einem Online-Fragebogen erfasst. Zur Analyse der erhobenen Daten verwende ich das SPSS-Programm (Statistical Package to Social Sciences for Windows).

Um möglichst viele BenutzerInnen der geschlossenen Facebook-Gruppe (d.h. auch weniger aktive bis sehr aktive Benutzer) zu motivieren, an der Umfrage teilzunehmen und den Fragebogen auszufüllen, nahmen alle TeilnehmerInnen an einer Verlosung teil, bei der sie einen 25€ Amazon Gutschein gewinnen konnten.

Ich habe die soziodemografischen Merkmale Geschlecht, Alter und Bildung, Beruf, Zivilstand verwendet. Ich habe auch gefragt "Wie lange leben die TeilnehmerInnen in Österreich?" Und "Zu welchen brasilianischen Gruppen in Österreich auf Facebook gehören die TeilnehmerInnen?".

5.2.1. Der qualitative Sozialforschungs-Teil

5.2.1.1. Die Operationalisierung - Hypothesen H.3 und H.4

Die Forschungsfragen FF.2 und FF.3, sowie deren Hypothesen (H.3. und H.4.) und Vermutungen, sind Teil der qualitativen Analyse dieses Projekts.

Der qualitative Teil der Forschung wird in zwei Phasen unterteilt. In der ersten Phase werde ich die Netnographie Methode verwenden. Die Netnographie ist eine spezialisierte Form der Ethnographie und verwendet computergestützte Kommunikation als Datenquelle, um zum Verständnis und zur ethnographischen Darstellung eines kulturellen Phänomens im Internet beizutragen. Ihr Ansatz ist darauf ausgerichtet, Foren, Newsgroups, Blogs, soziale Netzwerke usw. zu studieren (Kozinets, 2014, S: 9). Im Zeitraum von 01.11.2018 bis 12.02.2019, werden die geschlossenen Facebook-Gruppe „Brasileiros em Viena“ und „Brasileiros felizes em Viena – Áustria“ täglich überwacht und begleitet. Die Posts, Beiträge und Kommentare in den Gruppen werden über Ncapture für Chrome gesammelt.

Die zweite Phase bezieht sich auf die Auswertung des gesammelten Materials. Für die Auswertung habe ich mich dazu entschieden eine qualitative Inhaltsanalyse durchzuführen, angelehnt an Mayring. Das Grundkonzept der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring ist es, „Texte systematisch [zu] analysieren, indem sie das Material schrittweise mit theoriegeleitet am Material entwickelten Kategoriensystemen bearbeitet“ (Mayring, 2002, S. 114). Der zur Analyse zu Verfügung gestellte Text soll für eine bessere Darstellung zusammengefasst und dabei in Kategorien unterteilt werden. Das Kategoriensystem besteht meist aus Oberkategorien, Unterkategorien und Codes, sowie Ankerbeispielen und stellt den in den ausgewerteten Texten enthaltenen latenten Sinn dar (Mayring, 2002, S: 117-119). Er dient also als Ausgangspunkt für die Interpretation des Textes und ist Herzstück der Analyse.

5.2.2. Der quantitative Sozialforschungs-Teil

Die Daten des quantitativen Teils wurden mithilfe einer Online-Umfrage von 16.03.2019 bis 12.04.2019 erfasst. Diese Online-Umfrage wurde über einen Link zur Verfügung gestellt, der einen Post begleitet hat und in den geschlossenen Facebook-Gruppe „Brasileiros em Viena“ und „Brasileiros felizes em Viena – Áustria“ veröffentlicht hat. Mithilfe dieses Posts habe ich mein Forschungsprojekt vorgestellt und ich lud die Gruppenmitglieder zur Teilnahme ein.

Die Forschungsfragen FF.1, FF.4 und F.F.5, die Hypothesen H.1., H.2., H.5., H.6., H.7., H.8. und H.9., sowie deren Variablen und Ausprägungen, sind Teil der quantitative Analyse dieses Projekts.

5.2.2.1. Die Operationalisierung - Hypothesen H.1 und H.2

a. Soziale Bindungen:

Um die Existenz von sozialen Bindungen noch genauer zu identifizieren, habe ich die folgenden Fragen gestellt, die auf einer Skala von sechs Punkten beantwortet werden konnten (d.h. von „niemand“ bis „sehr viel“).

Vor dem Umzug nach Österreich hatten Sie:

- österreichische Freunde in Österreich?
- brasilianische Freunde in Österreich?
- Freunde mit einer anderen Nationalität als Österreich?
- österreichische Verwandte in Österreich?
- brasilianische Verwandte in Österreich?
- Verwandte mit anderer Nationalität in Österreich?

- Beteiligen Sie sich an einem Verein, NGO, politischen Partei oder ähnlichen Organisation in Österreich? Welche?

b. Migrationsgrund:

Um den Migrationsgrund zu analysieren, habe ich eine geschlossene Multiple-Choice-Frage wie folgt gestellt:

Nennen Sie Ihren Hauptgrund, warum Sie nach Österreich eingewandert sind?

- für ein besseres Leben / finanzielle Gründe (1)
- zu studieren (2)
- aus familiären oder persönlichen Gründen
- weil Verwandte und Freunde in Österreich sind
- Expatriate - weil von der Firma übernommen wurde, in der Sie (oder jemand Ihre Familie) gearbeitet haben (5)
- in Österreich einen neuen Job gefunden (6)
- hatte Familie oder Freunde in Österreich

c. Wirtschaftliche Struktur:

Damit ich mehr Informationen über Migrationsentscheidungen, die rein auf wirtschaftlichen Strukturen basieren, erhalten kann, habe ich folgende Fragen gestellt, die auf einer Skala von sechs Punkten beantwortet wurden (d.h. von „unwahrscheinlich“ bis „wahrscheinlich“):

Was war der Hauptgrund für Ihre Zuwanderung nach Österreich in Bezug auf Ihr Berufsleben?

- Bessere Berufschancen / Chancen-Strukturen
- Bessere Wirtschaftsstruktur
- Bessere Einkommen
- Erhöhung der Beschäftigungsmöglichkeiten, die für die Karriere gebraucht werden
- Bessere Bildung

Diese Frage gilt nur für TeilnehmerInnen, die die Frage „Nennen Sie Ihren Hauptgrund, warum Sie nach Österreich eingewandert sind?“ mit folgenden Antwortmöglichkeiten beantwortet haben: 1,2, 5, und 6.

d. Integration:

Um die verschiedenen Dimensionen der Integration bewerten zu können, musste ich sowohl die Aspekte der Aufnahmegesellschaft als auch die Aspekte der MigrantInnen selbst bewerten.

Um die Aufnahmegesellschaft zu analysieren, habe ich die folgenden Fragen stellt, die auf einer Skala von sechs Punkten beantwortet wurde (d.h. „gar nicht“ bis „sehr gut“)

Wie sehen Sie Ihre Situation / Möglichkeiten in Österreich?

- Zugang zum Arbeitsmarkt
- Zugang zum Gesundheitssystem

- Zugang zur Bildung
- Zugang zu Deutschkursen
- Zugang zum Bildungssystem für Ihre Kindern
- Zugang zur Kultur
- Zugang zu Erweiterungskursen
- Wohnbedingungen
- Gehaltsbedingungen

Um die Aspekte von MigrantInnen zu analysieren, habe ich zwei Sichtweisen bearbeitet. Die erste Sichtweise bezieht sich auf die Integrationsbemühungen der MigrantInnen. Um diese Aspekte der MigrantInnen zu analysieren, habe ich Multiple-Choice-Frage verwendet. Die MigrantInnen konnte diese Frage mit mehr als einer Alternative beantworten. Die erste Frage ist:

Was tun Sie, um sich in die österreichische Gesellschaft zu integrieren?

- Deutsch lernen
- österreichischen Gesetze, Normen und Werte lernen
- österreichische Freunde haben
- an einem Verein wie: Fußball, Chor, Tanz, etc. beteiligen
- gesellschaftliches Ereignis mitmachen
- Arbeiten
- Studien
- Nichts
- Andere (N). Welches / welches?

Die zweite Sichtweise bezieht sich auf die Fähigkeit zu kommunizieren. Ich habe zwei weitere Fragen an die TeilnehmerInnen gestellt. Die beiden Fragen wurden auf einer sechsstufigen Skala beantwortet.

Die erste Frage, die auf einer Skala von „sehr schlecht“ bis „sehr gut“ zu beantworten ist, lautet:

Wie bewerten Sie Ihre Deutschkenntnisse?

Die zweite Frage, die auf einer Skala von sechs Punkten zu beantworten ist (d.h. „auf keinen Fall“ bis „auf jeden Fall“), lautet:

Bezugnehmend auf die deutsche Sprache:

- Sie können genau kommunizieren, was Sie wollen.
- Sie können (sich) völlig verständlich sein.
- Sie können Briefe oder E-Mails lesen und verstehen.
- Sie können Zeitungen, Zeitschriften, Bücher oder ähnliches lesen und verstehen.
- Sie können TV und Radio sehen bzw. hören und auch verstehen.
- Sie können Briefe oder E-Mails schreiben, wie zum Beispiel: Beschwerden, Entschuldigungen für die Schule, Abmeldungen von Service oder Produkten, usw.
- Sie können komplexe Texte schreiben, wie zum Beispiel: Artikel, Berichte, Referate, usw.

5.2.2.2. Die Operationalisierung - Hypothese H.5.

a. Kulturelle Anpassung und Nutzung von Facebook-Gruppen:

Einige Elemente bezüglich der kulturellen Anpassung von MigrantInnen, wie die Kompetenz in der deutschen Sprache und den Bemühungen der MigrantInnen bei der Integration, wurden bereits erwähnt und operationalisiert.

Andere Aspekte der kulturellen Anpassung werden anhand der modifizierten 20-teiligen Version von „Sociocultural Adaptation Scale (SCAS)“ von Ward und Kennedy (1999) gemessen.

Die Befragten wurden gebeten anzugeben, wie viele Schwierigkeiten sie bei verschiedenen Aspekten erlebt haben - z. B. Transport, Freunde, Essen, akzeptieren österreichischer Werte, usw. - auf einer 6-Punkte-Skala von „extreme Schwierigkeit“ bis „keine Schwierigkeit“:

Beurteilen Sie Ihre Schwierigkeiten für folgende Aspekten in Österreich:

- Österreichische Freunde finden
- Transportsystem verwenden und Einkaufen gehen
- Kommunizieren überall auf Deutsch
- Social Events / Party / Coffeeshops / Imbissstände besuchen
- Ausübung der eigenen Religion
- Mit anderen Personen über sich selbst reden
- Witze und Humor verstehen
- Umgang mit jemanden, der unangenehm / ärgerlich / aggressiv ist
- Sich an das lokale Essen gewöhnen
- Regeln und Vorschriften einhalten

- Umgang mit der Österreicher Bürokratie
- Beziehung zum anderen Geschlechts
- Umgang mit unbefriedigendem Service
- Umgang mit dem Klima
- Umgang mit Leuten, die dich anstarren
- Den lokalen Akzent / die Sprache verstehen
- Das Leben ohne Familienmitglieder in Übersee
- Anpassung an lokale Etikette und zwei Seiten eines interkulturellen Themas sehen können
- Umgang mit Menschen mit höherem Status, älteren Menschen und Menschen mit Autorität
- Akzeptieren / verstehen des lokalen politischen Systems

Die Befragten wurden auch nach ihrer Meinung gefragt, ob sie glauben, dass Facebook-Gruppen zur Lösung kultureller Anpassungsprobleme beigetragen können. Auch hier benutze ich die modifizierte 20-teilige Version von „Sociocultural Adaptation Scale (SCAS)“. Der Nutzungsgrad wurde auf einer 6-Punkte-Skala von „Niemals“ bis „Sehr oft“ angegeben:

Bewerten Sie, in welchen Schwierigkeiten die brasilianische Facebook-Gruppe Ihnen geholfen hat

- Österreichische Freunde finden
- Transportsystem verwenden und Einkaufen gehen
- Kommunizieren überall auf Deutsch

- Social Events / Party / Coffeeshops / Imbissstände besuchen
- Ausübung der eigenen Religion
- Mit anderen Personen über sich selbst reden
- Witze und Humor verstehen
- Umgang mit jemanden, der unangenehm / ärgerlich / aggressiv ist
- Sich an das lokale Essen gewöhnen
- Regeln und Vorschriften einhalten
- Umgang mit der Österreicher Bürokratie
- Beziehung zum anderen Geschlechts
- Umgang mit unbefriedigendem Service
- Umgang mit dem Klima
- Umgang mit Leuten, die dich anstarren
- Den lokalen Akzent / die Sprache verstehen
- Das Leben ohne Familienmitglieder in Übersee
- Anpassung an lokale Etikette und zwei Seiten eines interkulturellen Themas sehen können
- Umgang mit Menschen mit höherem Status, älteren Menschen und Menschen mit Autorität
- Akzeptieren / verstehen des lokalen politischen Systems

Um zu überprüfen, ob die ForschungsteilnehmerInnen motiviert sind, die geschlossenen Facebook-Gruppe für ihre kulturelle Anpassung zu benutzen, wurde wieder die modifizierte 20-teilige Version von „Sociocultural Adaptation Scale (SCAS)“ von Ward und Kennedy (1999) verwendet.

Die Befragten wurden nach dem Nutzungsgrad von geschlossenen Facebook-Gruppen befragt, um einige Probleme in Bezug auf kulturelle Anpassung zu lösen. Der Nutzungsgrad wurde auf einer Skala von 6 Punkten von „nie“ bis „immer“:

In Bezug auf Ihr Leben in Österreich - inwieweit verwenden Sie geschlossene Facebook-Gruppen, um die folgenden Schwierigkeiten zu lösen:

- Österreichische Freunde finden
- Transportsystem verwenden und Einkaufen gehen
- Kommunizieren überall auf Deutsch
- Social Events / Party / Coffeeshops / Imbissstände besuchen
- Ausübung der eigenen Religion
- Mit anderen Personen über sich selbst reden
- Witze und Humor verstehen
- Umgang mit jemanden, der unangenehm / ärgerlich / aggressiv ist
- Sich an das lokale Essen gewöhnen
- Regeln und Vorschriften einhalten
- Umgang mit der Österreicher Bürokratie
- Beziehung zum anderen Geschlechts
- Umgang mit unbefriedigendem Service

- Umgang mit dem Klima
- Umgang mit Leuten, die dich anstarren
- Den lokalen Akzent / die Sprache verstehen
- Das Leben ohne Familienmitglieder in Übersee
- Anpassung an lokale Etikette und zwei Seiten eines interkulturellen Themas sehen können
- Umgang mit Menschen mit höherem Status, älteren Menschen und Menschen mit Autorität
- Akzeptieren / verstehen des lokalen politischen Systems

5.2.2.3. Die Operationalisierung - Hypothese H.6.

- a. österreichische Kultur-Haltung contra MigrantInnen und die Nutzung von Facebook:

Um die Beziehung zwischen der österreichischen Kultur-Haltung contra MigrantInnen und die Nutzung von Facebook zu analysieren, hat eine geschlossene Multiple-Choice-Frage wie folgt gestellt:

Wie nutzen Sie Facebook-Gruppen, wenn Sie als MigrantInnen Vorurteile oder eine Haltung gegen Sie als MigrantInnen erlebt haben oder gegen MigrantInnen im Allgemeinen?

- Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen negativen Kommentar abzugeben
- Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen positiven Kommentar abzugeben

- Ich benutze die Facebook-Gruppe, um sarkastisch zu kommentieren, was passiert ist
- Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen witzigen Kommentar zu hinterlassen
- Ich benutze die Facebook-Gruppe nicht.

b. österreichische Kultur-Haltung pro MigrantInnen und die Nutzung von Facebook:

Um die Beziehung zwischen der österreichischen Kultur-Haltung pro MigrantInnen und die Nutzung von Facebook zu analysieren, wurde eine geschlossene Multiple-Choice-Frage wie folgt gestellt:

Wie nutzen Sie Facebook-Gruppen, wenn Sie als MigrantInnen gelobt werden oder positives Feedback erhalten?

- Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen negativen Kommentar abzugeben
- Ich benutze die Facebook-Gruppe, um positiv zu kommentieren, was passiert ist
- Ich benutze die Facebook-Gruppe, um sarkastisch zu kommentieren, was passiert ist
- Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen witzigen Kommentar zu hinterlassen
- Ich benutze die Facebook-Gruppe nicht.

5.2.2.4. Die Operationalisierung - Hypothesen H.7., H.8. und H.9.

Der Zweck dieser drei Hypothesen besteht darin, die Beziehung zwischen den drei Elementen des Sozialkapitals (Vertrauen, "civic participation" und politische Partizipation) und den Arten von NutzerInnen des SNSs zu analysieren.

Brandtzaeg & Heim (Brandtzaeg, Heim, 2011) entwickelten eine Reihe von 18 Antworten auf die Frage "Was sind Ihre Gründe, warum Sie diese SNS heute besuchen?". Diese Antworten spiegeln unterschiedliche Kommunikationsmodi (informativ vs. unterhaltend) und Beteiligung (hoch vs. niedrig) wieder und decken die meisten Aktivitäten / Verhaltensweisen des Benutzers bzw. der Benutzerin in SNSs ab. Aus diesen Antworten klassifizierten die Autoren 5 Typen von SNS-BenutzerInnen. Ich werde eine angepasste Version dieser Antworten verwenden, um zu überprüfen, welche Art von BenutzerInnen mit jedem der drei Elemente des Sozialkapitals verknüpft ist.

a. Soziales Vertrauen und BenutzerInnen-Typen:

In diesem Forschungsprojekt werde ich Putnams Definition von sozialem Vertrauen verwenden:

"I'll do this for you now, without expecting anything immediately in return and perhaps without even knowing you, confident that down the road you or someone else will return the favor." (Putnam, 2001, S. 134.)

Um die Beziehung zwischen sozialem Vertrauen und Kommentaren von BenutzerInnen Typen von SNS zu überprüfen, habe ich die Frage gestellt:

„In Bezug auf die anderen Mitglieder der brasilianischen Facebook-Gruppen, die (Gruppen) (Sie) auch Mitglieder sind:

Vertraust du den Kommentaren von (welchen) Mitgliedern der Facebook Gruppe (n)?“

Dies ist eine sehr konkrete Frage zum Vertrauen / zu den Kommentaren des Gruppenmitglieds und unterliegt nicht der Interpretation der Befragten.

Auf diese Frage folgen 20 Alternativen, die eine modifizierte Version der Fragen der Studie von Brandtzaeg & Heim zur Typologie der Nutzer in sozialen Netzwerken sind (Brandtzaeg, Heim, 2011):

In Bezug auf die anderen Mitglieder der brasilianischen Facebook-Gruppen, die (Gruppen) Sie auch Mitglieder sind:

Vertraust du den Kommentaren von (welchen) Mitgliedern der Facebook Gruppe (n)? bzw. „Von Kommentaren welcher Mitglieder der Facebook Gruppe vertraust du?“

Bitte beantworten Sie alle Alternativen.

- Wer einen Beitrag veröffentlicht
- Wer kündigt einen Event an
- Wer „share“ Fotos
- Wer „share“ Audio / Musik
- Wer „share“ Filme / Videos
- Wer ist in der Gruppe, um nur zu sehen, ob jemand versucht hat, mit ihm Kontakt aufzunehmen
- Wer sucht einen neuen Freund/neue Freundin
- Wer nur die Beiträge liest
- Wer nur Videos / Bilder von anderen Leuten anschaut
- Wer „Event“ ausmacht
- Wer sucht nach Informationen
- Wer liefert Informationen

- Wer schreibt Nachrichten
- Wer diskutiert
- Wer postet ein Thema für eine Diskussion
- Wer postet ein Thema für eine Debatte
- Wer leitet die Gruppen
- Wer surft auf Ihrem Profil
- Wer kontaktiert andere Leute
- Wer vertreibt sich nur die Zeit

b. “civic participation“ - Bürgerbeteiligung und BenutzerInnen-Typen:

Der Begriff „civic participation“ ist sehr elastisch und in der Theorie nicht scharf abgegrenzt. Putnam (2000) argumentiert, dass der Wert der “civic participation“ für den Prozess der Werteinführung in Form von „Civic Engagement“ ist. „Civic Engagement“ ist eine Wertentscheidung und die Umsetzung dieser Wertentscheidung ist individuelle “civic participation“ in der Gemeinschaft. In diesem Forschungsprojekt werde ich das Konzept der “civic participation“ abgrenzen als: informelle Initiative des Normalbürgers, um das Leben der Menschen in Ihrer Gemeinschaft zu verbessern.

Um die Beziehung zwischen “civic participation“ und Kommentaren von BenutzerInnen Typen von SNS zu überprüfen, habe ich die Frage gestellt: „Welche Art von GruppenteilnehmerIn hat Ihrer Meinung nach Kommentare, Einstellungen oder Partizipation, die dazu beitragen, das Leben der anderen Gruppenmitglieder zu verbessern.“

Ich habe dieselbe modifizierte Version der Fragen der Studie von Brandtzaeg & Heim zur Typologie der NutzerInnen in sozialen Netzwerken (Brandtzaeg,

Heim, 2011) verwendet, die ich in den vorhergehenden Hypothesen verwenden habe.

In Bezug auf die anderen Mitglieder der brasilianischen Facebook-Gruppen, die (Gruppen) (Sie) auch Mitglieder sind:

Deiner Meinung nach: Welche Mitglieder haben Kommentare, Einstellungen oder Beteiligungen, die dazu beitragen, das Leben anderer Mitglieder der Gruppe zu verbessern?

Bitte beantworten Sie alle Alternativen

- Wer einen Beitrag veröffentlicht
- Wer kündigt ein Event an
- Wer „share“ Fotos
- Wer „share“ Audio / Musik
- Wer „share“ Filme / Videos
- Wer ist in der Gruppe, um nur zu sehen, ob jemand versucht hat, mit ihm Kontakt aufzunehmen
- Wer sucht einen neuen Freund/ eine neue Freundin
- Wer nur die Beiträge liest
- Wer nur Videos / Bilder von anderen Leuten anschaut
- Wer „Event“ ausmacht
- Wer sucht nach Informationen
- Wer liefert Informationen
- Wer schreibt Nachrichten

- Wer diskutiert
- Wer postet ein Thema für eine Diskussion
- Wer postet ein Thema für eine Debatte
- Wer leitet die Gruppen
- Wer surft auf Ihrem Profil
- Wer kontaktiert andere Leute
- Wer vertreibt sich nur die Zeit

c. Politische Partizipation:

Politische Partizipation kann als Aktivitäten der Bürger definiert werden, die die Politik beeinflussen (Brady 1999).

In diesem Projekt werde ich zwei der fünf Dimensionen der politischen Partizipation von Teorell et al. (Teorell et al. 2007, S. 353) verwenden.

- Consumer participation: deckt Geldspenden für Wohltätigkeitsorganisationen, Boykott und politischen Konsum ab sowie die Unterzeichnung von Petitionen. In gewisser Weise zeigt es die Rolle der BürgerInnen als kritische VerbraucherInnen auf.
- Protest activity: Dies umfasst Handlungen wie die Teilnahme an Demonstrationen, Streiks und anderen Protestaktivitäten.

Um die Beziehung zwischen politischer Partizipation und Kommentaren von BenutzerInnen Typen von SNS zu überprüfen, habe ich die Frage gestellt: „Ihrer Meinung nach, welche Art von Partizipation haben die Gruppenmitglieder, die ihre Rolle als BürgerIn in kritischer Weise und / oder Protestaktionen durchführen.“

Auch hier habe ich die modifizierte Version der Fragen der Studie von Brandtzaeg & Heim zur Typologie der NutzerInnen in sozialen Netzwerken (Brandtzaeg, Heim, 2011) verwendet.

In Bezug auf die anderen Mitglieder der brasilianischen Facebook-Gruppen, die (Gruppen) (Sie) auch Mitglieder sind:

Ihrer Meinung nach: Wie handeln (wirken) die Mitglieder, die: Boykotte machen, Manifestationen teilnehmen, Petitionen unterschreiben.

Bitte beantworten Sie alle Alternativen.

- Wer einen Beitrag veröffentlicht
- Wer kündigt einen Event an
- Wer „share“ Fotos
- Wer „share“ Audio / Musik
- Wer „share“ Filme / Videos
- Wer ist in der Gruppe, um nur zu sehen, ob jemand versucht hat, mit ihm/ihr Kontakt aufzunehmen
- Wer sucht einen neuen Freund/ eine neue Freundin
- Wer nur die Beiträge liest
- Wer nur Videos / Bilder von anderen Leuten anschaut
- Wer „Event“ ausmacht
- Wer sucht nach Informationen
- Wer liefert Informationen
- Wer schreibt Nachrichten

- Wer diskutiert
- Wer postet ein Thema für eine Diskussion
- Wer postet ein Thema für eine Debatte
- Wer leitet die Gruppen
- Wer surft auf Ihrem Profil
- Wer kontaktiert andere Leute
- Wer vertreibt sich nur die Zeit

5.3. Methode

In diesem Kapitel wird die Methodik zur Datensammlung beschrieben, die zur Beantwortung der Hypothesen dieser Arbeit verwendet werden.

In diesem Forschungsprojekt wurde eine Methodenkombination verwendet, das heißt, es wurden sowohl eine qualitative Methode als auch eine quantitative Methode angewendet, da durch die Kombination von qualitativer und quantitativer Verfahren auch ein komplementäres und umfassenderes Bild des Gegenstandsbereichs geschaffen werden kann (Kelle, 2008, S. 233).

Zur Datenerhebung wurde ein Fragebogen (im qualitativen Teil) und die geposteten Aussagen in den Facebook-Gruppen (quantitativer Teil) verwendet.

Zur Behandlung der gesammelten Daten werden statistische Analysen und Inhaltsanalysen verwendet.

Im Folgenden wird detaillierter auf meine methodologischen Optionen für diese Forschung eingegangen.

5.3.1. Die Methoden: quantitative, quantitative Methoden und die kombinierte bzw. mixed Methode

Laut Raithel ist Forschung durch einen Entdeckungszusammenhang und einen Verwertungszusammenhang charakterisiert und Forschungsmethoden sind Verfahren und Techniken, die einen Einblick in den Begründungszusammenhang darstellen (Raithel 2006, S.7).

Döring und Bortz definieren den quantitativen Forschungsansatz als:

„Im quantitativen Forschungsansatz werden theoretisch abgeleitete Forschungshypothesen an vielen Untersuchungseinheiten mit strukturierten Datenerhebungsmethoden untersucht. Ziel ist meist die Theorieprüfung. Die erhobenen quantitativen (numerischen) Daten werden statistisch ausgewertet (Döring & Bortz, 2016, S. 184).“

Laut Raithel (Raithel 2006, S. 8) erfordert empirisch quantifizierte wissenschaftliche Arbeit das Wissen und die korrekte Anwendung statistischer Verfahren sowie die Fähigkeit, die statistischen Ergebnisse zu interpretieren.

Der statistische Bereich, auf den hier Bezug genommen wird ist der Bereich, der mit der Hypothesenvalidierung arbeitet und Schlussfolgerungen auf der "Basis von Stichprobendaten auf die Grundgesamtheit zulässt, und wird als schließende, induktive, analytische, beurteilende oder Inferenzstatistik bezeichnet" (Raithel 2006, S. 8).

Über den qualitativen Forschungsansatz konstatieren Döring und Bortz:

„Im qualitativen Forschungsansatz werden offene Forschungsfragen an wenigen Untersuchungseinheiten sehr detailliert mit unstrukturierten oder teilstrukturierten Datenerhebungsmethoden untersucht. Ziel ist eine Gegenstandsbeschreibung samt Theoriebildung. Die erhobenen qualitativen (nicht numerische, d.h. verbalen, visuellen) Daten werden interpretativ ausgewertet. (Döring & Bortz, 2016, S. 184).“

Der Begriff "qualitativ" impliziert eine Betonung auf die Qualitäten von Entitäten, Prozessen und Bedeutungen. Eine qualitative Studie legt Wert auf die sozial konstruierte Qualität der Realität innerhalb eines konstruktivistischen Rahmens, die enge Beziehung zwischen ForscherIn und Untersuchungsobjekt und die situationsbedingten Einschränkungen, die die Forschung prägen (Denzin & Lincoln, 2000).

Döring und Bortz behaupten, dass der mixed Methoden Ansatz qualitative und quantitative Vorgehensweisen zu neuen mixed Methods-Designs kombiniert (Döring & Bortz, 2016, S. 184).

Minayo und Sanches bekräftigen, dass sowohl die qualitativen als auch die quantitativen Methoden nicht gut genug sind, um ein umfassendes Verständnis einer Realität zu ermöglichen. Eine gute Methode wird immer diejenige sein, die eine korrekte Konstruktion der Daten ermöglicht und dabei hilft, die Dynamik der Theorie zu reflektieren. Dies bedeutet, dass die Methode nicht nur für den Untersuchungsgegenstand geeignet ist und theoretische Elemente für die Analyse bietet, sondern auch operativ durchführbar sein muss (Minayo & Sanches, 1993, S. 239).

In diesem Sinne können während eines Forschungsdesigns Momente der quantitativen Forschung eingefügt werden, die wiederum Fragen aufwerfen können, die durch eine qualitative Studie besser beantwortet werden oder umgekehrt: In der Praxis können beide Arten von Studien das Verständnis der Realität kombinieren, die wir erhalten.

5.3.2. Methodologische Wahl

Unter Berücksichtigung der Stärken und Einschränkungen der Methoden wurde die Option für eine mixed Methoden Forschung gewählt. Da es keine bessere oder schlechtere Methodik als die andere gibt, gibt es mehr oder weniger geeignete Methoden, um bestimmte Probleme, bestimmte Ziele und die Realität, die wir wissen wollen, zu lösen (Minayo & Sanches, 1993 S. 247).

In diesem Sinne muss die methodologische Entscheidung getroffen werden, um die Realität, die wir kennen möchten, und die von uns vorgeschlagenen Ziele besser zu analysieren.

Wenn zum einen der Einsatz quantitativer Methoden den Zugang zu einer großen Zahl erleichtert, bietet er einen Überblick über die zu untersuchende Realität, liefert relevante Daten über den Einfluss der Migrationsgründe auf die Integration und beeinflusst die Gruppen bei Integration und Erwerb von sozialem Kapital, andererseits kann der Zugang zu den angebotenen Informationen und die Art der Beteiligung an den privaten Facebook-Gruppen nur durch qualitative Methoden erreicht werden.

Laut Denzin und Lincon, ist die Verwendung verschiedener Methoden und Quellen (Triangulation) ein Mittel um die Komplexität, den Reichtum und die Strenge des Verständnisses des Untersuchungsobjekts zu erhöhen (Denzin & Lincoln, 2000); was ebenfalls zur Erhöhung der internen und externen Validität beiträgt.

Auf diese Weise werden die quantitativen und qualitativen Methoden auf ergänzende Weise verwendet, wobei als Erhebungsmethoden der Fragebogen und die Inhaltsanalyse verwendet werden.

5.3.3. Stichproben, Stichprobenahmeverfahren und Beschreibung der

Stichproben

Laut Raithel, muss um einen Sachverhalt oder ein Problem zu untersuchen und Hypothesen zu prüfen, klar definiert sein, welchen Aussagen von Personen, Personengruppen oder Institutionen untersucht werden sollen und da Vollerhebungen von der Grundgesamtheit zu langwierig und kostspielig wäre, erhebt man daher meist nur einen Teil der betreffenden Gruppen, die sogenannte Stichprobe. (Raithel 2006, S. 54).

Da das Ziel dieser Arbeit darin besteht, zwei geschlossene Facebook-Gruppen zu untersuchen, werden stratifizierte Stichprobenverfahren für die Auswahl von Vertretern verwendet.

Es wurde die Population (Grundgesamtheit) jeder Facebook-Gruppe verwendet, um die Stichprobe zu erhalten.

In dieser Arbeit wurde die Stichprobengröße anhand der Slovin-Formel berechnet. Diese Formel ist eine der einfachsten und bequemsten, um die Größe der Probe zu bestimmen (Adanza, 2006, S. 81)

Die Formel von Slovin lautet wie folgt:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Woher:

n = Stichprobengröße

N = Grundgesamtheit

e = zugelassener Fehler (10%)

Am 05.01.2019 wurde die Anzahl der Mitglieder von den geschlossenen Facebook-Gruppen „*Brasileiros em Viena*“ und „*Brasileiros felizes em Viena – Áustria*“ erfasst. Nachdem die Verteilung der Proben ermittelt wurde, konnte die Verteilung der Proben für jede Gruppe wie folgt identifiziert werden:

Facebook-Gruppe	TeilnehmerInnen	Stichprobe
Brasileiros em Viena	4888	
Brasileiros felizes em Viena – Áustria	2994	
	N= 7882	n= 99

Abbildung 8: Musterverteilung der Befragten - Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 8 zeigt, dass die Gesamtzahl der Mitglieder der beiden geschlossenen Facebook-Gruppen am 05.01.2019 7882 beträgt. Die Stichprobe von 99 wurde mit der Slovin-Formel berechnet.

5.3.4. Erhebungsinstrument

5.3.4.1. Der Fragebogen

Für die Realisierung einer Datenerhebung des ersten Teils dieser Forschungsarbeit wurde eine Befragung als Erhebungsinstrument verwendet. Nach Raithel ist eine Befragung „ein systematisch geplanter Kommunikationsprozess zwischen mindestens zwei Personen“ (Raithel, 2008, S. 65).

Unter den verschiedenen Befragungsformen wurde ein schriftlicher Fragebogen verwendet. Laut Döring und Bortz erfordert diese kostengünstige Befragungsform eine hohe Strukturierbarkeit der Befragungsinhalte und verzichtet auf steuernde Eingriffe eines Interviewers (Bortz & Döring, 2006, S. 252).

In Bezug auf Typologisierung von Fragebogen wurde die Durchführungsform, die internetgestützt ist, benutzt, d. h. Onlinebefragung.

Da es sich bei dieser Studie um die Untersuchung der privaten Gruppen von Facebook handelt, ist die Durchführung einer Online-Umfrage interessant, da auf diesem Wege nur Personen erreicht werden, die das Netz aktiv nutzen (Bortz & Döring, 2006, S. 261).

Ein weiterer interessanter Aspekt der computervermittelten Befragung ist, dass man gerade räumlich verstreute Personen erreicht (Bortz & Döring, 2006, S. 260).

In Bezug auf Fragen mit einer Likert-Skala wurde eine 6-Punkt-Skala verwendet, wie bereits in Studien wie Dixon, Bobo & Stevick (Dixon et al., 1984 apud Cummins & Gullone, 2000) gezeigt, verursacht die Verwendung einer 6-Punkte-Skala keine systematischen Unterschiede zwischen den Daten von definierten und konventionellen Likert-Skalen.

5.3.4.2. Inhaltsanalyse

Aufgrund des explorativen Charakters dieser Forschung, der herausfindet welchen Nutzen die Mitglieder von den geschlossenen Facebook-Gruppen „Brasileiros em Viena“ und „Brasileiros felizes em Viena – Áustria“ haben, um die Integration besser zu schaffen, wurde für diesen zweiten Teil der Forschung die Verwendung der Netnographie ausgewählt. Netnographie ist eine Untersuchungsmethode, die gängige ethnographische Beobachtungsverfahren für das Studium von Online-Kulturen und – Communitys anpasst (Kozinets, 2014. S. 60).

Die Datenerhebung dieser Forschungsphase erfolgt durch eine viermonatige Netnographie für die geschlossenen Facebook-Gruppen „Brasileiros em Viena“ und „Brasileiros felizes em Viena – Áustria“.

Für die Auswertung der Daten, die von der Netnographie erfasst werden, wurde eine qualitative Inhaltsanalyse, angelehnt an Mayring, durchgeführt. Das Grundkonzept der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring ist, „Texte systematisch [zu] analysieren, indem sie das Material schrittweise mit theoriegeleitet am Material entwickelten Kategoriensystemen bearbeitet“ (Mayring, 2002, S. 114). Ziel der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring ist also eine induktive Kategorienbildung aus dem zur Verfügung stehenden Material, die hilft Daten auf ein überschaubares Maß zu kürzen und Inhalte dabei zu erhalten (Lamnek, 2010, S. 478)

5.3.5. Datenanalyse-Techniken

Die am besten geeignete Datenanalyse Technik für jede Untersuchung hängt von der Art der erhobenen Daten und dem Forschungsdesign ab.

Da in dieser Arbeit eine mixed Methode (qualitative & quantitative) verwendet wurde, gibt es zwei verschiedene Methoden der Datenanalyse.

Es wurde für die Analyse die statistische SPSS-Software, für die im quantitativen Teil dieser Studie gesammelten Daten, verwendet. Hierbei handelt es sich um eine erweiterte Statistikanalysesoftware, mit der man Daten anzeigt, Hypothesen erstellt, Beziehungen zwischen Variablen erklärt, Cluster erstellt und Trends identifizieren kann. Die durch die Fragebögen gesammelten Daten werden zur späteren Analyse in die Software eingefügt, wobei univariate, bivariate und multivariate statistische Analysen verwendet werden.

Zur Analyse, der im qualitativen Teil erfassten Daten wurde die Software Atlas.ti verwendet. Dies ist eine leistungsstarke Software für die qualitative Analyse großer Textdaten, Grafiken, Audio- und Videodateien. Durch die ausgereiften Werkzeuge dieser Software werden die gesammelten Daten systematisch organisiert, neu zusammengestellt und verwaltet, so dass eine klarere Ansicht dieser Daten erhalten und deren Analyse erleichtert wurde.

5.3.6. Pretest

Um ein Erhebungsinstrument zu testen und zu verfeinern, wird der Pretest durchgeführt. Laut Raithel hat der Pretest die Aufgabe:

"...das vorläufige Instrument auf seine Anwendbarkeit, Vollständigkeit, Verständlichkeit, Qualität (Einhaltung der Gütekriterien), die Erhebungssituation und eventuell den Interviewer zu prüfen (Raithel, 2006, S. 63).

Es wurde ein Pretest durchgeführt, um die Gültigkeit des Fragebogens zu überprüfen, um die gewünschten Ziele zu erreichen. Nach Ansicht von Porst (Porst 2000, S. 68) braucht man für den Pretest eine Mindeststichprobengröße von $n = 20$, deshalb wurden 20 Interviews durchgeführt. Einige Aspekte, die berücksichtigt wurden, sind: der Zeitpunkt des Ausfüllens des Fragebogens, das Verständnis der Fragen für die TeilnehmerInnen, die festgestellten Schwierigkeiten in Bezug auf Wortschatz und die allgemeine Reaktion auf den Fragebogen. Die Hauptreaktionen und Schwierigkeiten jeder TeilnehmerIn des Pretests wurden angegeben.

6. Ergebnisse

In diesem Kapitel wird das qualitative bzw. das quantitative Forschungsergebnis vorgestellt. Zunächst werde ich den qualitativen Teil der Forschung mit seinen nethnografischen Aspekten und der Analyse hinsichtlich der Art der Informationen und der Beteiligung, die in den geschlossenen Facebook-Gruppe „Brasileiros em Viena“ und „Brasileiros felizes em Viena – Áustria“ verfügbar sind, vorstellen. Anschließend werden die Ergebnisse der Online-Umfrage präsentiert.

6.1. Der qualitative Sozialforschungs-Teil

6.1.1. Nethnographische Aspekte:

Als ich mich entschied, eine nethnographische Studie über zwei verschiedene Gruppen von BrasilianerInnen auf Facebook durchzuführen, wollte ich die Dynamik der Gruppen verstehen, um:

- die Arten von Informationen und Arten von Beteiligungen, die in diesen Gruppen auftreten besser zu kategorisieren (ein besseres Kategorienschema entwickeln).
- einen Fragebogen für die TeilnehmerInnen dieser Gruppen besser zu entwickeln.

Ende Oktober 2018 schrieb ich an die GruppenadministratorInnen, um mein Forschungsprojekt zu präsentieren und fragte, ob ich meine Forschungen in diesen Gruppen durchführen dürfe. Ich habe mich für diese beiden Gruppen entschieden, weil sie die geschlossenen Facebook-Gruppen von BrasilianerInnen in Österreich mit der größten TeilnehmerInnenzahl sind, wie in der folgenden Abbildung gezeigt:

Facebook Gruppe	Teilnehmerzahl
Brasileiros em Viena	4913
Brasileiros felizes em Viena – Áustria	3082
BrasileirAs na Áustria	1997
Brasilianer in Áustria – Brasileiros na Áustria	1125
Brasileiros em Graz	871
Mães e Pais Brasileiros na Áustria (Österreich)	656
Cultura Brasileira na Áustria	504
Brasileiros em Tirol	454
Museu Virtual da Gente Brasileira na Áustria	446
Brasileiros que trabalham em Viena – Áustria	265

Abbildung 9: Facebook GruppeXTeilnehmerzahl in 12/2/19 - Quelle: Eigene Darstellung

Sobald ich die Erlaubnis der AdministratorInnen erhalten hatte, begann ich mich aktiver an den Gruppen zu beteiligen. Ich habe auch angefangen, meine Beobachtungen über die Gruppen festzuhalten und Gruppenaktivitäten über Ncapture für Chrome zu erfassen. Zuerst habe ich die Daten direkt von den analysierten Gruppen gesammelt. Gleichzeitig machte ich mir Notizen zu meinen Beobachtungen über die Kommunikationsinteraktionen der Mitglieder der analysierten Gruppen. Schließlich habe ich zusätzliche Informationen gesammelt, indem ich Nachrichten mit GruppenadministratorInnen ausgetauscht habe.

Im Folgenden werde ich vorstellen, was ich im Zeitraum vom 01.11.2018 bis zum 12.02.2019 in jeder der Gruppen beobachtet habe. Ich werde auch zusätzliche Informationen bereitstellen, wenn dies für ein besseres Verständnis der Ereignisse erforderlich ist.

6.1.1.1. Gruppe: Brasileiros felizes em Viena – Áustria

Die Gruppe “Brasileiros felizes em Viena – Áustria” wurde im 10.08.2014 gegründet.

Der Gruppenzweck ist es, dass BrasilianerInnen sich gegenseitig helfen und sich die guten/positiven Dinge in Wien zeigen. Diese Botschaft steht in der

Gruppenbeschreibung. Die Gruppe akzeptiert keine böswilligen Menschen, die nur kritisieren und Kontroversen zu provozieren wissen. Politische und religiöse Propaganda werden ebenfalls nicht akzeptiert. Die Gruppe hatte 3.082 TeilnehmerInnen, als ich mit der Forschung begann und hat derzeit 3.222 TeilnehmerInnen (03.06.19).

Ich stellte fest, dass die Gruppe aus Menschen unterschiedlicher sozialer Schichten und Altersgruppen besteht. Die meisten TeilnehmerInnen sind BrasilianerInnen, die in Österreich leben, aber einige sind BrasilianerInnen, die daran interessiert sind nach Österreich zu ziehen oder Österreich zu besuchen.

Mir ist auch aufgefallen, dass in der Gruppe einige Mitglieder mit anderen Nationalitäten sind. Diese Mitglieder sind daran interessiert, die portugiesische Sprache zu lernen oder Deutschkurse anzubieten. Ich habe auch bemerkt, dass die meisten Posts am Wochenende vorgenommen wurden.

Kurz nach meiner Erlaubnis, die Gruppe zu studieren, besuchte ich sie täglich, stellte jedoch fest, dass es keine Aktualisierung von Posts gab. Der letzte Post hatte am 30.11.18 stattgefunden. Also beschloss ich am 11.12.18, ein Post zu stellen: „Wo finde ich Banana ouro?“. Mein Beitrag stand noch aus und wurde bis heute (03.06.19) nicht veröffentlicht. Im selben Zeitraum fand der Wahlkampf zum neuen Präsidenten der Republik in Brasilien statt. Diese Kampagne war untypisch und sehr turbulent.

Zum besseren Verständnis der Situation folgen einige Tatsachen, die sich in Brasilien ereignet haben.

Nach einer fragwürdigen Amtsenthebung durch Präsident Dilma Rousseff im August 2016³⁴, gefolgt von der fragwürdigen Verhaftung (sogar durch die UN) früheren Präsidenten Brasiliens, Luiz Ignácio Lula da Silva (Dilma Rousseffs Mentor), im April 2018; die der Lula aus diesem Rennen um das brasilianische Präsidentenamt entfernte; war Brasilien gespalten und wurde Szenarium einer der unruhigsten und wütendsten politischen Kampagnen der letzten Jahre.

³ <https://www.dw.com/de/brasiliens-pr%C3%A4sidentin-dilma-rousseff-abgesetzt/a-19516338>

⁴ <https://www.dw.com/de/kommentar-nur-nicht-aufatmen-brasilien/a-19517061>

In diesem Kampf voller Leidenschaft, Hass und fake-news haben die sozialen Netzwerke und WhatsApp Gruppen eine wichtige Rolle bei der Verbreitung falscher Informationen und der Förderung von Hass und Intrigen unter den WählerInnen gespielt ⁵⁶⁷.

Die Beschreibung dieser Gruppe enthält den folgenden Punkt: „Die Gruppe akzeptiert keine politische Propaganda und Leute, die Kontroversen provozieren.“

Ich hatte bereits in meiner Facebook-Time Line bemerkt, dass die Menschen in dieser Wahlperiode nicht normal handelten und ich habe mich entschieden, diese Gruppe weiter zu beobachten, weil ich der Meinung war, dass die Präsidentschaftswahlen die Ursache der fehlenden Posts war. Dies wurde in der Antwort auf die Eingangsnachricht bestätigt, die ich an einen neuen Administrator der Gruppe gesendet hatte. Er bemerkte, dass sich viel in der Administration der Gruppe geändert hatte. Er wurde als Gruppenadministrator Ende November zusammen mit 2 weiteren Personen platziert, da der ehemalige Administrator einfach die Gruppe verlassen hatte.

In Bezug auf den Mangel von Posts wurde ich darüber informiert, dass die Posts vorhanden, aber nicht autorisiert waren, und dass er als neuer Administrator beschlossen hatte, einige Details in der Gruppe zu ändern, die Genehmigung neuer TeilnehmerInnen zu priorisieren und nur die wichtigsten Posts freizuschalten.

Daher wurden in den Monaten November und Dezember 26 Posts erstellt, die 86 Likes hatten und 45 Kommentare erhielten.

Ich habe diesen neuen Administrator auch gefragt, ob er Statistiken aus den Monaten November und Dezember hätte. Leider sagte er, dass er nur Zugriff auf die Statistiken der letzten 28 Tage hatte. Ich bin der festen Überzeugung, dass die Gruppe aufgrund des Wahlkampfes in diese Situation geraten ist ⁸. Die Wahlsituation war so

⁵ <https://www.bbc.com/news/technology-45956557>

⁶ <https://www.bbc.com/news/technology-46945642>

⁷ <https://www.bbc.com/news/av/world-latin-america-45769992/fighting-brazil-s-election-on-whatsapp>

⁸ <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45826628>

unkontrolliert, dass es aus politischen Gründen zu mehreren Fällen von Aggression und Tod kam⁹.

Der Januar war auch von sehr wenigen Beiträgen geprägt. Es waren insgesamt 9 Posts mit verschiedenen Themen, wie: Danksagung, Informationen zu Finanzen und Arbeit, Produktwerbung, Video usw. Für mich war der wichtigste Post, der des Gruppenadministrators der "Gruppe Probleme" gemeldet hatte und etwa 100 neue TeilnehmerInnen genehmigt wurden.

In diesem Monat wurden 11 Posts erstellt, die 30 Likes und 24 Kommentare erhielten.

Im Februar kehrt die Gruppe zur normalen Aktivität zurück, das Profilbild der Gruppe wurde vom neuen Administrator geändert und neue Regeln wurden implementiert. Bis zum 12/02/2019 wurden 17 Posts mit 23 Likes und 19 Kommentaren erstellt.

Derzeit hat die Gruppe nur einen Administrator, der meine Fragen beantwortet und mir geholfen hat zu verstehen, was in der Gruppe passiert ist.

6.1.1.2. Gruppe: Brasileiros em Viena

Die Gruppe „Brasileiros em Viena“ wurde am 25. April 2010 gegründet. Es gibt 8 AdministratorInnen und fünf von ihnen waren Freunde, bevor die Gruppe gegründet wurde. Sie leben in Wien. Sie posten als AdministratorInnen und auch als Mitgliedern. Als AdministratorInnen posten sie gelegentlich wie z.B. "Quiz über die Stadt Wien" oder "Quiz für die brasilianischen Dinosaurier von Wien". Die Regeln der Gruppe sind klar und die Moderation durch die AdministratorInnen ist in Beiträgen und Kommentaren wachsam. Ich glaube, das liegt an der Anzahl der AdministratorInnen.

Wie in der vorherigen Gruppe sind die Gruppenmitglieder aus verschiedenen sozialen Schichten und Altersgruppen. Dies kann in der Sprache, die in den Beiträgen verwendet wird, beobachtet werden. In Bezug auf die portugiesische Sprache bekräftigen de Paiva & Scherre, dass die brasilianische Soziolinguistik bi-polarisiert ist zwischen einer

⁹ <https://medium.com/dfrlab/electionwatch-partisan-debate-and-electoral-violence-in-brazil-3a325dc7589c>

kultivierten Norm, die sich aus den Sprachmustern der Mittel- und Oberschicht zusammensetzt, und einer populären Norm, die die Unterschicht zusammenbringt (Paiva & Scherre, 1999; S: 123).

Wie in der ersten Gruppe sind die meisten TeilnehmerInnen BrasilianerInnen, die in Österreich leben. Es gibt auch brasilianische TeilnehmerInnen, die sich für einen Umzug oder einen Besuch nach Österreich interessieren. Es wurde beobachtet, dass es in der Gruppe einige Mitglieder anderer Nationalitäten gibt, diese haben Interesse, die portugiesische Sprache zu lernen oder Kurse in deutscher Sprache anzubieten. Während der Datenerfassung bestand die Gruppe aus 4.913 Mitglieder. Am 03.06.2019 gab es 5.080 Gruppemitglieder.

Kurz nach meiner Erlaubnis, die Gruppe zu studieren, besuchte ich sie täglich. Ich habe bemerkt, dass die AdministratorInnen in der Gruppe sehr aktiv sind. Sie posten viele Posts als Gruppenmitglieder, nicht nur Gruppen AdministratorInnen. Sie sind auch sehr wachsam in Posts und Kommentaren. In Polemik-Posts merkt ein/e AdministratorIn immer die sechs Diskussionsregeln der Gruppe an:

1. Diskutieren Sie den Standpunkt, nicht die Person
2. Verwenden Sie nach Möglichkeit Daten und Verweise in Ihren Argumenten.
3. Legen Sie keine Wörter in den Mund anderer Gesprächspartner.
4. Gehen Sie direkt auf den Punkt (natürlich mit Ausbildung).
5. Seien Sie höflich. Denken Sie daran, dass die Welt klein und Wien kleiner ist.
6. Regel missachtet, Kommentar gelöscht

Die AdministratorInnen weichen aber nicht von politischen Themen ab.

Ein anschauliches Beispiel ist die Umfrage, die von einem Administrator durchgeführt wurde, die fragte, für welchen Kandidaten die Mitglieder der Gruppe bei den Präsidentschaftswahlen abstimmen würden (Abbildung BRV1). Diese Umfrage wurde am 31.10.18 gepostet. Obwohl ich meine Gruppe Beobachtung nicht begonnen habe, als diese Umfrage gepostet wurde, fand ich es interessant, diesen Post bei der Arbeit zu

zitieren. Dieser Post hat 215 Kommentare, 22 Likes und 263 Stimmen. Einige Kommentare wurden entfernt, weil sie nicht den Diskussionsregeln der Gruppe entsprachen, wie in der folgenden Abbildung zu sehen ist (Abbildung BRV2).



Abbildung 10: BRV1 - Quelle: Facebook / Eigene Darstellung

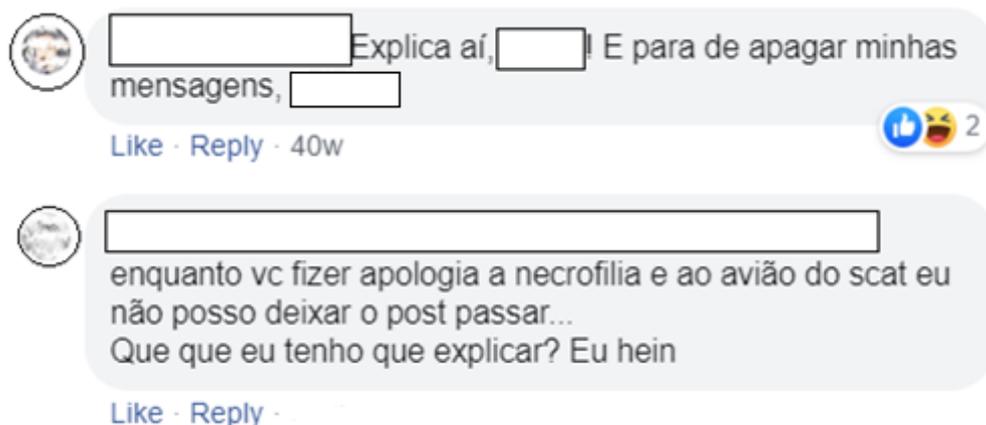


Abbildung 11: BRV2 - Quelle: Facebook / Eigene Darstellung

Ein weiterer interessanter Aspekt ist, dass sich GruppenadministratorInnen zusätzlich zum Online-Kontakt, sich persönlich mindestens zweimal im Jahr treffen. Dieses

Treffen wird immer in der Gruppe angekündigt. Die AdministratorInnen verkünden das Treffen, die Mitglieder der Gruppen werden jedoch nicht zur Teilnahme an diesen Sitzungen eingeladen.

Ich finde es auch wichtig zu kommentieren, dass die AdministratorInnen und TeilnehmerInnen der Gruppe ein bestimmtes Wort verwenden, um Beiträge und Einstellungen zu kommentieren, die eine Diskussion auslösen können.

Das Wort ist "Treta". Es kann mit dem Ausdruck "Unsinn" ins Deutsche übersetzt werden. Nach einer Suche in der Gruppe stellte ich fest, dass der Begriff am 1.12.2016 zum ersten Mal von einem Gruppenadministrator verwendet wurde, genau wie er heute verwendet wird.

Zu Beginn des Jahres 2019 führten AdministratorInnen zusammen mit Mitgliedern der Gruppe eine Umfrage durch. Sie fragten, wie Mitglieder die Gruppe im Jahr 2018 bewerten und fragten nach Vorschlägen für das Jahr 2019. Dieser Beitrag hatte 3 Likes, 20 Kommentare und die Bewertung der Gruppe lautete wie folgt:

<i>sehr gut.</i>	19
<i>gut</i>	47
<i>eher gut / eher schlecht</i>	18
<i>schlecht</i>	1
<i>sehr schlecht</i>	0

Abbildung 12: Gruppe Umfrage 2018 - Quelle: Eigene Darstellung

Die meisten von den TeilnehmerInnen der Gruppe abgegebenen Kommentare bezogen sich nicht auf Vorschläge an die Gruppe, sondern auf die politische Position der TeilnehmerInnen. 35% der Kommentare war gegen die gewählte Regierung, 30% der Kommentare zugunsten der gewählten Regierung, 20% der Kommentare der AdministratorInnen und nur 15% der Kommentare gratulierten der Gruppe / Administration.

Im Beobachtungszeitraum hatte die Gruppe 462 Posts, 3165 Likes und 3110 Kommentare. Im November wurden 845 Posts ausgeschrieben, davon 64% von Frauen.

Diese Posts haben 845 Likes und 1135 Kommentare erhalten. Im Dezember wurden 98 Posts in der Gruppe gepostet, hauptsächlich von Frauen (67%), und sie erhielten 415 Likes und 839 Kommentare. Frauen waren auch diejenigen, die im Januar am meisten posteten. 69% der 1496 Posts dieses Monats wurden von Frauen verfasst. Januar Beiträge erhielten 826 Kommentare. Im Februar hatten wir 65 Posts mit 409 Likes und 310 Kommentaren. 67% der Posts wurden von Frauen besetzt.

6.1.1.3. Nethnographische Zusammenfassung

In Bezug auf das, was ich in beiden Gruppen erlebt/beobachtet habe, habe ich festgestellt, dass die Häufigkeit der Aktivitäten der Personen, die die Gruppen verwalten, ob als AdministratorIn oder als TeilnehmerIn, eine wichtige Rolle bei den Aktivitäten innerhalb der Gruppe spielt

Wenn AdministratorInnen, trotz ihrer persönlichen Überzeugung, andere Mitglieder über ihre Ideen diskutieren lassen und dabei nicht den Inhalt der Ideen, sondern die Form der Kommentare regeln, wird die Diskussion der Gruppe interessanter und pluraler. Infolgedessen haben wir die Beständigkeit der Mitglieder, deren Ideen sich von denen der ModeratorInnen unterscheiden, was meiner Meinung nach den Filterblase der sozialen Netzwerke etwas verringert.

In meinen Ausführungen stellte ich fest, dass Facebook-Gruppen es MigrantInnen ermöglichen, mit anderen MigrantInnen in Kontakt zu bleiben, was den Eindruck erweckt, dass sie am Leben ihrer Freunde teilnehmen. Diese Gruppen bieten auch eine gemeinsame Erfahrung, die ein gemeinsames Engagement und eine gemeinsame Identität als vernünftige Merkmale einer Gemeinschaft unterstützt. Diese Beobachtungen ähneln den Ergebnissen, die Komito (2011) in seiner Studie „Social media and migration: Virtual community 2.0“ gemacht hat,

Nachfolgend werde ich mich mit der Art der Informationen und der Beteiligung, die in den geschlossenen Facebook-Gruppe „Brasileiros em Viena“ und „Brasileiros felizes em Viena – Áustria“ beschäftigen.

6.1.2. Angebote von Arten von Informationen

Im nächsten Kapitel soll auf Arten von Informationen, die in die Facebook-Gruppen „Brasileiros em Viena“ und „Brasileiros felizes em Viena – Áustria“ angeboten, werden.

Zuerst wurde der Datenerhebung gesammelt und auf einen kurzen Text reduziert. Anschließend wurde dieser Kurztext auf deutsche Stichwörter reduziert.

Ein Kategorienschema wurde ebenfalls durchgeführt. Dieses Kategorienschema wurde in Kategorien, Unterkategorien und Codes. Für jeden Code wurde auch ein Ankerbeispiele definiert. Das Kategorienschema befindet sich im Anhang diese Arbeit.

Die 453 Aktivitäten (Beiträge), die in beiden Gruppen während des untersuchten Zeitraums stattfanden, erzeugten 18 Kategorien, 90 Unterkategorien und 245 Codes, wie aus der folgenden Abbildung hervorgeht:

Kategorie	Unterkategorie	Codes
Administratoren	Bild	Gruppenbild wechseln
	Informationen	Erinnerung an Gruppenregeln
		Jahrestreffen
		Neujahrswunsch
	Umfrage	Gruppenbewertung
Willkommen, neuen Mitgliedern	Gruppenregeln vorstellen	
Arbeit & Bildung	Arbeit suchen	Arbeitsmarkt in Österreich
		jede Art von Arbeit
		Kindergartenassistent
		Pladur
	Arbeitsmarkt	Informationen anfordern
	selbständig	Arbeit bei Uber
	Hilfe von Gruppe gefragt	Umfrage im Rahmen Studium
	Schule	Anmeldung
	Studieren	Doktoratsstudien
		Stipendium
Studieren an der Universität		
Weiterbildung	Umfrage Art von Workshop	
Brasilianisches Essen	Brasilianische Lebensmittelprodukte	tiefgekühlt açaí
		Requeijão
		Catupiry
		couve
		Fleisch

		gesalzener Kabeljau
		Kekse - Bolacha Maria
		Exotik Supermarkt (brasilianische Lebensmittel)
		Lebensmittelprodukte Nord Brasilien
	Rezept	auf suchen
	Zutaten	anpassen
Einkaufen	besonderen Produkten	Zug- und U-Bahn-Teilen
	Handy	Handy Chip
	Haushalt	Partyartikel
		Sicherheitsnetz
	Musikinstrument	Kontrabass
	Reisen und Freizeit	Flügen nach Brasilien Sonderangebot
		Oper Ticket kaufen
	Schönheit	Körperpflegeprodukte
	Souvenir	Wien Souvenir
	Sportkleidung	Fußball Trikot für Kinder
	unverzichtbare Produkte	Brille
	Beschwerde	Online-Shop Beschwerde
		Produktbeschwerde
	Empfehlung	Beauty-Profi Empfehlung
		Brasilianisches Restaurant
		Reiseversicherungsberater
Event	Flohmarkt	Kinder + Frauen
	Gastronomisch	Brasilianischer Brunch
		Kias Kitchen - Brazilian Cuisine
		Vienna Coffee Festival
	Kultur	Brasilianische Theater
	Messe	Karrieretag
	Musik und Tanz	Brasilianische Party
		Brasilianische Musikabend
		Brasilianische Show
		Brasilianische Wohltätigkeitsfest
		Concert de Pandore (fr)
		Forró Show
		Maracatu Caxinguelê Brasilianisch Tanz
		Opera Gala
		Pop & Rock Konzerte
		Silvester Party
	Religiös	Brasilianisches Essen
		Konferenz
		Präsentation Afro-Brasilianer Religion
	Sport	Capoeira Kinderfestival
		MMA Kämpfer aus Brasilien
	typisch österreichisch	Krampusläufe
	Workshop	Lernen, im Ausland neu zu erfinden
Finanz	Bank	Girokonto

	Diensteanbieter suchen	Brasilianischer oder portugiesischer Sprecher Steuerberater
		Buchhalter
	Geld	Geld schicken umtauschen
	Investition	fondgebundenen Lebensversicherung
Gesundheit	Arzt suchen	Brasilianischer oder portugiesischer Sprecher Augenarzt
		Brasilianischer oder portugiesischer Sprecher Frauenarzt
		Brasilianischer oder portugiesischer Sprecher Kinderarzt
		Brasilianischer oder portugiesischer Sprecher Zahnarzt
		HNO
		Kardiologe
		Kinderarzt
	Klinik für künstliche Befruchtung	
ECARD	Eintrage für Pensionisten	
Fragen	Impfung	
Gesundheitssystem	Erste-Hilfe-Station / UKH	
	Keine Krankenversicherung	
Hilfe	anfragen	ArtNight
		Dokumententransport nach Brasilien
		gestohlene Kinderwagen
		GIS Anmeldung Prozess
		Mautgebühr
		Pakettransport nach Brasilien
	emotionale Unterstützung	Einsamkeitsgefühl
		Schwierigkeiten Anpassung
	Bestimmte Person suchen	Jugendfreund
	Wetter	Schneebericht
öffentliche Verkehrsmittel	Fahrscheinkontrolle	
Immigration	Anerkennung	Führerschein
		Universitätsdiplom
	Deutsche Sprache	Deutsche lernen - Tipps
		Schwierigkeit mit Deutsch
		Tandem
Dokumenten	Haager Apostille	
	Brasilianischer Pass	
Informationen zum Auswandern	Allgemein Informationen	
	Kosten / Lebenshaltungskosten	
	Pets	
Staatsbürgerschaft	Italienische	

		Österreichische
	Visum	Announcement of the planned residency
		Aufenthaltsbewilligung
		Aufenthaltskarte für Ehepartners
		Bearbeitungszeit für ein Visum
		RWR Job Wechseln
		Studentenvisum Prozess
		Visum verlängern
		Visumantrag
interkultureller	Kulturschock	Unterschied zwischen Österreicher, Deutscher und Schweizer
	Unterschied	Jerry-rig
		Reinigung
		typisches Weihnachtsessen
		U-Bahn Essverbot
Nachrichten / Informationen	Brasilien	Öffentliche Sicherheit
		Persönliche Geschichte
		Politik
	Gender	Feministischer Text
	Welt	Umwelt schützen
	Österreich	Geschichte Österreichs
		Nachrichten über Österreich
		Nachrichten über Wien
		Website mit Informationen zu Aktivitäten mit Säuglingen und Kindern
	Nachrichten	Umfrage Newsletter
Profi suchen	Diensteanbieter	Beauty-Profi
		Cargo Transport
		Computertechniker
		DeutschlehrerIn
		Dog-Sitter
		Dolmetscher
		ErnährungsberaterIn mit Portugiesischer Sprache
		Gitarrenlehrer
		Haushaltsgerät Reparatur
		Konditor
		Lymphdrainage
		Maniküre
		Marketing Experte
		Möbelmontage / Reparatur
		Personal-Trainer
		Photoshop Experte
		Putzfrau
		SprachlehrerIn - Portugiesischer Sprache
		SprachlehrerIn / Kurs - Andere Sprache
		Tischler
		Transport

		beglaubigte Übersetzer
		Zimmerservice
	Künstler	brasilianische Band
		Musiker
		Sängerin / Sänger
	Firma	brasilianischer Verleger
		Fotolabor
		Reisebüro
		Storagefirma
Rechtshilfe	Anwalt	Heirat
		Immigration
		Zivilrecht
	Brasilianisches Gesetz	Wahl
	Österreich Gesetz	Anzeige von Verbale und körperlicher Aggression
		Arbeit
Spenden	bitten	Buch
		Kinderkleidung
		Koffer
		Kombucha
	machen	Buch
		Möbel
		Spinning Training Stunde
Unterhaltung	Eigenproduktion	Video
		Witz
	Musikvideo	Kinder spielen Samba
	Tipps fragen	Andere Restaurants
		Brasilianisches Restaurant
		Hotel
		öffentliche Verkehrsmittel in Wien
		Sehenswürdigkeiten in Wien
		Ski
		Sport Pub & Bar
		Tramper
		Weihnachten und Neujahr
		Wien Event
		wo forró tanzen
	Tipps geben	Brasilianische Comics
		Buch
		Kultur
		öffentliche Verkehrsmittel in Wien
		Reise
		Unterwasserkamera
Unterkunft	anbietet zur Miete	Studentenwohnung
		Wohnung
		Zimmer
	kaufen	gerichtliche Immobilien Versteigerungen
	sucht zur Miete	Studentenwohnung

		Wohnung
		Wohnung in kinderfreundlich Bezirk
		Zimmer
	Zweifel am Mietvertrag	vorzeitigen Kündigung
Vernetzung	Danksagung	"Brasilianisches Kulturfestival Wien"
	Gruppentreffen	Familie mit Kindern
	Kontaktieren	Brasilianer außerhalb von Wien
		spontanes treffen
	sei nett	"mehr Liebe bitte" wünsche
		schönen Tag Wunsch
		schönes Wochenende wünsche
		Weihnachten und Neujahr wünsche
		wünschen frohe Festtage
	Spiele/Sport	Domino zu spielen
Fußball spielen		
Fußballspiel ansehen		
RPG zu spielen		
Werbung	Brasilianische Lebensmittelprodukte	Cachaça
		Party Essen
	Brasilianische Non-Food-Produkte	Kochbuch
		Brasilianische Musik-CD
		Portugiesisch Kinderbuch
	Dienstanbieter	Andere Sprachlehrer
		Babysitter
		Bachblütentherapie
		Blindenführhundschule
		Deutsch Kurs
		Friseur / Makeup
		Graphik Design
		Haushilfe & Kochen
		Maniküre
		Sport
	Facebook Page	Facebook Page über Gastronomie
		Facebook Page über brasilianische Kultur
	Gebrauchtgüter	Buchverkauf
		Kleiderschrank
	Geschäft	Warenhaus
Gesundheit und Schönheit	Ernährungscoach	
	Massage	
	Reiki	
	Workshop	
Lokal	Brasilianisches Restaurant	
	Pub	
Ticketverkauf	Fußball	
	Rabatt Show	

Abbildung 13: Kategorie, Unterkategorie und Codes - Quelle: Eigene Darstellung

Die erste Kategorie nenne ich Administratoren. Administratoren bezieht sich auf Beiträge, die Gruppenadministratoren als Gruppenadministratoren und nicht als Gruppenmitglieder ausführen. In diesen Kategorien findet man, z.B. die Gruppenregeln, das Profil Bild der Gruppe, und Umfrage über die Gruppe.

Die zweite Kategorie heißt Arbeit & Bildung und umfasst Informationen zum Arbeitsmarkt in Österreich, Arbeitssuche, Anmeldung in Schule und Universität und Bewerbung um ein Stipendium.

Die dritte Kategorie trägt die Bezeichnung brasilianisches Essen und teilt sich in die Dimensionen wie, z. B. Zutaten anpassen, brasilianisches Rezept und wo man typische brasilianische Lebensmittel findet.

Die vierte Kategorie heißt Einkaufen und enthält Informationen zum Kauf von Produkten (außer brasilianisches Essen) sowie zu Empfehlungen und Beschwerden über Einkäufe.

Die fünfte Kategorie heißt Event. Event bedeutet hier nicht nur, dass es brasilianisches Event gibt, sondern alle Events, die in Österreich passieren und in der Gruppe gemeldet wurden.

Die sechste Kategorie trägt den Namen Finanz und bezieht alles rund um das Thema Finanz, wie z.B. Bank, Steuerberater, Investition, usw.

Die siebte Kategorie nenne ich Gesundheit. Gesundheit bezieht sich auf alle gesundheitsbezogenen Aktivitäten von Mitgliedern der Gruppe, wie z.B. ECARD-Antrag, österreichischer Impfplan, Erste-Hilfe-Station, Fehlen einer Krankenversicherung, Empfehlungen von Ärzten.

Die achte Kategorie heißt Hilfe und umfasst allen konkreten Hilfeanfragen der Mitglieder der Gruppe. Es bezieht sich auf Situationen, in denen das Gruppenmitglied keine Ahnung hat, wo eine Lösung suchen soll, aber muss eine dringende Lösung finden. Einige Dimensionen dieser Kategorie sind: Transport wichtiger Dokumente nach Brasilien, Diebstahl von Kinderwagen, Kontrolle des Transportmittels, GIS Anmeldung Prozess.

Die neunte ist Kategorie Immigration. In dieser Kategorie wird alles über Einwanderung erörtern, wie z.B. Informationen zum Auswandern, Dokumentenerkennung, Dokumentation, Sprache, Staatsbürgerschaft und Visum.

Die zehnte Kategorie heißt interkultureller und umfasst Aspekten von Kulturschock und kultureller Unterschied.

Die elfte Kategorie nenne ich Nachrichten / Informationen und umfasst Nachrichten und Informationen, die die Gruppemitgliedern geteilt haben, wie z.B. Nachrichten über brasilianisch Politik, Umwelt schützen, Österreich Geschichte, Nachrichten über Österreich.

Die zwölfte Kategorie heißt "Profi suchen" und umfasst die Dimensionen zu den Arten von Fachleuten, die gesucht werden, z. B. : Diensteanbieter (Beauty-Profi, Computertechniker, Konditor, Putzfrau, vereidigter Übersetzer, usw.), Firma (Fotolabor, Verleger, Reisebüro und Storagefirma) und Künstlern (Musiker, SängerIn, und brasilianische band).

Die dreizehnte Kategorie trägt den Namen Rechtshilfe und bezieht alles rund um das Thema Recht, wie z.B. Brasilianisches und österreichisches Gesetz und Fachanwältin.

Die vierzehnte Kategorie ist Spenden. In dieser Kategorie wird alles über "Spenden bitten" und "Spenden machen" bekannt, wie z.B. Buch, Kinderkleidung, Koffer, Möbel, usw.

Die fünfzehnte Kategorie trägt die Bezeichnung Unterhaltung und umfasst den Aspekten von Unterhaltengstipps geben oder fragen, Videos Teilen und Witze.

Die sechzehnte Kategorie nenne ich Unterkunft. Unterkunft deckt alle Fragen im Zusammenhang mit dem Wohnhause, wie z. B.: Zweifel am Mietvertrag, Kauf und Miete von Immobilien, Studentenwohnung, Zimmer, kinderfreundlich Bezirk, usw.

Die siebzehnten Kategorie heißt Vernetzung und umfasst alle Aktivitäten, die die Mitglieder der Gruppe machen, um mit den anderen Mitgliedern in Kontakt zu treten, zwecks nett zu sein oder ein persönliches Treffen vereinbaren, wie z.B. Familie mit

Kindern oder Brasilianer außerhalb von Wien Treffen, schönes Wochenende wünsche, Einladung zu Domino, RPG und Fußball spielen, usw.

Die achtzehnte und letzte Kategorie nenne ich Werbung. Werbung umfasst alle Aktivitäten, die den Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung, wie z.B. Brasilianisches Cachaça, brasilianische Musik-CD, Portugiesisch Kinderbuch, Babysitter, Bachblütentherapie, Deutsch Kurs, Graphik Design, usw.

6.1.3. Arten von Partizipation

In diesem Unterkapitel wurden die Aktivitäten der Gruppenteilnehmer gründlich untersucht, um die in diesen Gruppen auftretenden Arten von Partizipation erkennen zu können.

Während des Zeitraums der Datenerhebung wurden 453 Aktivitäten (Beiträge) in den beiden Gruppen durchgeführt, die 2900 Likes und 2901 Kommentare erhielten. Wir haben auch 4 Polls mit insgesamt 104 Antworten durchgeführt (Poll1: 4, Poll2: 2, Poll3: 12 und Poll4: 83).

Zunächst habe ich mich dazu entschlossen, die Beiträge in den Gruppen zu überprüfen. An diesem Punkt habe ich mir die von mir verfassten Beiträge angesehen und nach Beteiligungsarten katalogisiert. Von den 453 Beiträge, die in beiden Gruppen passiert ist, wurden folgende Aktivitäten beobachtet:

Aktivitätszahl	%	Arten von Partizipation	Beschreibung der Partizipation
437	96,5%	Post	schriftliche Mitteilungen, mit oder ohne andere Art der Partizipation, wie Bild, Video, Event, Link, Recommendation, usw.
5	1,1%	Video Share	Video Mitteilungen ohne andere Art der Partizipation, sogar ohne schriftliche Mitteilungen
4	0,9%	Link	Link Mitteilungen ohne andere Art der Partizipation, sogar ohne schriftliche Mitteilungen
4	0,9%	Link Facebook Page	Link von eine Facebook-seite Mitteilungen ohne andere Art der Partizipation, sogar ohne schriftliche Mitteilungen
2	0,4%	Foto Share	Bild Mitteilungen ohne andere Art der Partizipation, sogar ohne schriftliche Mitteilungen
1	0,2%	Emoji	Emoji Mitteilungen ohne andere Art der Partizipation, sogar ohne schriftliche Mitteilungen

Abbildung 14: Aktivitätszahl / Arten von Partizipation / Beschreibung der Partizipation - Quelle: Eigene Darstellung

In diesem ersten Moment habe ich die Art von Partizipation "Post" nicht in Unterkategorien unterteilt, d.h. ich habe einen soeben geschriebenen Post nicht durch einen schriftlichen Post mit einem Foto getrennt. Daher können wir in diesem ersten Moment feststellen, dass die überwiegende Mehrheit der Posts in den Gruppen Posts sind (96,5%).

In einem zweiten Moment beschloss ich, die Art der Teilnahme "Post" in Unterkategorien aufzuteilen. Folgende Unterkategorien wurden in 437 "Post" beobachtet:

Aktivitätszahl	%	Arten von Partizipation	Beschreibung der Partizipation
146	33,4%	Post	Nur schriftliche Mitteilungen
113	25,9%	Post + Link	Link Mitteilungen + schriftliche Mitteilungen
64	14,6%	Post + Foto Share	Bild Mitteilungen + schriftliche Mitteilungen
62	14,2%	Post+ Recommendation	Recommendation Mitteilungen + schriftliche Mitteilungen
23	5,3%	Post +Event	Event Mitteilungen + schriftliche Mitteilungen
20	4,6%	Post + Video Share	Video Mitteilungen + schriftliche Mitteilungen
5	1,1%	Post + Link Facebook Page	Link von eine Facebook-seite Mitteilungen + schriftliche Mitteilungen
4	0,9%	Post + Umfrage	Umfrage + schriftliche Mitteilungen

Abbildung 15: Posten Subkategorien - Aktivitätszahl / Arten von Partizipation / Beschreibung der Partizipation -
Quelle: Eigene Darstellung

Wir können sehen, dass "Post" ¹⁰ mit 33,4% der am häufigsten verwendete Partizipationstyp ist, gefolgt von der Kategorie "Post + Link" mit 25,9%.

Um besser zu verstehen, wie die Mitglieder der Gruppen teilnehmen, habe ich mich entschlossen, die Häufigkeiten von Partizipation zu überprüfen.

Für diese Analyse habe ich alle Arten von Posts verwendet, wie sie die Antwortalternativen zu einer "Multiple-Choice-Frage mit mehreren Antworten" eines Fragebogens wären. Ich habe es auch "Like" and "Kommentar" als Antwortmöglichkeiten betrachtet. Der Gesamtwert von "Like" und "Kommentar"

¹⁰ Ab diesem Zeitpunkt wird der Begriff "Post" für die Beiträge verwendet, die nur Text enthalten.

wurde in dieser Analyse nicht verwendet. Mit der SPSS-Software kam ich zu folgendem Ergebnis:

Häufigkeiten von \$Arten_Partizipation

		Respostas		Porcentagem de casos
		N	Porcentagem	
Arten von Partizipation Gruppe	Post	437	29,8%	96,5%
	Video Share	25	1,7%	5,5%
	Link Facebook Page	9	0,6%	2,0%
	Link	117	8,0%	25,8%
	Emoji	1	0,1%	0,2%
	Recommendation	62	4,2%	13,7%
	Event	23	1,6%	5,1%
	Foto Share	66	4,5%	14,6%
	Umfrage	4	0,3%	0,9%
	Like	385	26,3%	85,0%
	Kommentar	334	22,8%	73,7%
	Teile	3	0,2%	0,7%
	Total	1466	100,0%	323,6%

Abbildung 16: Häufigkeiten Arten von Partizipation - Quelle: Eigene Darstellung

Anhand dieser Daten kann es bestätigt, dass 96,5% der Gruppenmitglieder die Art von Partizipation „Post“ benützt. 85% der Gruppenmitglieder benützt „Like“ und 73,7% „Kommentar“. „Emoji“, „Teile“ und „Foto Share“ sind die weniger verbreiteten Arten von Partizipation (jeweils 0,2%, 0,7% und 0,9%).

Ich fand es auch interessant, die Reaktionen von Gruppenmitgliedern auf die Postings von Menschen unterschiedlichen Gender zu untersuchen.

Um das Geschlecht der Person zu bestimmen, die den Beitrag verfasst hat, habe ich drei Filter verwendet:

1. Darstellungsform der Person durch der Text Schreibweise: Auf portugiesisch, wenn eine Vokabel mit dem Buchstaben "a" endet, bezieht sich dies auf das weibliche Geschlecht; wenn es mit dem Buchstaben "o" endet, bezieht es sich auf das männliche Geschlecht.

2. Name der Person: Es gibt nur sehr wenige portugiesische Namen, die von mehr als einem Geschlecht verwendet werden. Bei Gruppenmitgliedern wurde keiner dieser Namen verifiziert.
3. Facebook Profilbild: Dieses Foto ist immer verfügbar, wenn ein Mitglied etwas in der Gruppe veröffentlicht.

Nachdem ich die oben erwähnten drei Filter benutzt hatte, konnte ich nicht das Genre von nur ein Beitrag bestimmen. Für diesen speziellen Beitrag habe ich das "andere" Gender verwendet. Daher habe ich die folgenden Daten gefunden, die sich auf die Genres der Personen beziehen, die in der Gruppe gepostet haben:

	N	Percentagem
weiblich	293	64,7%
männlich	159	35,1%
anderes	1	0,2%
Total	453	

Abbildung 17: Genres der Personen X Beiträge - Quelle: Eigene Darstellung

Wie obigen Schaubild zeigt, wird die überwiegende Mehrheit der Beiträge von Frauen durchgeführt (64,7%).

Ich fand es auch interessant zu untersuchen, welche Gesamtmenge von "like", "Kommentar" und "Umfrage Antworten" in Beiträge von Mitgliedern verschiedenen Gender vorkommen.

		Gender x # Partizipation			
		# Likes	# Kommentare	# Umfrage Antwort	
Gender	weiblich	Contagem	2041	1841	21
		Dentro de Partizipation %	70,4%	63,5%	20,2%
	männlich	Contagem	859	1060	83
		Dentro de Partizipation %	29,6%	36,5%	79,8%
	anderes	Contagem	0	0	0
		Dentro de Partizipation %	0,0%	0,0%	0,0%
Total	Contagem	2900	2901	104	

Abbildung 18: Arten von Partizipation nach Gender - Quelle: Eigene Darstellung

Wie in der obigen Abbildung angegeben, die Frauen Beiträge erhalten 70,4% der 2900 "Likes". Die Frauen Beiträge erhielten auch 63,5% der Kommentare. Die von Männern durchgeführte Umfrage erhielt jedoch 78,8%. Wir müssen jedoch berücksichtigen, dass diese Untersuchung von einem der Administratoren der Gruppe durchgeführt wurde und sich auf die Bewertung der Gruppe im Jahr 2018 sowie auf Verbesserungsvorschläge für das nächste Jahr bezieht.

6.1.4. Beantworten der Forschungsfragen der qualitative Forschungs-Teil

Im nächsten Kapitel soll werden die Verifizierung bzw. die Falsifizierung die Hypothese des qualitativen Sozialforschungs-Teils (H3 und H4) vorgestellt, sowie die Antworten auf die Forschungsfragen (FF2 und FF3) diesen Teil.

6.1.4.1. FF.2: Forschungsfrage 2

H3: Es werden in den brasilianischen Facebook-Gruppen folgenden Informationen angeboten:

Beruf / Beschäftigung, Deutschkursen, Möglichkeiten, Vernetzung (Freunde / Familie / Gemeinschaft), Computerfähigkeiten, Krankenversicherung, Unterkunft, Transport, Lokale Kultur / Lebensstil, Stadtprofil / Orientierung, Verkehrssicherheit und Fahren, Immigration, Bildung, Steuerberatung, Rechtshilfe, Banking, Diskussionen über die österreichische Politik, Diskussionen über die brasilianische Politik, Verfügbarkeit von brasilianischen Produkten oder ähnlichen Artikeln, Informationen über österreichische / brasilianischen Dokumente, Emotionale Unterstützung.

Die zweite Forschungsfrage beschäftigt sich damit, welche Arten von Informationen werden in die Facebook-Gruppen „Brasileiros em Viena“ und „Brasileiros felizes em Viena – Áustria“.

Die Ergebnisse in Bezug auf die zweite Forschungsfrage, wurde durch das hergestellte Kategorienschema beobachtet. Die Hypothesen 3 kann nach der Auswertung die erhobene Daten teilweise bestätigt werden. Von den 19 Arten von Informationen, die in der Hypothese stehen, wurden nur 3 in den untersuchten Gruppen nicht gefunden: Computerfähigkeiten, Verkehrssicherheit und Fahren, Diskussionen über die österreichische Politik. Die 16 Arten von Informationen, die in Hypothese 3 steht, sind im Kategorienschema aufgeführt und können als Kategorie, Unterkategorie oder Code gefunden werden.

Außerdem wurde die Liste erweitert. Einige Arten von Informationen, die im Kategorienschema gefundenen hat, waren: Administratoren, Einkaufen, Event, Profisuchen, Spenden, Werbung.

6.1.4.2. FF.3.: Forschungsfrage 3

H4: Es gibt in brasilianische Facebook-Gruppen folgenden Arten von Partizipation:

Posting, Sharing Links, Kommentieren, Checking up, Events

Anhand der dritten Forschungsfrage sollte herausgefunden werden, welche Arten von Partizipation gibt es bei die Facebook-Gruppen „Brasileiros em Viena“ und „Brasileiros felizes em Viena – Áustria“ kam.

Hier lässt sich aufgrund der Ergebnisse erkennen, dass in den untersuchten brasilianischen Facebook-Gruppen folgende Arten der Partizipation stattfinden:

Post, Like; Kommentar, Link, Foto Share, Recommendation, Video Share, Event, Link Facebook Page, Umfrage, Teile und Emoji,

Wie in Ergebnis zu sehen ist, war die einzige Art von Partizipation, die in Hypothese 4 erscheint und in den gesammelten Daten nicht gefunden wurde, "Checking up". Andererseits wurde die Liste um andere Themen erweitert, die bei der Inhaltsanalyse gefunden wurden.

6.2. Der quantitative Sozialforschungs-Teil

6.2.1. Überblick

An der Studie nahmen insgesamt 141 BrasilianerInnen, die in Österreich leben, teil. 85,1% weiblich (n = 120) und 14,2% männlich (n = 20). Das Alter der TeilnehmerInnen lag in den Studien zwischen 17 und 60 Jahren (M = 35,66, SD = 8,86). In Bezug auf die Aufenthaltsdauer in Österreich wohnen 24% von 1 Monat bis 1 Jahr (n=34), 28% von 1 bis 3 Jahre (n = 39), 13% von 3 bis 5 Jahre (n = 19), 17% von 5 bis 10 Jahre (n =24) und 18% mehr als 10 Jahre (n=25).

In Bezug auf den Beruf waren 14,9% der TeilnehmerInnen „Angestellte/r“ (n = 21), gefolgt von 13,5% als „Im Haushalt“ (n = 19), 12,1% gaben an selbstständig zu sein (n = 17), 10,6% der TeilnehmerInnen gaben an, arbeitslos zu sein (n = 15), während 7,8% der TeilnehmerInnen Student/in (n = 11), 7,8% (n = 11) der TeilnehmerInnen SchülerInnen waren; 7,1% gaben an, Arbeiter/in zu sein (n = 10), 2,8% gaben an Beamter /r zu sein (n = 4), während 2,1% (n = 3) der TeilnehmerInnen PensionistInnen und schließlich 21,3% der TeilnehmerInnen „Sonstiges“ waren (n = 30).

Die Mehrheit der Stichprobe bestand aus verheirateten Personen, insgesamt 69,5% (n = 98), während 22,7% (n = 32) alleinstehend und 7,8% (n = 11) geschieden waren.

In Bezug auf die Zugehörigkeit zu brasilianischen Gruppen in Österreich auf Facebook waren 51,1% der TeilnehmerInnen bei „Brasileiros em Viena“ (n = 72), 43,3% bei „BrasileirAs na Áustria“ (n = 61), 42,6% bei „Brasileiros felizes em Viena – Áustria“ (n = 60), 22,0 % bei „Brasileiros em Graz“ (n = 31), 20,6% bei „Mães e Pais Brasileiros na Áustria“ (Österreich) (n = 29), 17,7 % bei „Brasilaner“ in Áustria - Brasileiros na Áustria,, (n = 25), 10,6% bei „Brasileiros em Tirol,, (n = 15), 8,5% bei „Brasileiros que trabalham em Viena – Áustria“ (n = 12), 3,5% bei „Cultura Brasileira na Áustria“ (n = 5), 0,7% bei „Museu Virtual da Gente Brasileira na Áustria“ (n = 1) und schließlich 16,3% bei anderen Gruppe (n = 23).

6.2.2. Erhebungsinstrumente

a. Charakterisierung der Proben:

Die soziodemografischen Daten, die für diese Arbeit untersucht wurden, umfassten Aspekte wie Geschlecht, Alter, Schulbildung, Beruf, Beweggründe für den Umzug nach Österreich, sowie die Facebook-Gruppen für brasilianische MigrantInnen in Österreich, an denen die TeilnehmerInnen beteiligt sind.

b. Fragebogen „migração, Facebook e integração”¹¹:

Der für diese Studie erstellte Fragebogen zur Bewertung der Nutzung von Facebook in Bezug auf Migration, Integration von MigrantInnen in diesem Netzwerk und das Leben in Österreich. Der Fragebogen war unterteilt in: Migrationsgründe, Integration, kulturelle Anpassung, Haltung der österreichischen Kultur und Soziales Kapital. Die Unterkategorie Migrationsgründe bestand aus drei Fragen: 1) „Vor dem Umzug nach Österreich hatten Sie“, im Zusammenhang mit sozialen Bindungen, die der/die TeilnehmerIn vor seinem/ihrem Umzug in Österreich hatte, bestehend aus sieben Elementen, die auf einer Likert-Skala von 6 Punkten bewertet wurden und von "niemand" bis "sehr viele" reichen; 2) „Nennen Sie Ihren Hauptgrund, warum Sie nach Österreich eingewandert sind“, kategorische Einfachwahlfragen, bestehend aus sieben Kategorien und 3) „Was war der Hauptgrund für Ihre Zuwanderung nach Österreich in Bezug auf Ihr Berufsleben?“, besteht aus fünf Elementen, die auf einer Likert-Skala von 6 Punkten bewertet werden und von "unwahrscheinlich" bis "am wahrscheinlichsten" reichen.

Die Unterkategorie Integration bestand aus vier Fragen, die erste war: „Wie sehen Sie Ihre Situation / Möglichkeiten in Österreich?“. Diese Frage setzt sich aus neun Punkten zusammen, die auf einer Likert-Skala von sechs Punkten von "Gar nicht" bis "Sehr gut" bewertet werden. Die zweite Frage betrifft „Was tun Sie, um sich in die österreichische Gesellschaft zu integrieren?“, und besteht aus sieben Aktivitäten, die gewählt werden konnten. Die dritte Frage betrifft „Wie bewerten Sie Ihre Deutschkenntnisse?“, ein einzelnes Element, das auf einer 6-Punkte-Likert-Skala von "sehr schlecht" bis "sehr

¹¹ „Migration, Facebook und Integration“ auf Deutsch.

gut" bewertet werden kann. Frage Nummer vier bezog sich auf „Bezugnehmend auf die deutsche Sprache“, bewertet auf sieben Fragen, die auf einer ähnlichen Sechs-Punkte-Skala beantwortet wurden, von " auf keinen Fall" bis " auf jeden Fall".

Die Subkategorie kulturelle Anpassung wurde anhand von drei Fragen bewertet. Das erste ist die Beurteilung von Schwierigkeiten für verschiedene Situationen in Österreich. Als Beispiel für Punkte gibt es „Österreichische Freunde finden“, „Transportsystem verwenden und Einkaufen gehen“, „Mit anderen Personen über sich selbst reden“. Diese Punkte werden auf einer 6-Punkte-Likert-Skala bewertet, die von "Extreme Schwierigkeit" bis "keine Schwierigkeit" reicht. Die zweite Frage der Unterkategorie "Kulturelle Anpassung" befasste sich mit der Bewertung der Schwierigkeiten, in denen die Facebook-Gruppen ForschungsteilnehmerInnen geholfen hatten, und befasste sich mit denselben Punkten der vorherigen Frage. Der Antwortschlüssel für die Likert-Skala wurde jedoch an sechs Punkte angepasst, die von "Niemals" bis "Sehr oft" reichen. Die dritte Frage, die der Unterkategorie kulturelle Anpassung bezeichnet hat, war „In Bezug auf Ihr Leben in Österreich - inwieweit verwenden Sie geschlossene Facebook-Gruppen, um die folgenden Schwierigkeiten zu lösen“. Deren Punkte waren die gleichen wie die der ersten und zweiten Fragen dieser Unterkategorie und der Antwortschlüssel derselbe wie die zweite Frage. Die Unterkategorie "Haltung der österreichischen Kultur" wurde anhand von zwei kategorischen Fragen bewertet: „Wie nutzen Sie Facebook-Gruppen, wenn Sie als MigrantIn Vorurteile oder eine Haltung gegen Sie als MigrantInnen erlebt haben oder gegen MigrantIn im Allgemeinen?“ und „Wie nutzen Sie Facebook-Gruppen, wenn Sie als MigrantIn gelobt werden oder positives Feedback erhalten?“. Diese beiden Fragen wurden nach folgenden Kategorien bewertet: „Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen negativen Kommentar abzugeben“, „ Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen positiven Kommentar abzugeben“, „Ich benutze die Facebook-Gruppe, um sarkastisch zu kommentieren, was passiert ist“, „ Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen witzigen Kommentar zu hinterlassen“, „Ich benutze die Facebook-Gruppe nicht.“.

Die letzte Variable mit dem Titel „Sozialkapital“ wurde in drei Fragen unterteilt, die mit zwanzig Punkten bewertet wurden. Die erste Frage bezog sich auf „Vertraust du

den Kommentaren von Mitgliedern der Facebook Gruppe (n)?“ und wurde in zwei Punkten bewertet: „sehr unwahrscheinlich“ und „sehr wahrscheinlich“. Die zweite Frage bezog sich auf „Deiner Meinung nach: Welche Mitglieder haben Kommentaren, Einstellungen oder Beteiligungen, dazu beigetragen, das Leben anderer Mitglieder der Gruppe zu verbessern?“ bewertet wie die erste, und die dritte Frage bezog sich auf „Wie handeln (wirken) die Mitglieder, die: Boykotte machen, Manifestationen teilnehmen, Petitionen unterschreiben.“ nach den gleichen Bewertungskriterien der erste beiden Fragen diese Variable.

6.2.3. Erfassung der daten

Datenerfassung erfolgte online über die Soscisurvey-Plattform. Die Probe wurde durch eine willkürliche Stichprobe entnommen, von der Offenlegung in geschlossene Facebook-Gruppen von BrasilianerInnen. Alle TeilnehmerInnen waren Freiwillige und hatten Zugang zur Datenschutzmitteilung.

6.2.4. Datenanalyse

Für die Datenanalyse wurde die Software IBM SPSS STATISTICS 25 verwendet. Deskriptive Statistiken wurden erhalten. T-Test, Korrelation nach Spearman und Two-Step-Clusteranalyse wurden durchgeführt. Die Auswahl für jeden Test basierte auf den Hypothesenausarbeitungen für diese Studie.

6.2.5. Empirische Auswertung

6.2.5.1. FF.1.: Forschungsfrage 1:

FF1: Inwiefern wird die Integration in neuen Lebensbedingungen durch Migrationsgründe und durch die Wahrnehmung von Chancen und Schwierigkeiten von MigrantInnen beeinflusst?

H.1.: Hypothese 1:

Es gibt Unterschiede zwischen der Integrationswahrnehmung in Gruppen mit MigrantInnen, die arbeiten oder studieren und Gruppen mit MigrantInnen, die sich nicht dieser Art von Aktivitäten widmen.

H.2.: Hypothese 2:

Es besteht eine positive Korrelation zwischen Integration von MigrantInnen und Wahrnehmung von Chancen. Es wird auch eine positive Korrelation zwischen der Integration von MigrantInnen und der Wahrnehmung von Schwierigkeiten erwartet.

Die erste Forschungsfrage bezieht sich auf den Einfluss von neuen Lebensbedingungen durch Migration und durch die Wahrnehmung von Chancen und Schwierigkeiten von MigrantInnen in der Integration.

Es soll festgestellt werden, ob es Unterschiede zwischen der Integrationswahrnehmung in Gruppen mit MigrantInnen, die arbeiten oder studieren und Gruppen mit MigrantInnen, die sich nicht dieser Art von Aktivitäten widmen, gibt. Es soll auch herausgefunden werden, ob es eine Korrelation zwischen Integration von MigrantInnen und Wahrnehmung von Chancen und auch der Korrelation zwischen der Integration von MigrantInnen und der Wahrnehmung von Schwierigkeiten gibt. Aus diesem Grund wurden folgende zwei Hypothesen aufgestellt.

Die erste Hypothese wurden erstellt, weil in der untersuchten Literatur festgestellt wurde, dass die verschiedenen Arten der Migration unterschiedliche Konsequenzen für die Integration von MigrantInnen haben und dass die Integration von MigrantInnen auf verschiedenen Ebenen und in verschiedenen Bereichen stattfindet (Heckmann, 2014, S:23-24; Berry, 2005, S: 708, Ward & Kennedy, 1999, S: 660). Es wurde auch theoretisch festgestellt, dass soziale Beziehungen und soziales Kapital MigrantInnen bei Migrationsentscheidungs- und Anpassungsprozessen helfen können (Faist, 2000, S: 71; Faist, 2000 S:100-103). Auf der anderen Seite kommt die zweite Hypothese aus der Alltagsbeobachtung, die ich ohne literarische Basis testen möchte.

Hypothese 1

Um die Auswertung der ersten Hypothese durchzuführen, wurde ein T-Test gemacht. Ein "Composite score" mit den Antworten der Frage „Was tun Sie, um sich in die österreichische Gesellschaft zu integrieren“ des Fragebogens wurde durchgeführt. Dieser "Composite score" wurde „IntegrationTotal“ benannt.

Gruppenstatistiken

	Integrieren Sie?		Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
	Arbeit	N			
IntegrationTotal	Nicht Arbeit	59	2,8475	1,22915	,16002
	Arbeit	82	4,1220	1,55071	,17125

Abbildung 19: Gruppenstatistiken Arbeit - Quelle: Eigene Darstellung

Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
Integration Total	Varianzen sind gleich	5,149	,025	-5,238	139	,000	-1,27449	,24334	-1,75561	-,79337
	Varianzen sind nicht gleich			-5,438	137,647	,000	-1,27449	,23438	-1,73794	-,81105

Abbildung 20: Test bei unabhängigen Stichproben - Quelle: Eigene Darstellung

Gruppenstatistiken

	Integrieren Sie?		Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
	Studieren	N			
IntegrationTotal	Nicht Studieren	84	2,9524	1,21144	,13218
	Studieren	57	4,5263	1,53652	,20352

Abbildung 21: Gruppenstatistiken Studieren - Quelle: Eigene Darstellung

Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit				T-Test für die Mittelwertgleichheit				
		F	Signifikanz	T	df	Signifikanz (2-seitig)	Mittlere Differenz z	Standardfehler der Differenz z	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
IntegratioTota	Varianzen sind nicht gleich			-6,486	101,073	,000	-1,57393	,24267	-2,05533	-1,09254

Abbildung 22: Test bei unabhängigen Stichproben 2 - Quelle: Eigene Darstellung

Die Datenanalyse ergab, dass brasilianische MigrantInnen, die arbeiten, über eine stärkere Integration im Vergleich zu die nicht arbeiten ($t = -5,44$, $df = 137,64$, $p < 0,01$) berichteten. Brasilianische MigrantInnen, die arbeiten, präsentieren einen Durchschnitt von 4,12 für die Integration im Vergleich zu 2,84 für die MigrantInnen, die nicht arbeiten. Brasilianische MigrantInnen, die in Österreich studieren, berichteten auch über eine höhere Integration im Vergleich zu denjenigen, die nicht studiert hatten ($t = -6,48$, $df = 101$, $p < 0,01$). MigrantInnen, die studieren, wiesen einen Integrationsdurchschnitt von 4,52 auf, verglichen mit 2,95 für MigrantInnen, die nicht studieren.

Wenn eine Person arbeitet oder studiert, ist sie immer in Kontakt mit einer Gruppe von Menschen, von denen sie nicht unbedingt ausgewählt wurde und die sich oft von Familienmitgliedern und auch von Menschen, die als Freunde ausgewählt wurden, unterscheiden. Um zu arbeiten und studieren muss man die Kultur erlernen und soziale Kompetenzen erwerben. In diesen Fällen gibt es ein paar Aspekte, auf die Berry (2005) in der Integrationsstrategie hinweist: einen gewissen Grad ihrer kulturellen Identität bewahren und gleichzeitig wie ein Mitglied einer ethnokulturellen Gruppe zu versuchen, als integraler Bestandteil des größeren sozialen Netzwerks teilzunehmen (Berry, 2005, S:705). Berry (1997) gibt an, dass Bildung als konsequenter Faktor im Zusammenhang mit positiver Anpassung erscheint (Berry, 1997, S: 18).

Die Sprache wird auch zu einem wesentlichen Instrument, da die Notwendigkeit der Kommunikation in einem Arbeitsumfeld und in einem akademischen oder schulischen Umfeld von grundlegender Bedeutung ist. In der Arbeit von Ward & Kennedy (1999) legen die Daten nahe, dass Personen mit guten Ressourcen weniger Anpassungsprobleme haben (Ward & Kennedy, 1999, S: 669). In derselben Arbeit bekräftigen die Autoren, dass die soziokulturelle Anpassung stärker von Faktoren beeinflusst wird, die das kulturelle Lernen und den Erwerb sozialer Kompetenzen unterstützen, wie z. B. kulturelles Wissen, Interaktionsgrad und Sprachfluss.

H.2.: Hypothese 2:

Um die Auswertung der zweiten Hypothese durchzuführen, wurde eine Korrelation nach Spearman gemacht. Informationen über Chancen / Möglichkeiten in Österreich wurden durch die Frage „Wie sehen Sie Ihre Situation / Möglichkeiten in Österreich?“ des Fragebogens erhalten und als „MöglichkeitenTotal“ benannt. Informationen über Schwierigkeiten wurden durch die Frage „Beurteilen Sie Ihre Schwierigkeiten für folgende Aspekten in Österreich“ des Fragebogens erhalten und es ist „SchwierigkeitenTotal“ benannt. Die „IntegrationTotal“ score ist auch Teil dieser Korrelation.

Korrelationen			MöglichkeitenTotal	SchwierigkeitenTOTAL
			I	
Spearman-Rho	IntegrationTotal	Korrelationskoeffizient	,222**	,403**
		Sig. (2-stellig)	,008	,000

** . Dir Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweistellig).

Abbildung 23: Korrelationen - Quelle: Eigene Darstellung

Es gibt eine aussagefähige positive Korrelation, aber mit geringer Größe, zwischen Integration und wahrgenommenen Chancen / Möglichkeiten in Österreich ($r = 0,22$, $p < 0,01$) und eine aussagefähig positive Korrelation, auch mit geringer Größe, zwischen Integration und wahrgenommenen Schwierigkeiten ($r = 0,40$, $p < 0,01$).

Diese Hypothese entstand aus meinem Interesse, eine alltägliche Beobachtung zu testen. Leider habe ich keine Literatur gefunden, die meine theoretische Begründung zu unterstützt.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die erste Hypothese, welche davon ausging, dass es Unterschiede zwischen der Integrationswahrnehmung in Gruppen mit MigrantInnen, die arbeiten oder studieren und Gruppen mit MigrantInnen, die sich nicht dieser Art von Aktivitäten widmen gibt, bestätigt werden kann. Die zweite Hypothese, welche davon ausging, dass eine positive Korrelation zwischen Integration von MigrantInnen und der Wahrnehmung von Chancen besteht sowie zwischen der Integration von MigrantInnen und der Wahrnehmung von Schwierigkeiten, kann zumindest vorläufig bestätigt werden, da es eine positive Korrelation zwischen Integration von MigrantInnen und der Wahrnehmung von Chancen und zwischen der Integration von MigrantInnen und der Wahrnehmung von Schwierigkeiten gibt. Jedoch habe ich leider keine Literatur gefunden, um meine theoretische Begründung zu unterstützen.

6.2.5.2. FF.4.: Forschungsfrage 4:

FF.4: Welchen Einfluss haben Gruppen bei der Integration ihrer TeilnehmerInnen in ihr neues Leben in Österreich?

H.5.: Hypothese 5:

Es besteht eine positive Korrelation zwischen der Nutzung von Facebook-Gruppen und der Motivation brasilianischer MigrantInnen hinsichtlich der kulturellen Anpassung, unterteilt in Wahrnehmung von Chancen, Fähigkeiten der deutschen Sprache und Wahrnehmung von Schwierigkeiten.

H.6.: Hypothese 6:

Wenn eine brasilianische/r MigrantIn eine "Contra MigrantInnen Haltung" erlebt hat, verwendet diese Person die Facebook-Gruppen, um die dominierende Kultur zu kritisieren.

Die zweite Forschungsfrage bezieht sich auf den Einfluss von Facebook Gruppen bei der Integration ihrer TeilnehmerInnen in ihren Leben in Österreich und die Benutzung der Facebook Gruppe.

Es soll herausgefunden werden, ob es eine Korrelation zwischen der Nutzung von Facebook-Gruppen und der Motivation brasilianischer MigrantInnen hinsichtlich der kulturellen Anpassung, unterteilt in Wahrnehmung von Chancen, Fähigkeiten der deutschen Sprache und Wahrnehmung von Schwierigkeiten, gibt.

Die fünfte Hypothese wurden erstellt, weil in der untersuchten Literatur festgestellt wurde, dass der Anpassungsprozess an eine neue Kultur durch die Verwendung neuer Medien wie Facebook erleichtert werden kann (Croucher, 2011, S:259-260; Sawyer & Chen, 2012, S: 164).

Die sechste Hypothese basiert ebenfalls auf der verwendeten Literatur. Wissenschaftler, wie z. B. Cheong, Martin & MacFayden (2012) und Oh (2012) bestehen darauf, dass das Internet ein Platz ist, wo viele isolierte, unzufriedene, enttäuschte und getrennte MigrantInnen, sich als Gemeinschaft vereinen und sich von der vorherrschenden Kultur trennen. Dies hat mein Interesse geweckt, die Haltung von BrasilianerInnen von Facebook-Gruppen in Bezug um die dominierende Kultur (österreichische Kultur) zu untersuchen.

H.5.: Hypothese 5:

Um die Auswertung der fünften Hypothese durchzuführen, wurde eine Korrelation nach Pearson benutzt. Die Informationen über Chancen / Möglichkeiten in Österreich wurden durch die Frage „Wie sehen Sie Ihre Situation / Möglichkeiten in Österreich?“ des Fragebogens erhalten und als „MöglichkeitenTotal“ benannt. Informationen über die Fähigkeiten der deutschen Sprache wurden durch Fragen „Wie bewerten Sie Ihre Deutschkenntnisse?“ und „Bezugnehmend auf die deutsche Sprache“ des Fragebogens erhalten und es ist „DeuschTotal“ benannt. Schließlich wurden die Informationen über

Wahrnehmung von Schwierigkeiten durch die Frage „In Bezug auf Ihr Leben in Österreich - inwieweit verwenden Sie geschlossene Facebook-Gruppen, um die folgenden Schwierigkeiten zu lösen“ des Fragebogens erhalten und als „WSchwierigkeiten“ benannt.

Korrelationen

		DeuschTotal	WSchwierigkeit en	MöglichkeitenTo tal
DeuschTotal	Korrelation nach Pearson	1	-,002	,301**
	Signifikanz (2-seitig)		,981	,000
	N	141	141	141
WSchwierigkeiten	Korrelation nach Pearson	-,002	1	-,098
	Signifikanz (2-seitig)	,981		,247
	N	141	141	141
MöglichkeitenTotal	Korrelation nach Pearson	,301**	-,098	1
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,247	
	N	141	141	141

** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Abbildung 24: Korrelationen - Quelle: Eigene Darstellung

Wie im obigen Schaubild verdeutlicht, wurde die positive Korrelation der Aspekte der kulturellen Anpassung, unterteilt in Wahrnehmung von Chancen, Fähigkeit in der deutschen Sprache und Wahrnehmung von Schwierigkeiten, nur in Bezug auf die Fähigkeit der deutschen Sprache und der Wahrnehmung von Schwierigkeiten wahrgenommen. Es gibt eine aussagekräftige positive Korrelation, aber mit geringer Größe in Bezug auf die Fähigkeit in der deutschen Sprache und der Wahrnehmung von Schwierigkeiten ($r = 0,30$, $p < 0,01$). Es gab erwartungsgemäß keine signifikanten Korrelationen zwischen den anderen Aspekten der kulturellen Anpassung (Wahrnehmung von Chancen und Schwierigkeiten).

Untersuchungen zur kulturellen Anpassung zeigen, dass der Prozess der Anpassung an eine neue Kultur schwierig ist. Ye entdeckte, dass die Verwendung von ethnischen Online-Selbsthilf Network dazu beitrug, den „acculturative“ Stress zu reduzieren (Ye, 2006, S:14).

Tsai behauptet, dass die Computertechnologie die Anpassung der Sprache, das wirtschaftliche Überleben, den Verlust sozialer Netzwerke und die soziale Trennung erleichtert habe. Laut Tsai sind MigrantInnen dank der Computertechnologie nicht länger auf ihre lokale co-ethnische Gemeinschaft beschränkt, um ihre Anpassung zu unterstützen und die Computertechnologie hat die Anpassung der Sprache, das wirtschaftliche Überleben, den Verlust sozialer Netzwerke und die soziale Trennung erleichtert (Tsai, 2006, S: 89 & 91).

H.6.: Hypothese 6:

In der sechsten Hypothese werden Informationen zur Verwendung von Facebook-Gruppen gesammelt, wenn TeilnehmerInnen Vorurteile und Komplimente gegen MigrantInnen erlebt haben. Diese Informationen wurden den Fragen „Wie nutzen Sie Facebook-Gruppen, wenn Sie als MigrantInnen Vorurteile oder eine Haltung gegen Sie als MigrantInnen erlebt haben oder gegen MigrantInnen im Allgemeinen?“ und „Wie nutzen Sie Facebook-Gruppen, wenn Sie als MigrantInnen gelobt werden oder positives Feedback erhalten?“ des Fragebogens entnommen.

In der folgenden Tabelle können die gesammelten Daten in Bezug auf die Haltung des Mitglieds der Gruppe in Bezug auf Vorurteile / Haltung gegenüber MigrantInnen beobachten:

Vorurteile / Haltung gegenüber MigrantInnen

		Häufigkeit	Prozente
Gültig	Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen negativen Kommentar abzugeben	17	12,1
	Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen positiven Kommentar abzugeben	28	19,9
	Ich benutze die Facebook-Gruppe, um sarkastisch zu kommentieren, was passiert ist	5	3,5
	Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen witzigen Kommentar zu hinterlassen	7	5,0
	Ich benutze die Facebook-Gruppe nicht.	84	59,6
	Gesamt	141	100,0

Abbildung 25: Vorurteile / Haltung gegenüber MigrantInnen - Quelle: Eigene Darstellung

In Bezug auf die Erhebung, wie häufig brasilianische MigrantInnen Facebook nutzen, um die dominante Kultur zu kritisieren, wurde festgestellt, dass 10% (n = 17) der Stichprobe in Facebook-Gruppen berichteten, um einen negativen Kommentar zu dem, was passiert ist, zu hinterlassen. 16,5% (n = 28), 2,9% (n = 5) gaben an, brasilianische Gruppen auf Facebook zu nutzen, um sarkastisch zu kommentieren, was passiert ist. 4,1% (n = 7) gaben an, dass sie Facebook-Gruppe verwenden um einen lustigen Kommentar zu dem, was passiert ist, zu hinterlassen. Während 49,4% (n = 84) angaben, die brasilianischen Facebook-Gruppe nicht zu nutzen, um sich zu diesem Thema zu äußern.

Die nächste Tabelle zeigt die Haltung der Mitglieder der Gruppe in Bezug auf „als MigrantInnen gelobt werden“ beobachten:

als MigrantInnen gelobt werden

		Häufigkeit	Prozente
Gültig	Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen positiven Kommentar abzugeben	45	31,9
	Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen witzigen Kommentar zu hinterlassen	6	4,3
	Ich benutze die Facebook-Gruppe nicht.	90	63,8
	Gesamt	141	100,0

Abbildung 26: als MigrantInnen gelobt werden - Quelle: Eigene Darstellung

Brasilianische MigrantInnen nutzen die Facebook-Gruppe, wenn sie als MigrantInnen gelobt werden oder positives Feedback erhalten. wie folgt: 26,5% (n= 45) der Stichprobe benutzt die Facebook-Gruppe, um einen positiven Kommentar abzugeben, 3,5% (n=6) benutzt die Facebook-Gruppe, um einen witzigen Kommentar zu hinterlassen, während 52,9% (n = 90) angaben, die brasilianischen Facebook-Gruppe nicht zu nutzen.

Daher konnte es aus den erhobenen Daten bestätigt werden, dass die meisten BrasilianerInnen die Facebook-Gruppe nicht verwenden, um ein Kompliment (52,9%, n = 90) zu melden.

Croucher erklärte in Bezug auf interkulturelle Migrationen, dass die unvorhersehbare Natur der Verschmelzung von Kulturen normalerweise für dominante Kulturen, homogene Gemeinschaften Kulturen oder Nationalstaaten inakzeptabel ist und die meisten Aufnahmekulturen "newcomers" zwingen, sich wie die dominante Kultur zu verhalten. Das Ergebnis dieses Drucks, so Croucher, habe in verschiedenen Ländern zu Spannungen geführt. Minderheitengruppen, zum Beispiel MigrantInnen, fühlen sich in ihrer Sprache oder ihrem Dialekt angegriffen. Daher hat die Gruppe mit einem erhöhten Maß an ethnischen Stolz und Ressentiments gegenüber der dominanten Kultur reagiert. Das Ergebnis war ein sehr angespannter und oft gescheiterter kultureller Anpassungsprozess für MigrantInnengruppen in diesen Nationen (Croucher, 2009, S: 303).

In der Literatur findet man verschiedene Texte, die zeigen, dass eine Minderheit oder MigrantInnengruppe sich durch die dominante Kultur geächtet, eingeschränkt oder getrennt fühlt. Diese Gruppen leiden unter der dominanten Kultur und deshalb bilden sie eigene Gruppen, um die eigene Vitalität der Gruppe zu schützen (Giles & Johnson, 1981; Barker & Giles, 2002; Croucher, 2009).

Anders als in der Literatur beschrieben, kritisieren die meisten Befragten die dominierende Kultur auf Facebook nicht. Vielleicht passiert es, weil BrasilianerInnen als "herzliche Menschen" gelten. Das Konzept "der herzliche Mensch" wurde vom brasilianischen Historiker Sergio Buarque de Holanda entwickelt. Nach diesem Konzept sind die Tugenden der BrasilianerInnen, die von AusländerInnen, wie Gastfreundschaft und Großzügigkeit gepriesen werden, ein eindeutiges Merkmal des brasilianischen Charakters. Die Wurzeln des brasilianischen Charakters liegen im ländlichen und patriarchalischen Milieu der Kolonialzeit.

„Keinem Volk liegt die Vorstellung eines vom Ritual bestimmten Lebens fern als dem brasilianischen. Unsere gewohnte Form des gesellschaftlichen Zusammenlebens ist im Grunde geradezu das Gegenteil von Höflichkeit eine Art Willentlicher Nachahmung

eines beim „herzlichen Menschen“ spontanen Verhalten ist: Sie ist zur Formel geronnene lebendige Natürlichkeit Zudem ist die Höflichkeit in gewisser Weise eine Schutzhaltung gegenüber der Gesellschaft. Sie bleibt an der Oberfläche und kann notfalls auch als Abwehrwaffe eingesetzt werden, die Unversehrtheit der eigenen Sensibilität und Gefühle zu wahren“ (Buarque de Holanda, 2013, S: 179).“

Zusammenfassend lässt sich sagen, , dass es eine positive Korrelation zwischen der Nutzung von Facebook-Gruppen und der Motivation brasilianischer MigrantInnen hinsichtlich der kulturellen Anpassung, unterteilt in Wahrnehmung von Chancen, Fähigkeiten der deutschen Sprache und Wahrnehmung von Schwierigkeiten besteht, nicht bestätigt werden kann. Die erwartete positive Korrelation der Aspekte der kulturellen Anpassung, unterteilt in Wahrnehmung von Chancen, Fähigkeit in der deutschen Sprache und Wahrnehmung von Schwierigkeiten wurde nur in Bezug auf die Fähigkeit in der deutschen Sprache und der Wahrnehmung von Schwierigkeiten wahrgenommen. Die sechste Hypothese, dass wenn eine brasilianische Migrantin eine "Contra MigrantInnen Haltung" erlebt hat, verwendet diese Person die Facebook-Gruppen, um die dominierende Kultur zu kritisieren, kann nicht bestätigt werden.

6.2.5.3. FF.5.: Forschungsfrage 5:

FF.5.: Wie beeinflussen diese Gruppen den Erwerb von sozialem Kapital?

H.7.: Hypothese 7:

Die Kommentare von „socialisers users“ sind positiv und mit sozialem Vertrauen verbunden / oder haben soziales Vertrauen in die Gruppen.

H.8.: Hypothese 8:

Die Kommentare von „actives users“ hängen positiv mit der “civic participation“ zusammen.

H.9.: Hypothese 9:

Die Kommentare von „debaters users“ sind positiv mit politischer Partizipation verbunden.

Die letzte Forschungsfrage besteht darin, die Beziehung zwischen den drei Elementen des Sozialkapitals (Vertrauen, „civic participation“ und politische Partizipation) und den Arten von NutzerInnen des SNSs zu analysieren.

Es soll herausgefunden werden, welcher SNS Nutzertyp mit den folgenden Elementen des Sozialkapitals zusammenhängt: Vertrauen, „civic participation“ und politische Partizipation.

Um herauszufinden, welcher SNS Nutzertyp mit drei Elementen des Sozialkapitals zusammenhängt (Vertrauen, Bürgerbeteiligung und politische Beteiligung), wurden im Fragebogen die folgenden Fragen verwendet:

- Vertrauen

In Bezug auf die anderen Mitglieder der brasilianischen Facebook-Gruppen, die (Gruppen) Sie auch Mitglieder sind: Vertraust du den Kommentaren von welchen Mitgliedern der Facebook Gruppe (n)?

- „civic participation“

In Bezug auf die anderen Mitglieder der brasilianischen Facebook-Gruppen, die (Gruppen) Sie auch Mitglieder sind: Deine Meinung nach: Welche Mitglieder haben mit Kommentaren, Einstellungen oder Beteiligungen, dazu beitragen, das Leben anderer Mitglieder der Gruppe zu verbessern?

- und politische Partizipation

In Bezug auf die anderen Mitglieder der brasilianischen Facebook-Gruppen, die (Gruppen) Sie auch Mitglieder sind: Ihrer Meinung nach: Wie handeln (wirken) Mitglieder, die: Boykotte machen, Manifestationen teilnehmen, Petitionen unterschreiben?

Im gleichen Sinne wurde eine zweistufige Clusteranalyse durchgeführt, das two-step Cluster. Im Vergleich zu anderen Clustering-Methoden bietet das zweistufige Cluster

potenzielle Vorteile. Diese Art der Analyse ermöglicht Agglomerationen mit kategorialen und stetigen Variablen, unter Berücksichtigung ihrer unterschiedlichen Eigenschaften. Bei der Two-Step-Clustermethode wird davon ausgegangen, dass die stetigen Variablen im Cluster korrelieren und eine Normalverteilung aufweisen. Die kategorialen Variablen, die im Pre-Cluster (wie es der Schritt vor der Gruppierung genannt wird) ausgewählt sind, müssen unabhängig sein. Um die Anzahl der Cluster in diesem Verfahren zu bestimmen, werden die Bayes- und Akaike-Kriterien verwendet. Die Gruppierungen wurden in Bezug auf die kategorialen Variablen des Gender für die drei Elemente des Sozialkapitals beobachtet: Vertrauen, „civic participation“ und politische Partizipation. Jedes dieser drei Sozialkapitalelemente wurde mit 20 Items bewertet, die aus der Studie von Brandstaeg und Heim (2011) stammen.

Für die Benennung der Cluster wurden die Beschreibungen der Hauptmerkmale der SNS User Type der Brandtzaeg- und Heim-Studie (2011) erhoben. Diese Umfrage ergab die folgende Tabelle:

User Types	Charakteristisch
Sporadic	Besuche die Community nur von Zeit zu Zeit, geringe Beteiligung
Lurkers	geringe Beteiligung, passiv beteiligt
Actives	in fast allen Arten von Beteiligungsaktivitäten tätig, dazu gehört: Gruppe AdministratorIn sein und Bilder veröffentlichen und teilen.
Socializer	Freizeitverhalten, „Small Talk“ Kontaktieren anderer, neue Freunde suchen
Debaters	Hohe Partizipation stark in Diskussionen, Lesen und Schreiben von Beiträgen involviert

Abbildung 27: Hauptmerkmale der SNS User Type der Brandtzaeg & Heim - Quelle: Eigene Darstellung

Aus diesen Merkmalen wurden die Benutzertypen im SNS für diese Arbeit klassifiziert, wie in der folgenden Tabelle gezeigt:

	Klassifizierung SNC- Benutzertyp
einen Beitrag veröffentlicht	Debaters
einen Event angekündigt	actives
„share“ Fotos	actives
„share“ Audio / Musik	actives
„share“ Filme / Videos	actives
Ist in der Gruppe, um nur zu sehen, ob jemand versucht hat, mit ihm Kontakt aufzunehmen	Socializer
einen neuen Freund suchen	Socializer
nur die Beiträge lesen	Lurkers
nur Videos / Bilder von anderen Leuten anschauen	Lurkers
„Event“ kreieren	Socializer
sucht nach Informationen	Debaters
liefert Informationen	Debaters
schreibt Nachrichten	Debaters
diskutieren	Debaters
postet ein Thema für eine Diskussion	Debaters
leitet die Gruppen	actives
surft auf Ihrem Profil	Socializer
kontaktiert andere Leute	Socializer
vertreibt sich nur die Zeit	Lurkers

Abbildung 28: Klassifizierung SNC-Benutzertyp -Quelle: Eigene Darstellung

Es ist erwähnenswert, dass Cluster 1 als "sporadisch" für alle drei Hypothesen (7, 8 und 9) definiert wurde, da es geringe Beteiligungseigenschaften aufweist und ähnliche Werte aufweist wie die Studie von Brandtzaeg- und Heim-Studie (2011).

Nach der Festlegung der Standards für die Analyse der Hypothesen folgt die Analyse der Hypothesen 7, 8 und 9.

Hypothese 7

In Hypothese sieben wurde das Sozialkapital Element: „Vertrauen“ analysiert. In der siebten Hypothese wurde die TeilnehmerInnen nach ihrem Vertrauen für die Kommentare der Gruppenmitglieder gefragt, nach den Arten von Partizipation der Gruppenmitgliedern (z. B. Fotos share, Informationen suchen, Nachrichten schreiben usw.), und somit wurde der User type identifiziert.

Die "two-step cluster" Analyse identifizierte 3 Cluster, wobei sich Cluster 1 aus 24 Frauen und 3 Männern in Cluster 2 zusammensetzte, 54 TeilnehmerInnen waren Frauen, 6 Männer und Cluster 3, 42 TeilnehmerInnen waren Frauen und 11 Frauen Männer. Der Schnittpunkt für die Bestimmung eines Clusters betrug 0,70, derselbe Schnittpunkt, der in der Studie von Brandtzaeg und Heim (2011) verwendet wurde. Das Bayesian Information Criterion (BIC) war 1737, 89.

Die folgende Tabelle zeigt die Daten in Bezug auf das "Vertrauen", das aus der Analyse des "two-step Clusters" und der Klassifizierung der Benutzertypen generiert wurde:

Vertrauen - two-step Cluster

	Sporadic (n=28)	Debaters (n=60)	actives (n=53)
einen Beitrag veröffentlicht	0,14	0,77*	0,96*
einen Event ankündigen	0,25	0,75*	1,00*
„share“ Fotos	0,07	0,53	1,00*
„share“ Audio / Musik	0,04	0,25	0,98*
„share“ Filme / Videos	0,04	0,15	0,98*
Ist in der Gruppe, um nur zu sehen, ob jemand versucht hat, mit ihm Kontakt aufzunehmen	0	0,57	0,77*
einen neuen Freund suchen	0,07	0,33	0,94*
nur die Beiträge lesen	0	0,18	0,96*
nur Videos / Bilder von anderen Leuten anschauen	0	0,75*	0,89*
„Event“ ausmacht	0,04	0,93*	1,00*
sucht nach Informationen	0,04	0,93*	0,98*
liefert Informationen	0,25	0,73*	0,96*
schreibt Nachrichten	0	0,73*	0,98*
diskutieren	0	0,47	0,66
postet ein Thema für eine Diskussion	0,04	0,68	0,87*
leitet die Gruppe	0	0,83*	0,96*
surft auf Ihrem Profil	0	0,3	0,81*
kontaktiert andere Leute	0,02	0,58	0,94*
vertreibt sich nur die Zeit	0,05	0,28	0,70*

* **0,70 Cluster Schnittpunkt**

Abbildung 29: Vertrauen - two-step Cluster - Quelle: Eigene Darstellung

Wie aus den obigen Informationen hervorgeht hängen die Kommentare von „actives“ mit dem Sozialkapital Element Vertrauen zusammen.

H.8.: Hypothese 8:

In der achten Hypothese werden die Sozialkapital Elemente „civic participation“ analysiert. Es wurde die Meinungen der TeilnehmerInnen über Mitglieder erfragt, die mit Kommentaren, Einstellungen oder Beteiligungen, dazu beitragen, das Leben anderer Mitglieder der Gruppe zu verbessern. Die User Typen wurden nach denselben Standards wie bei Hypothese Nummer sieben identifiziert und benannt. Aus den gleichen Gründen wie bei der vorigen Hypothese wurde hier das Cluster 1 als „sporadisch“ definiert.

Die "two-step cluster" Analyse identifizierte in den Daten 2 Cluster. Das Cluster 1 („sporadisch“) waren aus 41 Frauen und 2 Männern zusammengesetzt. In Cluster 2 („actives“) waren 79 TeilnehmerInnen weiblich und 18 männlich. Der Schnittpunkt für die Bestimmung eines Clusters betrug 0,70. Das Bayesian Information Criterion (BIC) war 1828,03. Die Daten in Bezug auf das „civic participation“ wurden in der folgenden Tabelle gezeigt:

Civic participation - two-step Cluster

	Sporadic (n=43)	actives (n=98)
einen Beitrag veröffentlicht	0,49	0,98*
ein Event ankündigen	0,35	0,95*
„share“ Fotos	0,05	0,61
„share“ Audio / Musik	0,05	0,54
„share“ Filme / Videos	0,02	0,61
in der Gruppe ist, um nur zu sehen, ob jemand versucht hat, mit ihm/ihr Kontakt aufzunehmen	0,05	0,62
einen neuen Freund suchen	0,21	0,81*
nur die Beiträge lesen	0,09	0,47
nur Videos / Bilder von anderen Leuten anschauen	0,02	0,36
„Event“ ausmacht	0,28	0,95*
sucht nach Informationen	0,33	0,92*
liefert Informationen	0,53	0,98*
schreibt Nachrichten	0,19	0,92*
diskutieren	0,09	0,67
postet ein Thema für eine Diskussion	0,14	0,88*
leitet die Gruppen	0,37	0,93*
surft auf Ihrem Profil	0	0,37
kontaktiert andere Leute	0,19	0,86*
vertreibt sich nur die Zeit	0	0,31

* **0,70 Cluster Schnittpunkt**

Abbildung 30: Civic participation - two-step Cluster - Quelle: Eigene Darstellung

Wie aus den obigen Informationen hervorgeht hängen die Kommentare von „actives“ mit dem Element des Sozialkapitals „civic participation“ zusammen.

H.9.: Hypothese 9:

Zuletzt wurde in Hypothese 9 das Element des Sozialkapitals politische Partizipation analysiert. Abermals wurden die Meinung der TeilnehmerInnen erfragt, dieses Mal über das Handeln und das Wirken der Mitglieder, die: Boykotte machen, an Manifestationen teilnehmen, Petitionen unterschreiben. Der Standard der User Typen und die Benennung waren dieselben wie in Hypothese sieben und acht. Cluster 1 wurde auch als „sporadisch“ definiert.

Die "two-step cluster" Analyse identifizierte 3 Clusters. 1 Cluster („sporadisch“) Die "two-step cluster" Analyse identifizierte 3 Clusters. 1 Cluster („sporadisch“) bestand aus 38 Frauen und 5 Männern. Cluster 2 bestand aus 21 Frauen und 7 Männern, während in Cluster 3, 61 Frauen und 8 Männer waren. Der Schnittpunkt für die Bestimmung eines Clusters betrug 0,70. Das Bayesian Information Criterion (BIC) war 1654,11. Die Daten in Bezug auf das „politischer Partizipation“ wurden in die folgende Tabelle gezeigt:

politischer Partizipation - two-step Cluster

	Sporadic (n=43)	Debaters (n=29)	actives (n=69)
einen Beitrag veröffentlicht	0,02	0,64	0,93*
ein Event ankündigen	0,07	0,77*	1,00*
„share“ Fotos	0	0,52	0,97*
„share“ Audio / Musik	0	0,32	0,93*
„share“ Filme / Videos	0	0,45	0,90*
in der Gruppe ist, um nur zu sehen, ob jemand versucht hat, mit ihm/ihr Kontakt aufzunehmen	0	0,33	0,97*
einen neuen Freund suchen	0	0,35	1,00*
nur die Beiträge lesen	0,02	0,12	0,90*
nur Videos / Bilder von anderen Leuten anschauen	0,02	0,13	0,90*
„Event“ ausmacht	0,02	0,83*	0,97*
sucht nach Informationen	0,05	0,74*	1,00*
liefert Informationen	0,02	0,88*	0,97*
schreibt Nachrichten	0,05	0,83*	0,97*
diskutieren	0,02	0,77*	0,86*
postet ein Thema für eine Diskussion	0,05	0,84*	0,97*
leitet die Gruppen	0,12	0,81*	1,00*
surft auf Ihrem Profil	0	0,16	0,79*
kontaktiert andere Leute	0,02	0,68	1,00*
vertreibt sich nur die Zeit	0,05	0,14	0,69

* 0,70 Cluster Schnittpunkt

Abbildung 31: politischer Partizipation - two-step Cluster - Quelle: Eigene Darstellung

Wie aus den obigen Informationen hervorgeht hängen die Kommentare von „actives“ mit dem Element Sozialkapital politische Partizipation zusammen.

Als ich diese Hypothesen vorschlug, wollte ich die drei Elemente des Sozialkapitals überprüfen, die, meiner täglichen Beobachtung nach, direkten Einfluss auf die MigrantInnenmitglieder der Facebook-Gruppe und deren Beziehung zur SNS Benutzer Type haben könnten.

Das Element "Vertrauen" ist für die MigrantInnen, die die Facebook-gruppe benutzen, von äußerster Wichtigkeit, denn wie wir gesehen haben, auch durch die von dieser Studie gesammelten Daten, dass es in diesen Gruppen die Suche nach Informationen gibt, die für das MigrantInnenleben sehr relevant sind, wie zum Beispiel Informationen über Visum, Gesundheitsfürsorge, Dokumente, usw. Falls die Informationen nicht zuverlässig oder falsch sind, können die Konsequenzen für den Migranten/ die Migrantin überwältigend sein. Laut Putnam ist das „Touchstone“ des Sozialkapitals das Prinzip der allgemeinen Gegenseitigkeit, und Vertrauen ist eine Komponente der allgemeinen Gegenseitigkeit (Putnam, 2000, S: 134)

Auf der anderen Seite ist "civic participation" im Sinne von Putnam eine Form des bürgerschaftlichen Engagements und kann aus sozialem Vertrauen abgeleitet werden (Putnam et al., 1994, S: 161). Wie zuvor erklärt, werde ich in diesem Forschungsprojekt das Konzept der Bürgerbeteiligung abgrenzen als: informelle Initiative des Normalbürgers/ der Normalbürgerin, um das Leben der Menschen in Ihrer Gemeinschaft zu verbessern.

Auf diese Weise ist die "civic participation" ein weiteres wichtiges Element für MigrantInnen, die Facebook-Gruppen nutzen, da viele der Initiativen der Gruppenmitgliedern, beispielsweise ein Post mit der neuen Anschrift des Konsulats oder die Eröffnung eines exotischen Marktes, der letztendlich dazu beiträgt, das Leben anderer Gruppemitglieder zu verbessern.

Anschließend gibt es das Element der politischen Partizipation. Laut Putnam sind politisches Wissen und Interesse an „public affairs“ Angelegenheiten entscheidende Voraussetzungen für mehr Formen der Beteiligung (Putnam, 2000, S: 35).

Seit den US-Präsidentenwahlen 2008 hat die politische Partizipation über das Internet zugenommen. Daraus resultieren dynamische (gute und schlechte) Aktionen wie z.B. Arabischer Frühling, der Occupy Wall Street-Bewegung, Trumps Twitter-

Präsidentschaftskampagne und in jüngerer Zeit die Präsidentschaftskampagne von Bolsonaro für den Präsidenten von Brasilien.

Laut Wang et al. sind Studien der Medienwissenschaft über MigrantInnen, ihre Internetnutzung und politische Teilhabe am täglichen Leben rar (Wang et al, 2009., S: 51). Dies ist ein sehr relevantes Subjekt, da die politische Partizipation eines der zentralsten Themen für das Verständnis der gegenwärtigen repräsentativen Demokratie ist (Teorell et al. 2007)

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass weder die siebte Hypothese, welche davon ausging, dass die Kommentare von „socialisers users“ positiv mit sozialem Vertrauen verbunden sind/ oder soziales Vertrauen in die Gruppen sind, noch die neunte Hypothese, welche besagt, dass die Kommentare von „debaters users“ positiv mit politischer Partizipation verbunden sind, nicht bestätigt werden konnten. Sowohl in Hypothese 7 als auch in Hypothese 9 ist der SNS User Typ, der mit den jeweiligen Elementen des Grundkapitals "Vertrauen" und "politischer Partizipation" verknüpft ist, "actives".

Andererseits kann die achte Hypothese, welche davon ausging, dass die Kommentare von „active users“ positiv mit der „civic participation“ zusammenhängen, zumindest vorläufig bestätigt werden kann, da positive Zusammenhänge zwischen „active users“ und „civic participation“ festgestellt wurden. Da es jedoch keine Literatur zu diesem Thema gibt, muss noch mehr über diesen Aspekt geforscht werden.

7. Diskussion und Ausblick

Die vorliegende Magisterarbeit hat sich mit dem Nutzen, die Mitglieder von den geschlossenen Facebook-Gruppen „Brasileiros em Viena“ und „Brasileiros felizes em Viena – Áustria“ haben, um die Integration in Österreich zu schaffen, beschäftigt. Die Arbeit bietet einen Überblick über die Nutzung und die Teilnahme von brasilianischen MigrantInnen in Österreich in geschlossenen Facebook-Gruppen.,

Die Forschungsarbeit besteht aus einem quantitativen und qualitativen Teil. Der qualitative Part der vorliegenden Arbeit schafft einen Überblick über die untersuchten

Facebook-Gruppen. Während des Studienzeitraums wurden 453 Aktivitäten innerhalb der beiden Gruppen durchgeführt. Diese Aktivitäten wurden nach einem Kategorieschema kategorisiert, sodass die Art der in den Gruppen verfügbaren Informationen überprüft werden konnte. Dabei wurden 18 Kategorien, 90 Unterkategorien und 245 Codes erstellt. Folgende Beteiligungsarten wurden verifiziert: AdministratorInnen, Arbeit & Bildung, brasilianisches Essen, Einkaufen, Event, Finanz, Gesundheit, Hilfe, Immigration, interkultureller, Nachrichten / Informationen, Profi suchen, Rechtshilfe, Spenden, Unterhaltung, Unterkunft, Vernetzung, Werbung.

In Bezug auf die Art der Partizipation der Gruppenmitglieder wurde festgestellt, dass 96,5% der Gruppenmitglieder „Post“ als Art von Partizipation benutzen. Weit verbreitet sind auch die Partizipationen "Like" und "Kommentar" (85% und 73,7%). Die Mitglieder der Gruppen verwenden fast keine "Emojis", "Teile" und "Foto Share".

Es wurde festgestellt, dass es einen Unterschied zwischen Integrationswahrnehmung bei Mitgliedern, die arbeiten oder studieren und jenen sich nicht dieser Art von Aktivitäten widmen, gibt. Brasilianische MigrantInnen, die arbeiten und studieren, berichteten von mehr Integrationswahrnehmung als diejenigen, die dies nicht tun.

Es gab auch eine positive Korrelation zwischen der Integration von Gruppenmitgliedern und ihrer Wahrnehmung von Chancen und Schwierigkeiten; sowie eine positive Korrelation zwischen Aspekten der soziokulturellen Anpassung und der Fähigkeit der deutschen Sprache, was die Bedeutung der Sprachbeherrschung im Prozess der soziokulturellen Anpassung der MigrantInnen zeigt.

Ein weiterer interessanter Aspekt, der beobachtet wurde, war, dass die Mitglieder der Gruppe die Facebook-Gruppen nicht nutzen, nachdem sie Vorurteile und auch Lob von der dominanten Kultur, d.h. der österreichischen Kultur, erfahren hatten.

Schließlich wurde festgestellt, dass die Kommentare der Gruppenmitglieder, die Merkmale von User Type "Actives" aufweisen mit den drei untersuchten Elementen des Sozialkapitals: Vertrauen, "civic participation" und politischer Partizipation, zusammenhängen.

Die Forschung hat viele und interessante Informationen über die Gruppen ergeben, jedoch gibt es auch gewisse Einschränkungen innerhalb der Befragung, wie z.B. die wenigen Beiträge in der Gruppe „Brasileiros felizes em Viena – Áustria“ während des Untersuchungszeitraums, die Stichprobengröße der quantitativen Untersuchung.

Trotz dieser Einschränkungen zeigen die Ergebnisse einige neue Fragen bzw. Probleme auf, die einen Anreiz für weitere Studien darstellen können. Es wäre interessant, die verfügbaren Informationen und die Art der Teilnahme brasilianischer MigrantInnen aus anderen Ländern an Facebook-Gruppen zu vergleichen. Es wäre auch interessant, den Einsatz von brasilianischen MigrantInnen aus anderen Ländern der Facebook-Gruppe zu vergleichen, nachdem sie Vorurteile und Lob aus der vorherrschenden Kultur erfahren haben.

Eine intensivere Untersuchung der Integration von brasilianischen EinwanderInnen über soziale Netzwerke wie Facebook wäre interessant, insbesondere angesichts der Tatsache, dass 62% der brasilianischen Bevölkerung in sozialen Netzwerken aktiv sind¹².

¹² <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/62-da-populacao-brasileira-esta-ativa-nas-redes-sociais/>

8. Quellenverzeichnis / Literaturverzeichnis

- Adanza, E. G. (2006). *Research methods: Principles and Applications*, in 1995. Reprinted in 2006.
- Alencar, A. (2018). Refugee integration and social media: A local and experiential perspective. *Information. Communication & Society*, 21(11), 1588-1603.
- Almond, G. A., & Verba, S. (2015). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Princeton university press.
- Awad, I. (2013). Desperately constructing ethnic audiences: Anti-immigration discourses and minority audience research in the Netherlands. *European journal of communication*, 28(2), 168-182.
- Barker, V., & Giles, H. (2002). Who supports the English-only movement?: Evidence for misconceptions about Latino group vitality. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 23(5), 353-370.
- Berry, J. W. (1997). Immigration, acculturation, and adaptation. *Applied psychology*, 46(1), 5-34.
- Berry, J. W. (2001). A psychology of immigration. *Journal of social issues*, 57(3), 615-631.
- Berry, J. W. (2004). Migração, aculturação e adaptação. *Psicologia, e/imigração e cultura*, 29-45.
- Berry, J. W. (2005). Acculturation: Living successfully in two cultures. *International journal of intercultural relations*, 29(6), 697-712.
- Berry, J. W., & Sam, D. L. (Eds.). (2016). *The Cambridge handbook of acculturation psychology*. Cambridge University Press.
- Bishop, J. (2007). Increasing participation in online communities: A framework for human-computer interaction. *Computers in human behavior*, 23(4), 1881-1893.
- Borkert, M., Cingolani, P., & Premazzi, V. (2009). *The State of the Art of Research in the EU on the Take up and Use of ICT by Immigrants and Ethnic Minorities*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Bortz, J., & Döring, N. (2006). *Forschungsmethoden und Evaluation für Human-und Sozialwissenschaftler: 4. Auflage als limitierte Student Edition*. Springer-Verlag.
- Bourdieu, P. (1979). Les trois états du capital culturel. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 30(1), 3-6.
- Bourdieu, P. (1980). Le capital social : notes provisoires. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 31(1), 2-3.

- Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. Stanford university press.
- Bourdieu, P. (2002). The forms of capital. (1986). *Readings in Economic Sociology*, 280-291.
- Bourdieu, P. (2007). *A distinção crítica social do julgamento*. Edusp.
- Bourdieu, P. (2016). *Sociologie générale. Les concepts élémentaires de la Sociologie*. vol. 2. Cours au Collège de France (1983-1986).
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. J. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. University of Chicago press.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brady, H. E. (1999). Political participation. *Measures of political attitudes*, 2, 737-801.
- Brandtzaeg, P. B., & Heim, J. (2011). A typology of social networking sites users. *International Journal of Web Based Communities*, 7(1), 28-51.
- Brisset, C., Safdar, S., Lewis, J. R., & Sabatier, C. (2010). Psychological and sociocultural adaptation of university students in France: The case of Vietnamese international students. *International journal of intercultural relations*, 34(4), 413-426.
- Buarque de Holanda (2013). *Die Wurzeln Brasiliens*. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Caidi, N., Allard, D., & Dechief, D. (2008). *Information Practices of Immigrants to Canada—A Review of the Literature*. Unpublished report to Citizenship and Immigration Canada.
- Caidi, N., Allard, D., & Quirke, L. (2010). Information practices of immigrants. *Annual review of information science and technology*, 44(1), 491-531.
- Chandler, D., & Munday, R. (2016). *A dictionary of social media*. Oxford University Press.
- Chen, G. M., & Dai, X. (2012). New media and asymmetry in cultural identity negotiation. *New media and intercultural communication: Identity, community and politics*, 123-138.
- Cheong, P. H., Martin, J. N., & Macfadyen, L. P. (Eds.). (2012). *New media and intercultural communication: Identity, community, and politics*. New York, NY: Peter Lang.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, S95-S120.

- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of social theory*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Colliander, J., & Dahlén, M. (2011). Following the fashionable friend: The power of social media: Weighing publicity effectiveness of blogs versus online magazines. *Journal of advertising research*, 51(1), 313-320.
- Croucher, S. M. (2009). How limiting linguistic freedoms influences the cultural adaptation process: An analysis of the French Muslim population. *Communication Quarterly*, 57(3), 302-318.
- Croucher, S. M. (2011). Social networking and cultural adaptation: A theoretical model. *Journal of International and Intercultural Communication*, 4(4), 259-264.
- Croucher, S. M. (2013). Integrated threat theory and acceptance of immigrant assimilation: An analysis of Muslim immigration in Western Europe. *Communication Monographs*, 80(1), 46-62.
- Croucher, S. M., & Cronn-Mills, D. (2011). *Religious misperceptions: The case of Muslims and Christians in France and Britain*. Hampton Press.
- Croucher, S. M., & Rahmani, D. (2015). A longitudinal test of the effects of Facebook on cultural adaptation. *Journal of International and Intercultural Communication*, 8(4), 330-345.
- Croucher, S. M., Oommen, D., & Steele, E. L. (2009). An examination of media usage among French-Muslims. *Journal of Intercultural Communication Research*, 38(1), 41-57.
- Cummins, R. A., & Gullone, E. (2000, March). Why we should not use 5-point Likert scales: The case for subjective quality of life measurement. In *Proceedings, second international conference on quality of life in cities* (Vol. 74, p. 93).
- Czaika, M., & De Haas, H. (2014). The globalization of migration: Has the world become more migratory? *International Migration Review*, 48(2), 283-323.
- da Silveira Junior, C. A. (2012). *Ver e ser visto: a construção da vida migrante através de sites de redes sociais* (Doctoral dissertation, Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas).
- de Paiva, M. D. C., & Scherre, M. M. P. (1999). Retrospectiva sociolinguística: contribuições do PEUL. *DELTA: Documentação e Estudos em Linguística Teórica e Aplicada*, 15(3).
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2000). The discipline and practice of qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.). *Handbook of qualitative research* (Second Edition) (pp. 1- 28). London: Sage Publications.
- Döring, N., & Bortz, J. (2015). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial-und Humanwissenschaften*. Springer-Verlag.

- Döring, N., & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. Springer, Berlin, Heidelberg.
- Ellison, N. B., & Boyd, D. M. (2013). Sociality through social network sites. In *The Oxford handbook of internet studies*.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2011). Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New media & society*, 13(6), 873-892.
- Elola, I., & Oskoz, A. (2008). Blogging: Fostering intercultural competence development in foreign language and study abroad contexts. *Foreign Language Annals*, 41(3), 454-477.
- Eriksen, T. H. (2007). Nationalism and the Internet. *Nations and nationalism*, 13(1), 1-17.
- Esser, H. (1980). *Aspekte der Wanderungssoziologie: Assimilation und Integration von Wanderern, ethnischen Gruppen und Minderheiten; eine handlungstheoretische Analyse*. Darmstadt.
- Esser, H. (2001). *Integration und ethnische Schichtung*.
- Faist, T. (2000). *The Volume and Dynamics of International Migration and Transnational Social Spaces*. Oxford, Clarendon Press.
- Faist, T. (2010). The crucial meso level. *Selected studies in international migration and immigrant incorporation*, 1, 59-90.
- Foletto, L. R. (2016). Usos sociais do Facebook por migrantes brasileiros na Suécia: identidades, diferenças e dinâmicas interculturais nas redes sociais online.
- Giles, H., & Johnson, P. (1981). The role of language in ethnic group relations. *Intergroup behavior*, 199-243.
- Gudykunst, W. B. (1999). Theory and research on intercultural relations: An introduction. *International Journal of Intercultural Relations*, 23(4), 529-534.
- Hagen-Zanker, J. (2008). Why do people migrate? A review of the theoretical literature.
- Hall, M. (n.d.). Facebook | Overview, History, & Facts. Retrieved April 8, 2019, from <https://www.britannica.com/topic/Facebook>
- Hand, C. (2016). *How the Internet Changed History*. ABDO.

- Hanifan, L. J. (1916). The rural school community center. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67(1), 130-138.
- Heckmann, F. (2014). *Integration von Migranten: Einwanderung und neue Nationenbildung*. Springer-Verlag.
- Huddleston, T., Tjaden, J. D., & Callier, L. (2012). *Immigrant Citizens Survey: How immigrants experience integration in 15 European cities*. Joint publication of the King Baudouin Foundation and the Migration Policy Group.
- Jacobs, J. (2014). *Tod und Leben großer amerikanischer Städte (Vol. 4)*. Birkhäuser.
- Joinson, A. N. (2008, April). Looking at, looking up or keeping up with people?: motives and use of Facebook. In *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1027-1036). ACM.
- Junco, R. (2012). Too much face and not enough books: The relationship between multiple indices of Facebook use and academic performance. *Computers in human behavior*, 28(1), 187-198.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Kelle, U. (2008). *Die Integration qualitativer und quantitativer Methoden in der empirischen Sozialforschung*. Vs Verlag für Sozialwisse.
- Khoir, S., Du, J. T., & Koronios, A. (2014). Study of Asian immigrants' information behaviour in South Australia: Preliminary results. *iConference 2014 Proceedings*
- Klemens, M. J., & Bikos, L. H. (2009). Psychological well-being and sociocultural adaptation in college-aged, repatriated, missionary kids. *Mental Health, Religion and Culture*, 12(7), 721-733.
- Komito, L. (2011). Social media and migration: Virtual community 2.0. *Journal of the American society for information science and technology*, 62(6), 1075-1086.
- Kozinets, R. V. (2014). *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online*. Penso Editora.
- Lachmann, L. M. (1978). *Capital and Its Structure*. 2nd edn, Kansas City: Sheed Andrews and McMeel. Inc. (1st edn 1956).
- Lamnek, S. (2010). *Qualitative Sozialforschung*. Beltz Verlagsgruppe.
- Lášticová, B. (2014). New media, social capital and transnational migration: Slovaks in the UK. *Human Affairs*, 24(4), 406-422.
- Latecheva, R; Obermann, J.; Herzog- Punzenberger, B. (2006). *Between Equal Opportunity and Marginalisation: A Longitudinal Perspective on the Social*

- Integration of Migrants. Endbericht April 2006. NODE: New orientations for democracy in Europe Research Austria.
- Lee, E. S. (1966). A theory of migration. *Demography*, 3(1), 47-57.
- Lin, N. Building a network theory of social capital. *Connections*, v. 22, n. 1, p. 28-51, 1999.
- Lockwood, D. (1964). Social integration and system integration. In *Explorations in social change*, 244-257.
- Löffler, B. (2011). *Integration in Deutschland: Zwischen Assimilation und Multikulturalismus*. Oldenbourg Verlag München
- Loury, G. C. A Dynamic Theory of Racial Income Differences. In: Wallace, P. A.; Lamond, A. M. (Eds.). *Women, Minorities, and Employment Discrimination*. Lexington, MA: Lexington Books, 1977. 153-88 p.
- Marcheva, M. (2010). The networked diaspora: Bulgarian migrants on Facebook. *M/C Journal*, 14(2).
- Marx, K. *O capital: crítica da economia política*. Tradução de Régis Barbosa e Flávio R. Kothe. Vol. I, Tomo 2. São Paulo: Abril Cultural, 1984.
- Massey, D. S., Arango, J., Hugo, G., Kouaouci, A., Pellegrino, A., & Taylor, J. E. (1994). Theories of International Migration: A Review and Appraisal. *Population and Development Review* 19 (No. 3).
- Mayring, P. (2002). *Einführung in die qualitative Sozialforschung: eine Anleitung zum qualitativen Denken*. Beltz Verlag, Weinheim.
- McEwan, B., & Sobre-Denton, M. (2011). Virtual cosmopolitanism: Constructing third cultures and transmitting social and cultural capital through social media. *Journal of International and Intercultural Communication*, 4(4), 252-258.
- McGregor, E., & Siegel, M. (2013). Social media and migration research (No. 068). United Nations University-Maastricht Economic and Social Research Institute on Innovation and Technology (MERIT).
- McKay, D. (2010). On the face of Facebook: historical images and personhood in Filipino social networking. *History and Anthropology*, 21(4), 479-498
- Minayo, M. C. D. S., & Sanches, O. (1993). Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade? *Cadernos de saúde pública*, 9, 237-248.
- Ngai, E. W., Tao, S. S., & Moon, K. K. (2015). Social media research: Theories, constructs, and conceptual frameworks. *International Journal of Information Management*, 35(1), 33-44.

- Oguri, M., & Gudykunst, W. B. (2002). The influence of self construals and communication styles on sojourners' psychological and sociocultural adjustment. *International journal of intercultural relations*, 26(5), 577-593.
- Oh, D. C. (2012). Mediating the boundaries: Second-generation Korean American adolescents' use of transnational Korean media as markers of social boundaries. *International communication gazette*, 74(3), 258-276.
- Oiarzabal, P. J. (2012). Diaspora Basques and online social networks: an analysis of users of Basque institutional diaspora groups on Facebook. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 38(9), 1469-1485.
- Palozzi, V. J. (2006). Assessing voter attitude toward language policy issues in the United States. *Language Policy*, 5(1), 15-39.
- Phillimore, J., Humphris, R., & Khan, K. (2014). Migration, networks and resources: the relationship between migrants' social networks and their access to integration resources.
- Porst, R. (2000). *Praxis der Umfrageforschung*. (2., überarbeitete Auflage). Wiesbaden: Teubner Studienskripten.
- Portes, A. (1997) "Immigration theory for a new century: Some problems and opportunities" *International Migration Review* 31(4): 799–825.
- Portes, A. (1998). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual review of sociology*, 24(1), 1-24.
- Preece, J., & Shneiderman, B. (2009). The reader-to-leader framework: Motivating technology-mediated social participation. *AIS transactions on human-computer interaction*, 1(1), 13-32.
- Putnam, R. (2001a). Social capital: Measurement and consequences. *Canadian journal of policy research*, 2(1), 41-51.
- Putnam, R. D. (2001). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster.
- Putnam, R. D., Leonardi, R., & Nanetti, R. Y. (1994). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton University press.
- Raithel, J. (2006). *Quantitative Forschung. Ein Praxiskurs*. Wiesbaden, 2.
- Resnick, P. (2002). Beyond bowling together: Sociotechnical capital. *HCI in the New Millennium*, 77, 247-272.
- Richmond, A. H. (1988). *Immigration and ethnic conflict*. London, MacMillan Press.

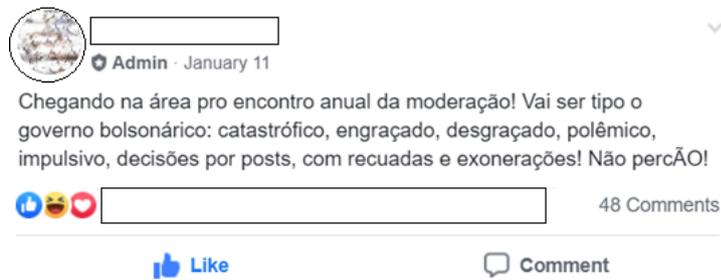
- Rosário, E., di Sciullo, L., Abranches, M., & Santos, T. (2008). Medir a Integração: o caso de Portugal. Índice Territorial de Inserção Socioeconómica dos acionais de Países Terceiros, Lisboa, OIM. [relatório de pesquisa] [B. 100]
- Ryan, L., Sales, R., Tilki, M., & Siara, B. (2008). Social networks, social support and social capital: The experiences of recent Polish migrants in London. *Sociology*, 42(4), 672-690
- Sabatini, F., & Sarracino, F. (2014). Will Facebook save or destroy social capital? An empirical investigation into the effect of online interactions on trust and networks.
- Sandel, T. L. (2014). "Oh, I'm Here!": Social media's impact on the cross-cultural adaptation of students studying abroad. *Journal of Intercultural Communication Research*, 43(1), 1-29.
- Savicki, V. (2010). Implications of Early Sociocultural Adaptation for Study Abroad Students. *Frontiers: The Interdisciplinary Journal of Study Abroad*, 19, 205-223.
- Sawyer, R. & Chen, G.M. (2012). The Impact of Social Media on Intercultural Adaptation. *Intercultural Communication Studies*, 21(2):151-169.
- Scott, J., & Marshall, G. (Eds.). (2015). *A dictionary of sociology*. Oxford University Press, USA.
- Searle, W. & Ward, C. (1990). Prediction of psychological and sociocultural adjustment during cross-cultural transitions. *International Journal of Intercultural Relations*, 14, 449-464.
- Shen, K. N., & Khalifa, M. (2009). Design for social presence in online communities: A multidimensional approach. *AIS Transactions on Human-Computer Interaction*, 1(2), 1.
- Shiue, Y. C., Chiu, C. M., & Chang, C. C. (2010). Exploring and mitigating social loafing in online communities. *Computers in Human Behavior*, 26(4), 768-777.
- Shuter, R. (2012). Intercultural new media studies: The next frontier in intercultural communication. *Journal of Intercultural Communication Research*, 41(3), 219-237.
- Simic-Yamashita, M., & Tanaka, T. (2010). Exploratory factor analysis of the sociocultural adaptation scale (SCAS) among international students in Japan. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 29, 206-195.
- Smith Pfister, D., & Soliz, J. (2011). (Re) conceptualizing intercultural communication in a networked society. *Journal of International and Intercultural Communication*, 4(4), 246-251
- Stefanone, M. A., Kwon, K. H., & Lackaff, D. (2012). Exploring the relationship between perceptions of social capital and enacted support online. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(4), 451-466.

- Teorell, J., Torcal, M., & Montero, J. R. (2007). 13 Political participation. Citizenship and involvement in European democracies: A comparative analysis, 334.
- Tsai, J. H. C. (2006). Use of computer technology to enhance immigrant families' adaptation. *Journal of Nursing Scholarship*, 38(1), 87-93.
- Tuckman, B. W., & Harper, B. E. (2012). *Conducting educational research*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Tufekci, Z. (2008). Can you see me now? Audience and disclosure regulation in online social network sites. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 28(1), 20-36.
- Velasco González, K., Verkuyten, M., Weesie, J., & Poppe, E. (2008). Prejudice towards Muslims in the Netherlands: Testing integrated threat theory. *British Journal of Social Psychology*, 47(4), 667-685
- Verba, S., & Nie, N. H. (1987). *Participation in America: Political democracy and social equality*. University of Chicago Press.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Harvard University Press.
- Wang, W. C., Huang, T., Huang, S. C., & Wang, L. J. (2009). Internet Use, Group Identity, and Political Participation among Taiwanese Americans. *China Media Research*, 5(4).
- Wang, Y., Sun, S., & Haridakis, P. M. (2009). Internet use and cross-cultural adaptation: Testing a Model of Internet Use in the Cross-Cultural Adaptation Context. *Journal of Intercultural Communication*, (20).
- Ward, C., & Kennedy, A. (1999). The measurement of sociocultural adaptation. *International journal of intercultural relations*, 23(4), 659-677.
- Ye, Jiali (2006). An Examination of Acculturative Stress, Interpersonal Social Support, and Use of Online Ethnic Social Groups among Chinese International Students. *Howard Journal of Communications*, 17:1, 1-20.

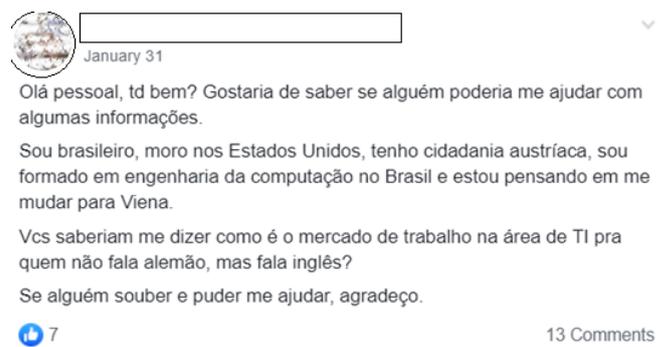
9. Anhang

9.1. Posts

Die erste Kategorie: Administratoren



Die zweite Kategorie: Arbeit & Bildung



Die dritte Kategorie: brasilianisches Essen



Die vierte Kategorie: Einkaufen

 is  looking for recommendations. ▼
December 4, 2017

Olá galera boa noite! Tem alguma moça aqui no grupo de cabelos crespos que possa me dar dicas de onde posso comprar produtos para o nosso tipo de cabelo?!

  8 28 Comments

 Like  Comment

Die fünfte Kategorie: Event

 shared an event. ▼
November 30, 2018

Todo mundo é convidado! Maracatu Caxinguelê para se aquecer no clima frio! Venha e dança com os tambores poderosos!



MON, DEC 3, 2018
Maracatu Caxinguelê beim Riesenrad ★ Interested
Riesenradplatz, 1020 Wien, Österreich
🎵 Music · 120 people

  1 Comment

 Like  Comment

Die sechste Kategorie: Finanz

 is  looking for recommendations. ▼
February 4

Oi, gente!
Alguém é contador ou conhece algum profissional que possa me ajudar a me registrar como self-employed aqui?



Looking for recommendations in
Vienna, Austria
1 person recommended 1 place

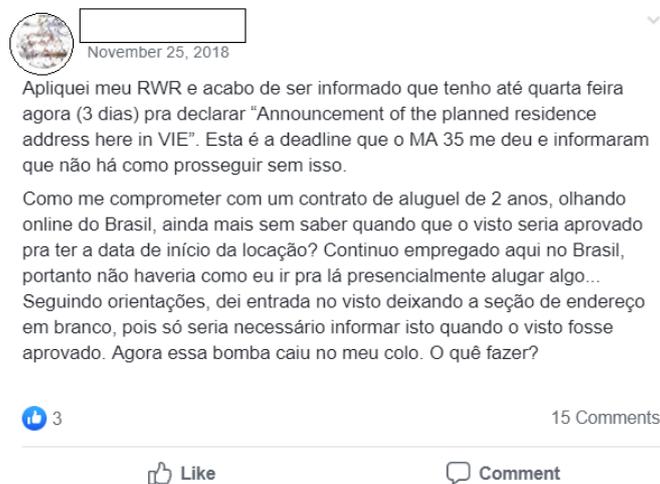
Die siebte Kategorie: Gesundheit



Die achte Kategorie: Hilfe



Die neunte Kategorie: Immigration



Die zehnte Kategorie: interkultureller



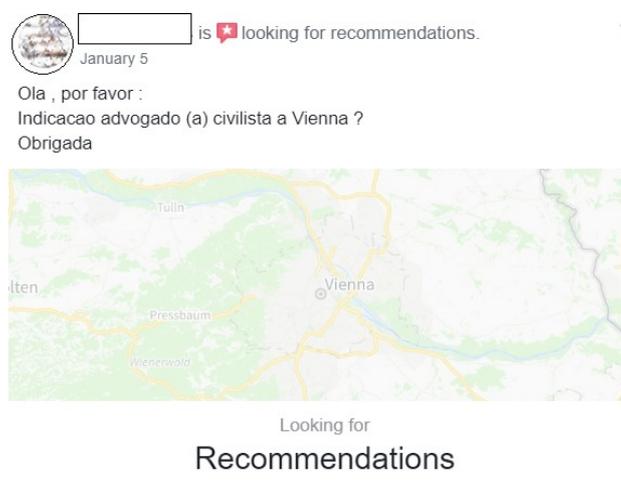
Die elfte Kategorie: Nachrichten / Informationen



Die zwölfte Kategorie: Profi suchen



Die dreizehnte Kategorie: Rechtshilfe



Die vierzehnte Kategorie: Spenden

 [Redacted] January 16

bom dia pessoal, alguem tem um SCOBY (kombucha) para me dar?
Abraços!

 Like  Comment

Die fünfzehnte Kategorie: Unterhaltung

 [Redacted]  looking for recommendations.
November 16, 2018

Ola! 😊
Há algum restaurante brasileiro em Viena?



Looking for recommendations in
Vienna, Austria
3 people recommended 1 place

Die sechzehnte Kategorie: Unterkunft

 [Redacted] created a poll.
Moderator · January 23

Galera vocês já comprarão imóvel em leilão aqui na Austria? Qual foi a experiência de vocês?

<input type="checkbox"/>	Não.
<input type="checkbox"/>	Sim e indico.
<input type="checkbox"/>	Sim e não indico.



 1 26 Comments

 Like  Comment

Die siebzehnte Kategorie Vernetzung



December 31, 2018

Desejo a todos os amigos do grupo um feliz ano novo repleto de bênçãos e vitórias, realizações de projetos arquivados , e oq não aconteceu nesse ano que passou não era pra ser ... mas que esses 365 dias cada um de nós sejamos realizados em nossas vidas .

Um feliz ano novo pra vc que como eu está longe de casa mas com o coração cheio de esperança e fé 🙏

16

1 Comment

Like

Comment

Die achtzehnte Kategorie Werbung:



January 28

shared a post.



Livros for Kids Áustria

January 27

Ótima sugestão para presentear sua princesa!

Entre no mundo de aventuras com seu maravilhoso livro de contos de 5 minutos sobre princesas. Encontre o novo e emocionante pet da princesa Pipa, levante velas com a princesa pirata e chefona Ruby, aprecie um chá num palácio na árvore e muito mais! Este livro, perfeito para pequenas princesas, certamente será adorado por reis e rainhas!

#Livrosforkidsáustria #quemlêsabemais

Livros for Kids

Quem lê, sabe mais!

2

9.2. Kategorienschema

Kategorienschema

Fall 1&1: Brasileiros felizes em Viena – Áustria -TOTAL (11.18 BIS 02.19)

Fall 2&2: Brasileiros em Viena - 01.19 & 02.19

Fall 2&3: Brasileiros em Viena - 12.18

Fall 2&4: Brasileiros em Viena - 11.18

<u>Fall</u>	<u>Seite</u>	<u>Post-#</u>	<u>Kategorie</u>	<u>Definition / Regeln</u>	<u>Unterkategorie</u>	<u>Codes</u>	<u>Ankerbeispiele - Portugiesisch</u>	<u>Stichwort - Deutsch</u>
1&1	4	8	Administratoren	Administratoren bezieht sich auf Beiträge, die Gruppenadministratoren als Gruppenadministratoren und nicht als Gruppenmitglieder ausführen. In diesen Kategorien findet man, z.B. die Gruppenregeln, das Profil Bild der Gruppe, und Umfrage über die Gruppe	Bild	Gruppenbild wechseln	Bild	Bild
2&2	8	31			Informationen	Erinnerung an Gruppenregeln	Como debater de forma civilizada	Gruppenregelinformationen
2&2	37	150				Jahrestreffen	Chegando na área para o encontro anual da moderação	Jahrestreffen der Administratoren
2&2	49	196				Neujahrswunsch	Feliz ano novo Galera!	Neujahrswunsch
2&2	50	201			Umfrage	Gruppenbewertung	Como você avalia o grupo em 2018	Gruppenbewertung 2018
1&1	8	20			Willkommen, neuen Mitgliedern	Gruppenregeln vorstellen	Bem-Vindo queridos! Mil desculpas de não ter aceito antes... probleminha na organização	Gruppenregeln; Willkommen der neuen Mitglieder
1&1	5	12	Arbeit & Bildung	Arbeit & Bildung umfasst Informationen zum Arbeitsmarkt in Österreich, Arbeitssuche, Anmeldung in Schule und Universität und Bewerbung um ein Stipendium.	Arbeit suchen	Arbeitsmarkt in Österreich	Vcs sabem me dizer como e o mercado de trabalho	Arbeitsmarkt; Österreich
2&4	7	61				jede Art von Arbeit	... como e para conseguir emprego (em Viena)	Jobsuche; Wien
2&3	4	27				Kindergartenassistent	... Estou procurando uma vaga como Kindergartenassistentin	Jobsuche; Kindergartenassistentin
2&4	7	62				Pladur	Sou profissional (Pladur) e vou precisar de trabalho	Jobsuche; Gibskarton

2&3	7	61		Arbeitsmarkt	Informationen anfordern	... como é para conseguir emprego (em Viena)	Jobsuche; Wien	
2&3	6	54		selbständig	Arbeit bei Uber	... quais companhias de carro o Uber aceita para trabalhar	Automarke; Uber; arbeiten	
2&2	13	53		Hilfe von Gruppe gefragt	Umfrage im Rahmen Studium	está fazendo sua tese ... se vocês pudessem responder o questionário	Bachelorarbeit; Umfrage; Studium	
2&4	2	14		Schule	Anmeldung	matrícula de criança no ensino	Schule; Anmeldung; Kinder	
2&2	29	118		Studieren	Doktoratsstudien	eu tenho interesse em um doutorado, se alguém souber os tramites e puder me explicar	Doktorarbeit; Studium; Immatrikulation	
2&4	11	97	Stipendium		Atenção bolsa de estudos!	Stipendium; Studium		
2&3	2	13	Studieren an der Universität		... quero aplicar para a Uni Wien...	Studium; Immatrikulation; Uni Wien		
2&2	9	37		Weiterbildung	Umfrage Art von Workshop	Para quem se interessa em participar dos nosso workshop (enquete para tema do próximo)	Workshopsangebote; Weiterbildung	
2&2	18	70	Brasilianisches Essen	Brasilianisches Essen und teilt sich in die Dimensionen wie, z. B. Zutaten anpassen, brasilianisches Rezept und wo man typische brasilianische Lebensmittel findet.	Brasilianische Lebensmittelprodukt e	tiefgekühlt açai	Alguém sabe me dizer se existe poupa de açai congelada... em Viena	Brasilianische Lebensmittel; Obst; Gemüse; Wien; kaufen; açai congelada; Exotic Supermarkt
2&2	26	103				Requeijão	Existe algo no mercado aqui que se assemelhe a requeijão?	Brasilianische Lebensmittel; Käse; Wien; kaufen; Alternativen; Exotic Supermarkt
2&2	43	171				Catupiry	Alguém sabe se existe aqui na Áustria algum	Brasilianische Lebensmittel; Käse; Wien; kaufen;

2&2	1	1			lugar que venda Catupiry	Alternativen; Catupiry; Exotic Supermarkt	
2&4	6	54			couve	Brasilianische Lebensmittel; Obst; Gemüse; Wien; kaufen; couve; Exotic Supermarkt	
2&3	6	47			Fleisch	Brasilianische Lebensmittel; Fleisch; Huhn; Wien; kaufen; Exotic Supermarkt	
2&4	8	65			gesalzener Kabeljau	Brasilianische Lebensmittel; Obst; Gemüse; Wien; kaufen; gesalzener Kabeljau; Exotic Supermarkt	
2&2	47	188			Kekse - Bolacha Maria	Brasilianische Lebensmittel; Kekse; Wien; kaufen; Bolacha Maria; Exotic Supermarkt	
2&4	4	31			Exotik Supermarkt (brasilianische Lebensmittel)	repassando informação importante: Exotic Supermarkt no Kagraner Platz tem guaraná (e outros produtos brasileiros)	Brasilianische Lebensmittel; Wien; kaufen; Kekse; couve; Fleisch; Exotic Supermarkt; Obst; Gemüse; Käse
2&2	19	76			Lebensmittelprodukte Nord Brasilien culinária do norte do Brasil? Queria comprar os ingredientes	Brasilianische Lebensmittel; Wien; kaufen; Kekse; couve; Fleisch; Exotic Supermarkt; Obst; Gemüse; Käse; Nord Brasilien
2&2	26	103	Rezept	auf suchen	... bolo de fubá. Alguém já fez e tem dicas...?	Brasilianische Lebensmittel; fubá; Rezept; Exotic Supermarkt	
			Zutaten	anpassen	Existe algo no mercado aqui que se assemelhe a requeijão?	Brasilianische Lebensmittel; Käse;	

									requeijão; Exotic Supermarkt
2&2	4	16	Einkaufen	Einkaufen enthält Informationen zum Kauf von Produkten (außer brasilianisches Essen) sowie zu Empfehlungen und Beschwerden über Einkäufe	besonderen Produkten	Zug- und U-Bahn-Teilen	Alguém que trabalhe com peças de trem e ou metro na Áustria	alte Zug- und U-Bahn-Teile; kaufen	
2&3	4	34			Handy	Handy Chip	indicação de chip 4G	4G; Handy	
2&4	4	26			Haushalt	Partyartikel	... colherzinha... embalagem m de papel	Partyartikel; Pappteller; Party Löffel; Serviette; kaufen	
2&2	46	182					Sicherheitsnetz	Alguém sabe onde encontro essas redes de proteção?	Sicherheitsnetz; kaufen
2&4	6	45			Musikinstrument	Kontrabass	... preciso urgente de um contrabaixo	Musikinstrument; Kontrabass; kaufen	
2&4	8	70			Reisen und Freizeit	Flügen nach Brasilien Sonderangebot	Alguém sabe de promoções de voos para o Brasil?	Flügen nach Brasilien; Flugticket; Reise; Informationen; kaufen	
2&2	52	208				Oper Ticket kaufen	São confiáveis os homens vestidos de vermelho na porta da opera vendendo ingresso?	Tickets; Musik; Oper; kaufen	
2&3	7	60			Schönheit	Körperpflegeprodukte	... cremes para pentear cabelos muito cacheados	Körperpflegeprodukte; Haare; Seife; Shampoo; kaufen	
2&2	7	28			Souvenir	Wien Souvenir	Gostaria de comprar lembrancinha (de Viena)	Souvenir; Wien; kaufen	
2&3	2	17			Sportkleidung	Fußball Trikot für Kinder	... camisa de times ... Menino de 7 anos	Trikot; Fußball; Kinder; kaufen	
2&3	4	30			unverzichtbare Produkte	Brille	onde posso comprar óculos	Brille; kaufen	
2&3	11	90			Beschwerde	Online-Shop Beschwerde	Cuidado com o site da loja www.hallohaus.com ... eles não entregam	Onlineshop; Beschwerde	
2&2	35	142				Produktbeschwerde	acabei de encontrar um pedaço de plástico	Produktbeschwerde; Beschwerde	

				(num produto da marca Clever)			
2&2	39	159		Empfehlung	Beauty-Profi Empfehlung	vou indicar um cabelereiro para vocês.	Empfehlung; Schönheit; Haar; Frisör
2&2	7	27			Brasilianisches Restaurant	Vai uma feijoada aí minha gente? No Carioca	Brasilianisches Restaurant; Restaurant; Essen; brasilianisches Essen; Feijão; Obst; Gemüse
2&2	26	101			Reiseversicherungsberater	Fiz com ela o seguro de viagem do meu filho e quero dizer que foi rápido, fácil e prático.	Reiseversicherungsberater; Empfehlung; Reise
2&2	30	124	Event	Flohmarkt	Kinder + Frauen	Amanhã tem mercado de pulgas	Flohmarkt; Kinder; Frauen
2&2	14	56	Event bedeutet hier nicht nur, dass es brasilianisches Event gibt, sondern alle Events, die in Österreich passieren und in der Gruppe gemeldet wurden	Gastronomisch	Brasilianischer Brunch	Estamos organizando um Brunch Brasileiro....	Brasilianisches Restaurant; Restaurant; Essen; brasilianisches Essen; Obst; Gemüse; Event
2&2	12	45			Kias Kitchen - Brazilian Cuisine	as reservas estão abertas	Brasilianisches Restaurant; Restaurant; Essen; brasilianisches Essen; Obst; Gemüse; Event
2&3	5	37			Vienna Coffee Festival	Vienna Coffee Festival	Festival; Event; Essen
2&4	3	25			Kultur	Brasilianische Theater	Theater Brasil-Vienna hat wieder... geöffnet
2&4	2	9		Messe	Karrieretag	colocar a vida profissional em dia	Messe; Karriere; Arbeit; Job
2&2	33	134		Musik und Tanz	Brasilianische Party	Carnaval Brazuca	Party; Musik; Tanz; Karneval
2&2	37	148	Brasilianische Musikabend		Apareçam para curtir uma sambinha, bossa nova e MPB	MPB; Samba; Musikabend; Event; Musik	
2&4	11	95	Brasilianische Show		... estaremos no Tunnel tocando ...	MPB; Musikabend; Event; Musik; Show	

1&1	19	45		Brasilianische Wohltätigkeitsfest	Festa Brasileira Beneficente	brasilianisches Wohltätigkeitsfest; Event; Party; Musik; Tanz
1&1	19	45			Concert de Pandore (fr)	Event; Musik; Tanz; Konzert
2&2	31	126			Forró Show	forró; Musik; Tanz; Show; Event
2&4	11	93			Maracatu Caxinguelê brasilianisch Tanz	Maracatu; Caxinguelê; Musik; Tanz; Event; Tambores
2&4	8	68			Opera Gala	Oper; Gala; Event; Musik
2&2	3	8			Pop & Rock Konzerte	Event; Pop; Rock; Musik; Show; Konzert
2&3	1	4			Silvester Party	Silvester-Party; Musik; Tanz; Event
2&2	50	203	Religiös	Brasilianisches Essen	A Igreja Realizara este ano 2 feijoadas. Deixo aqui o convite	Religiöse; Essen; feijão; brasilianisches Essen; Kirche
2&2	5	22		Konferenz	Conferência e retiro espiritual	Religiöse; Konferenz
2&4	7	60		Präsentation Afro-Brasilianer Religion	apresentação muito especial... sobre Candomblé	Religiöse; Candomblé; Präsentation;
2&4	9	75	Sport	Capoeira Kinderfestival	... brasilianischen Dschungel ...nimmt am gratis (Capoeira) Probe	Sport; Capoeira; Kinderfestival; Probe
1&1	8	19			MMA Kämpfer aus Brasilien	MMA; Sport; Brasilien; Wien
2&3	8	70	typisch österreichisch	Krampusläufe	Alguém tem um link ou cronograma dos desfiles do Krampus?	Österreich; Krampus; typisch
1&1	15	35	Workshop	Lernen, im Ausland neu zu erfinden	Convidar todos que se identificam com o tema	Workshop; Ausländer; Einladung

1&1	13	31	Finanz	Finanz bezieht alles rund um das Thema Finanz, wie z.B. Bank, Steuerberat, Investition, usw.	Bank	Girokonto	Preciso abrir uma conta no banco	Finanzen; Bank; Girokonto; Geld
2&3	10	83			Diensteanbieter suchen	Brasilianischer oder portugiesischer Sprecher Steuerberater	Alguém conhece um Steuerberater que fale português?	Finanz; Beratung; Steuern; Steuerberater; Portugiesische Sprache; Dienstanbieter
2&2	8	34				Buchhalter	Alguém é contador ou conhece algum	Buchhalter; Finanz; Dienstanbieter
2&3	6	50			Geld	Geld schicken	... preciso manda uns euros para uma conta....	Finanzen; Geld; Geldüberweisen; Brasilien; Euro; Girokonto
2&2	53	212				umtauschen	Alguém interessado em comprar dólares?	Finanzen; Geld; Geldumtauschen; Dollar
2&4	3	18			Investition	fondgebundenen Lebensversicherung	fondgebundenen Lebensversicherung	Finanz; Investition; fondgebundenen Lebensversicherung
1&1	16	38	Gesundheit	Gesundheit bezieht sich auf alle gesundheitsbezogenen Aktivitäten von Mitgliedern der Gruppe, wie z.B. ECARD-Antrag, österreichischer Impfplan, Erste-Hilfe-Station, Fehlen einer Krankenversicherung, Empfehlungen von Ärzten.	Arzt suchen	Brasilianischer oder portugiesischer Sprecher Augenarzt	Vocês têm indicação de oftalmologista brasileiro	portugiesisch; sprechen; Arzt; Augenarzt; Empfehlung; Gesundheit
2&2	13	50				Brasilianischer oder portugiesischer Sprecher Frauenarzt	Alguém pode me indicar um Ginecologista que fale português	portugiesisch; sprechen; Arzt; Frauenarzt; Empfehlung; Gesundheit
2&4	3	16				Brasilianischer oder portugiesischer Sprecher Kinderarzt	contato com pediatra brasileiro...	portugiesisch; sprechen; Arzt; Kinderarzt; Empfehlung; Gesundheit
2&2	13	50				Brasilianischer oder portugiesischer Sprecher Zahnarzt	Alguém pode me indicar um dentista que fale português	portugiesisch; sprechen; Arzt; Zahnarzt; Empfehlung; Gesundheit
2&2	34	139				HNO	Alguém conhece um bom otorrino para me indicar?	Arzt; HNO; Empfehlung; Gesundheit
2&3	6	46				Kardiologe	Estou precisando da indicação de cardiologista	Kardiologe; Arzt; Empfehlung; Gesundheit
2&4	4	23				Klinik für künstliche Befruchtung	... clínica que faz inseminação artificial ...	Arzt; Empfehlung; Klinik für künstliche

							Befruchtung; Kinder; Gesundheit	
2&3	7	56			ECARD	Eintrage	... como obtenho o E-Card?	E-Card; Beantragen; Gesundheit
2&2	11	42				für Pensionisten	pedir o convenio (médico/E-Card) na Áustria (para aposentado austríaco que morou no Brasil)	E-Card; Beantragen; Eintrage; pensionierter Österreicher; nie in Österreich gearbeitet; Gesundheit; private Krankenversicherung
2&2	36	146			Fragen	Impfung	Gostaria de saber se aqui existe a vacina dos 15 anos e onde eu poderia ir!	Arzt; Gesundheit; Impfung
2&4	7	58			Gesundheitssystem	Erste-Hilfe-Station / UKH	... como funciona o pronto socorro na Áustria	Gesundheit; Arzt; UKH
2&2	28	115				Keine Krankenversicherung	... posso ir em qualquer hospital ... não tenho plano de saúde ... fazer no particular	Gesundheit; Arzt; keine Krankenversicherung; Privat
2&2	33	135	Hilfe	Hilfe umfasst allen konkreten Hilfeanfragen der Mitglieder der Gruppe. Es bezieht sich auf Situationen, in denen das Gruppenmitglied keine Ahnung hat, wo eine Lösung suchen soll, aber muss eine dringende Lösung finden. Einige Dimensionen dieser Kategorie sind: Transport wichtiger Dokumente nach Brasilien, Diebstahl von Kinderwagen, Kontrolle	anfragen	ArtNight	Alguém já participou ou conhece alguém que tenha ido no ArtNight?	ArtNight
2&3	7	55				Dokumententransport nach Brasilien	... preciso urgente de alguém que traga um documento de lá (Brasil) para mim	sicher-Dokumententransport; Brasilien
2&4	6	53				gestohlene Kinderwagen	... se alguém ... ver um carrinho (no ponto de ônibus) ... me liga	gestohlener Kinderwagen; Bus; öffentliche Verkehrsmittel
2&3	3	21				GIS Anmeldung Prozess	... Tv ... como devemos proceder?	GIS; Anmeldung; TV;
2&4	10	86				Mautgebühr	... pedágio entre Viena ...	Mautgebühren; Wien; Reise
2&3	6	51				Pakettransport nach Brasilien	... tenho uma encomenda de 850 gramas (para o Brasil)	sicher-Pakettransport; Brasilien; Bestellung

2&2	4	14		des Transportmittels, GIS Anmeldung Prozess.	emotionale Unterstützung	Einsamkeitsgefühl	acabei de mudar pra Viena ... me sinto muito sozinha	emotionale; Unterstützung; Einsamkeitsgefühl; allein
2&2	25	98				Schwierigkeiten Anpassung	dicas para superar dificuldades e história de superação que possam ajudar os recém-chegados	emotionale; Unterstützung; Einsamkeitsgefühl; Schwierigkeiten; Anpassung
1&1	10	24			Bestimmte Person suchen	Jugendfreund	procurando uma antiga amiga que mora em Viena	Personensuche; Wien; Jugendfreund
2&2	22	85			Wetter	Schneebericht	Guys, It's snow there?	Wetter; Schneebericht
2&3	8	68			öffentliche Verkehrsmittel	Fahrscheinkontrolle	É impressão minha ou não tem fiscalização de passagem nos Tram?	öffentliche Verkehrsmittel; Fahrscheinkontrolle; Straßenbahn
2&2	12	48	Immigration	In dieser Kategorie wird alles über Einwanderung erörtern, wie z.B. Informationen zum Auswandern, Dokumentenerkennung, Dokumentation, Sprache, Staatsbürgerschaft und Visum.	Anerkennung	Führerschein	precisa urgentemente trocar a carta (motorista) brasileira	Anerkennung; Führerschein; dringend; Brasilianer; Immigration
2&2	5	19				Universitätsdiplom	alguém saberia me informar como funciona para "validar" um diploma universitário	Anerkennung; Brasilianer; Universitätsdiplom; Anerkennungsprozess; Immigration
2&2	19	74			Deutsche Sprache	Deutsche lernen - Tipps	... desde então leio e melhorou meu Alemão com assuntos do Dia a Dia.	Deutsch; Lerntyps; Tipps; Zeitschrift; lesen; Immigration
2&2	15	58				Schwierigkeit mit Deutsch	Alguém sabe como se traduz corretamente ...	Schwierigkeiten; Deutsch; Übersetzung; Immigration
2&2	25	96				Tandem	Dou alemã ... Uma "mesa de português" ... que os trocos das línguas....	Deutsch; Tandem; Immigration
2&2	53	211			Dokumenten	Haager Apostille	Bom dia, alguém sabe como faço para apostilar documentos	Dokumente; Haager Apostille; brasilianische Dokumente; österreichische Dokumente; Immigration

2&2	11	43		Brasilianischer Pass	... passaporte na embaixada e saiba me dizer se a foto eles fazem lá mesmo	Dokumente; brasilianischer Pass; Foto; Botschaft; Immigration
2&3	9	78	Informationen zum Auswandern	Allgemein Informationen	Vídeo para a geral que está pensando em sair do Brasil	Informationen; Auswandern; Video; Brasilien verlassen; Immigration
2&2	5	20		Kosten / Lebenshaltungskosten	gostaria de saber mais ou menos como é o custo de vida	Informationen; Auswandern; Lebenshaltungskosten; Brasilien verlassen; Immigration
2&2	42	167		Pets	... mudar para Viena ... tenho uma mascote ... (o que fazer)	Informationen; Auswandern; Haustiere; Brasilien verlassen; Immigration
1&1	14	32		Staatsbürgerschaft	Italienische	... conhecem alguém que ajude pedir cidadania italiana
1&1	11	27	Österreichische		... sou descendente dar entrada na minha cidadania austríaca	Staatsbürgerschaft; österreichische Eintragen; Hilfe; Immigration
2&4	5	41	Visum	Announcement of the planned residency	...preciso do Announcement of the planned residency	Visum; Dokumente; Announcement of the planned residency; Immigration
2&2	47	190		Aufenthaltsbewilligung	meu visto vai até o fim de fevereiro, mas precisarei pedir o Aufenthaltsbewilligung apenas porque preciso estar em Viena em marco (o que fazer)	Visum; Dokumente; Aufenthaltsbewilligung; Wien; Immigration
2&2	1	3		Aufenthaltskarte für Ehepartners	alguém no grupo já pediu o visto Aufenthaltskarte acompanhando cõnjuge	Visum; Dokumente; Aufenthaltskarte; Ehepartner; Visumantrag; Immigration

2&4	6	47			Bearbeitungszeit für ein Visum	... entrei com o processo para o visto ... quase 2 meses... e assim mesmo?	Visum; Dokumente; Bearbeitungszeit; Immigration
2&4	9	78			RWR Job Wechseln	...quem tem o RWR e conseguiu mudar de trabalho?	Visum; Dokumente; RWR; Job; Arbeitswechsel; Immigration
2&3	5	39			Studentenvisum Prozess	...dúvidas... para tirar o visto de estudante	Visum; Dokumente; Studenten; Studentenvisum; Immigration
1&1	6	13			Visum verlängern	Vocês sabem sobre renovação de visto	Visum; Dokumente; Visum verlängern; verlängern; Immigration
2&3	4	26			Visumantrag	... (entrada de visto para pessoa) casado com uma cidadã da UE	Visumantrag; Immigration
2&4	7	63	interkultureller	Kulturschock	Unterschied zwischen Österreicher, Deutscher und Schweizer	...qual a diferença entre austríaco e o alemão ou suíço	Kulturschock; Unterschied; Österreicher; Deutscher; Schweizer
2&4	3	19		Unterschied	Jerry-rig	quem disse que austríaco não entende de gambiarra	Unterschied; schlechte Arbeit; Brasilien; Österreich
2&2	15	60			Reinigung	Acho que casa de brasileiro todo fim de semana é primavera	Unterschied; Brasilien; Österreich; Reinigung
2&3	1	1			typisches Weihnachtessen	Qual o nome do peixe que se come na noite de Natal	Unterschied; Brasilien; Österreich; Weihnachtessen
2&2	24	92			U-Bahn Essverbot	Ainda tem mais essa! Não pode mais comer no metrô!	Unterschied; Brasilien; Österreich; U-Bahn; Essverbot
2&2	40	161	Nachrichten / Informationen	Brasilien	Öffentliche Sicherheit	Para quem está vindo do Brasil (ou voltando), todo cuidado é pouco	Nachrichten; Informationen; Brasilien

2&4	1	1		Gruppenmitgliedern geteilt haben, wie z.B. Nachrichten über brasilianisch Politik, Umwelt schützen, Österreich Geschichte, Nachrichten über Österreich.		Persönliche Geschichte	...a história de Vanessa...	Nachrichten; Informationen; Brasilien
2&2	39	158			Politik		Agora com o indicativo de saída (do Brasil) do pacto (de migração da ONU), retrocedemos	Nachrichten; Informationen; Brasilien; Politik; Exit UN-Migrationspakt; Rückschlag
1&1	10	23			Gender	Feministischer Text	Link Share: Feministischer Text	Nachrichten; Informationen; Gender; Feminismus
1&1	10	21			Welt	Umwelt schützen	Vídeo Share: Como reciclar 100% as embalagens	Nachrichten; Informationen; Welt; Umwelt schützen; Umwelt
2&2	24	93			Österreich	Geschichte Österreichs	para quem quer saber um pouco da história dos Habsburgos ...	Nachrichten; Informationen; Geschichte; Österreich; Habsburg
2&4	7	59				Nachrichten über Österreich	... episódio Áustria	Nachrichten; Informationen; Österreich; Dokumentation
2&2	47	189				Nachrichten über Wien	Auto explodiert mitten in Wien	Nachrichten; Informationen; Österreich; Wien; Auto; Explosion
2&4	8	71				Website mit Informationen zu Aktivitäten mit Säuglingen und Kindern	Está cheio de informações sobre o que fazer... com bebê e crianças	Nachrichten; Informationen; Säuglinge; Kinder
2&2	27	111				Nachrichten	Umfrage Newsletter	Perguntinha básica. Newsletter:
2&2	26	101	Profi suchen		Profi suchen umfasst die Dimensionen zu den Arten von Fachleuten, die gesucht werden, z. B.: Diensteanbieter (Beauty-Profi, Computertechniker, Konditor, Putzfrau,	Diensteanbieter	Beauty-Profi	Por favor, alguém poderia me indicar uma designer de sobancelhas?
2&2	16	64		Cargo Transport			Estou procurando alguém para me ajudar a buscar uma cama	Profi; Diensteanbieter; Cargotransport

2&2	16	65	vereidigter Übersetzer, usw.), Firma (Fotolabor, Verleger, Reisebüro und Storagefirma) und Künstlern (Musiker, SängerIn, und brasilianische band).
2&2	43	172	
2&3	4	35	
2&4	5	36	
2&2	34	137	
2&2	27	109	
2&3	7	65	
2&2	17	67	
2&2	17	69	
2&3	3	23	
2&4	6	48	
2&4	8	72	

Computertechniker	... preciso configurar o meu (notebook) urgente.... Alguém aqui trabalha com isso...	Profi; Dienstanbieter; Computertechniker
DeutschlehrerIn	Meus colegas e eu estamos buscando um professor de alemão	Profi; Dienstanbieter; DeutschlehrerIn
Dog-Sitter	... alguém que cuida de cachorro	Profi; Dienstanbieter; Dog-Sitter
Dolmetscher	... está precisando de uma intérprete	Profi; Dienstanbieter; Dolmetscher
ErnährungsberaterIn mit Portugiesischer Sprache	Boa noite alguém poderia me indicar uma nutricionista que fale português?	Profi; Dienstanbieter; ErnährungsberaterIn; portugiesische; Empfehlung
Gitarrenlehrer	Alguém sabe me indicar um (a) professor (a) de violão?	Profi; Dienstanbieter; GitarrenlehrerIn; Empfehlung
Haushaltsgerät Reparatur	... minha lava-pratos está com problema, quem resolve?	Profi; Dienstanbieter; Haushaltsgerät-Reparatur
Konditor	Alguém pode me indicar um lugar para encomendar uma torta como as Americanas	Profi; Dienstanbieter; KonditorIn; Empfehlung
Lymphdrainage	tem alguém aqui em Viena que saiba fazer drenagem linfática?	Profi; Dienstanbieter; Lymphdrainage; Empfehlung
Maniküre	... alguém conhece ... que faça unha gel?	Profi; Dienstanbieter; Maniküre; Empfehlung
Marketing Experte	...marketing ... procurando trabalho?	Profi; Dienstanbieter; Marketing; Experte
Möbelmontage / Reparatur	... fazer um trabalho aqui em casa montar a trava de segurança	Profi; Dienstanbieter; Möbelmontage; Reparatur

2&3	6	52		Personal-Trainer	Alguém conhece algum personal Trainer	Profi; Dienstanbieter; Personal-Trainer; Empfehlung
2&4	10	89		Photoshop Experte	Alguém pode recomendar... com conhecimento de Photoshop	Profi; Dienstanbieter; Photoshop Experte
2&2	29	117		Putzfrau	Pessoal, estou precisando de uma empregada para trabalhar na limpeza de minha casa	Profi; Dienstanbieter; Putzfrau; Empfehlung
2&2	33	132		SprachlehrerIn - Portugiesischer Sprache	Alguém que dá aula (de português) por Skype?	Profi; Dienstanbieter; SprachlehrerIn, portugiesische; Sprache
2&2	22	84		SprachlehrerIn / Kurs - Andere Sprache	Alguma indicação de curso de inglês para Brasileiro em Viena?	Profi; Dienstanbieter; SprachlehrerIn; Kurs; English
2&4	3	22		Tischler	alguém aqui conhece um marceneiro	Profi; Dienstanbieter; Tischler; Empfehlung
1&1	16	37		Transport	preciso de uma pessoa para ir nos buscar no aeroporto	Profi; Dienstanbieter; Transport; Flughafen; Reise
2&2	12	46		beglaubigte Übersetzer	alguém poderia me informar um tradutor juramentado	Profi; Dienstanbieter; beglaubigte Übersetzung
2&4	10	91		Zimmerservice	Alguém aí interessado em um emprego? Vaga: Camareiro	Profi; Dienstanbieter; Zimmerservice; Empfehlung
2&3	3	25	Künstler	brasilianische Band	... músicos do grupo ... flauta (para Banda) ...	Künstler; Musik; Band; Musiker brasilianische Flöte
2&4	5	37		Musiker	... preciso de alguém para tocar violão ou guitarra	Künstler; Musik; Musiker; brasilianische; Gitarre
2&2	23	90		Sängerin / Sänger	Our Brazilian-Fusion band project is looking for a Female Voice	Künstler; Musik; Band brasilianische; SängerIn

2&4	5	39			Firma	brasilianischer Verleger	... procuro contato com uma editora (Brasileira) de livros	Firma; brasilianischer; Verleger; Buch
2&3	2	8				Fotolabor	impressão de fotos de boa qualidade	Firma; Fotolabor; gute-Qualität
2&2	4	13				Reisebüro	Alguém aqui trabalha em ... agência de viagem?	Firma; Reisebüro; Reise
2&2	20	79				Storagefirma	Vocês saem onde encontro fácil um lugar para guardar alguns moveis	Firma; Storagefirma
2&2	13	51	Rechtshilfe	Rechtshilfe und bezieht alles rund um das Thema Recht, wie z.B. Brasilianisches und österreichisches Gesetz und Fachanwälten	Anwalt	Heirat	...alguém conhece algum advogado que trabalhe.... Documentação e processo de casamento	Rechtshilfe; Anwalt; Heirat
2&2	45	181				Immigration	Alguém conhece algum advogado / consultor de imigração e cidadania	Rechtshilfe; Anwalt; Immigration
2&2	43	170				Zivilrecht	Indicação advogado (a) civilista	Rechtshilfe; Anwalt; Zivilrecht
1&1	22	54			Brasilianisches Gesetz	Wahl	eu passei meu voto para cá.... E estarei no Brasil	Rechtshilfe; Brasilianisches; Gesetz; Wahl
2&3	6	49			Österreich Gesetz	Anzeige von Verbale und körperlicher Aggression	Alguém aqui já foi agredido fisicamente (sem marcas) e verbalmente e denunciou? Sabe como funciona?	Rechtshilfe; Österreich; Gesetz; Anzeige; verbale Aggression; körperliche Aggression
1&1	8	18				Arbeit	... posso cantar na rua sem permissão	Rechtshilfe; Österreich; Gesetz; Arbeit
2&3	10	87	Spenden	In dieser Kategorie wird alles über "Spenden bitten" und "Spenden machen" bekannt, wie z.B. Buch,	bitten	Buch	Quem tem esse livro....	Buch; spenden; suche
1&1	21	52				Kinderkleidung	... doar roupa infantil, eu aceito,	Kinderkleidung; spenden; suche
2&4	4	30				Koffer	... alguém querendo se desfazer de uma mala	Koffer; spenden; suche

2&2	35	143		Kinderkleidung, Koffer, Möbel, usw.		Kombucha	Alguém tem um SCOBY (kombucha) para me dar?	Kombucha; spenden; suche
2&4	6	50			machen	Buch	... alguém tem interesse (nestes livros)	Buch; geben; spenden
2&2	29	119				Möbel	Pessoal, gostaria de me desfazer de uns moveis (alguém interessado)	Möbel; geben; spenden
2&2	15	61				Spinning Training Stunde	quer ir no meu lugar na aula de spinning. É de graça	Spinning Training; geben; spenden
1&1	11	26	Unterhaltung	Unterhaltung umfasst den Aspekten von Unterhaltungstipps geben oder fragen, Videos Teilen und Witze.	Eigenproduktion	Video	Vídeo	Unterhaltung; Video; Eigenproduktion
2&2	3	12				Witz	Procuo uma cama de casal gordo ou de solteiro magro!	Unterhaltung; Witze
2&3	4	33			Musikvideo	Kinder spielen Samba	compartilhar esse batuque com vocês	Unterhaltung; Kinder; Samba; Musik; Brasilianische
2&2	30	125			Tipps fragen	Andere Restaurants	alguém me indica um restaurante Fino, elegante e maravilhoso para ir no dia do meu aniversário	Unterhaltung; Tipps; Restaurant; elegant; Wien
2&4	4	28				Brasilianisches Restaurant	há um restaurante brasileiro em Viena	Unterhaltung; Tipps; brasilianisches Restaurant; Wien
2&2	40	162				Hotel	Preciso de hotel... qual vocês me recomendam	Unterhaltung; Tipps; Hotel; Wien
2&3	5	45				öffentliche Verkehrsmittel in Wien	.. Qual a melhor estação para me deslocar	Unterhaltung; Tipps; öffentliche Verkehrsmittel; Wien
1&1	7	17				Sehenswürdigkeiten in Wien	... onde não posso deixar de ir (em Viena)?	Unterhaltung; Sehenswürdigkeiten; Wien; Tipps
2&4	7	56				Ski	...casa para alugar estação de Ski	Unterhaltung; Ski; Tipps

1&1	3	5		Sport Pub & Bar	pub que seja possível ver futebol	Unterhaltung; Sport; Pub; Fußball; Tipps
2&4	10	84		Tramper	... alguém sabe de alguma carona ... para Viena	Unterhaltung; Tramper; Wien; Tipps
2&4	6	52		Weihnachten und Neujahr	... o que vão fazer no Natal e Ano Novo...	Unterhaltung; Weihnachten; Neujahr; Tipps
2&3	8	74		Wien Event	Vale a pena ir - Weihnachtsmarkt Schloss Schönbrunn	Unterhaltung; Event; Wien; Tipps
2&3	2	10		wo forró tanzen	Eu quero dançar forró	Unterhaltung; Tipps; Musik; Tanz; forró
2&2	42	169	Tipps geben	Brasilianische Comics	Te filho é muito bom por causa dessas perolas da literatura	Unterhaltung; Tipps; brasilianische; Comics
2&2	51	205		Buch	Livro lindo	Unterhaltung; Tipps; Buch
2&2	25	99		Kultur	A partir de agora até dia 3 de janeiro a entrada é gratuita para TODOS (Museum Karlsplatz)!	Unterhaltung; Tipps; Kultur; Museum
2&4	1	4			Empfehlung Film Dokumentation	Unterhaltung; Tipps; Dokumentation
2&2	26	106		öffentliche Verkehrsmittel in Wien	Vídeo dessa semana ... e o tema é: Transporte Público em Viena!!	Unterhaltung; Tipps; öffentliche Verkehrsmittel; Wien
2&3	7	58		Reise	Dica para reembolso de bagagem danificadas em vos	Unterhaltung; Tipps;
2&2	21	83			Cidade medieval de Obidos fica entre as cidades de.... Roteiro do norte ao sul de Portugal por 9 dias	Unterhaltung; Tipps;
2&4	9	83		Unterwasserkamera	ótima (câmera) ... deixo essa foto que fiz em um mergulho... câmera	Unterhaltung; Tipps;

2&2	4	18	Unterkunft	Unterkunft deckt alle Fragen im Zusammenhang mit dem Wohnhause, wie z. B.: Zweifel am Mietvertrag, Kauf und Miete von Immobilien, Studentenwohnung, Zimmer, kinderfreundlich Bezirk, usw.	anbietet zur Miete	Studentenwohnung	Quem está precisando de um lugar para ficar aqui. Trata-se de um alojamento estudantil	Unterkunft; Miete; Studentenwohnung; anbieten; Wien
1&1	18	43			Wohnung	Estou disponibilizando meu apartamento para alugar	Unterkunft; Miete; Wohnung; anbieten; Wien	
2&2	2	5			Zimmer	Alugo um quarto no distrito 3	Unterkunft; Miete; Zimmer; anbieten; Wien	
2&2	25	97			kaufen	gerichtliche Immobilien Versteigerungen	vocês já compraram imóveis em leilão aqui na Áustria?	Unterkunft; kaufen; gerichtliche Versteigerungen; Wien; Immobilien
2&2	46	186			sucht zur Miete	Studentenwohnung	indicam ... habitação estudantil ... valores	Unterkunft; Miete; Studentenwohnung; suchen; Wien
2&3	1	5			Wohnung	.. Que sites são bons para alugar apartamentos	Unterkunft; Miete; Wohnung; suche; Wien	
1&1	20	49			Wohnung in kinderfreundlich Bezirk	Qual distrito e melhor para criança	Unterkunft; Miete; Wohnung; suche; Kinder; kinderfreundlich; Bezirk; Wien	
2&2	6	23			Zimmer	estou procurando quarto para alugar	Unterkunft; Miete; Zimmer; suchen; Wien	
2&2	8	30			Zweifel am Mietvertrag	vorzeitigen Kündigung	Em Viena costuma haver multa ou algo do tipo por sair do aluguel antes de encerrar o contrato de 24 meses?	Unterkunft; vorzeitige Kündigung; Wien
2&4	5	44			Vernetzung	Vernetzung und umfasst alle Aktivitäten, die die Mitglieder der Gruppe machen, um mit den anderen Mitgliedern in Kontakt zu treten, zwecks nett zu sein oder ein persönliches Treffen	Danksagung	"Brasilianisches Kulturfestival Wien"
2&2	28	112	Gruppentreffen	Familie mit Kindern			...outras famílias com crianças costumam se	Vernetzung; Gruppentreffen; Familie mit Kindern

				vereinbaren, wie z.B. Familie mit Kindern oder Brasilianer außerhalb von Wien Treffen, schönes Wochenende wünsche, Einladung zu Domino, RPG und Fußball spielen, usw.			encontrar para fazer atividades juntas		
2&3	7	63		vereinbaren, wie z.B. Familie mit Kindern oder Brasilianer außerhalb von Wien Treffen, schönes Wochenende wünsche, Einladung zu Domino, RPG und Fußball spielen, usw.	Kontaktieren	Brasilianer außerhalb von Wien	... tem algum Brasileiro que mora em WR Neustadt?	Vernetzung; Kontaktieren; Wien-Umgebung; Brasilianer	
1&1	18	42			spontanes treffen		Alguém no grupo para um café hoje	Vernetzung; Kontaktieren; Wien; Brasilianer; spontanes Treffen	
2&2	49	197			sei nett	"mehr Liebe bitte" wünsche	Mensagem subliminar em Viena	Vernetzung; „mehr-Liebe-bitte“; Wien	
2&2	30	120				schönen Tag Wunsch	... que tenham todos um ótimo dia e um rentável trabalho	Vernetzung; schönen Tag; Wünsche	
2&2	9	36				schönes Wochenende wünsche	... tenham todos um bom, ótimo e abençoado fim de semana	Vernetzung; schönes Wochenende; Wünsche	
2&2	50	202				Weihnachten und Neujahr wünsche	Desejo a todos os amigos do grupo um feliz ano novo	Vernetzung; Weihnachten; Neujahr; Wünsche	
2&3	1	3				wünschen frohe Festtage	Desejo Feliz ano novo	Vernetzung; Wünsche; frohe Festtage	
1&1	20	48				Spiele/Sport	Domino zu spielen	vontade... jogar aquele velho domino	Vernetzung; Spiele; Domino
2&3	2	16					Fußball spielen	Estamos organizando um grupo ... jogar futebol	Vernetzung; Fußball; spielen
1&1	3	5					Fußballspiel ansehen	pub que seja possível ver futebol	Vernetzung; Fußball; ansehen
2&2	24	94				RPG zu spielen	nós montamos um grupo de RPG. Alguém se interessa?	Vernetzung; RPG; spielen	
2&2	35	144	Werbung	Werbung umfasst alle Aktivitäten, die den Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung, wie z.B. Brasilianisches	Brasilianische Lebensmittelprodukt e	Cachaça	Gente a partir de agora minha empresa se encontra em Leobersdorf. Aguardo a visita de vocês!!	Werbung; brasilianische; Lebensmittelprodukte; Cachaça	

2&3	8	69	Cachaça, brasilianische Musik-CD, Portugiesisch Kinderbuch, Babysitter, Bachblütentherapie, Deutsch Kurs, Graphik Design, usw.	Brasilianische Non-Food-Produkte	Party Essen	Salgadinhos Deliciosos!	Werbung; brasilianische; Lebensmittelprodukte; Party Essen
2&4	5	38			Kochbuch	... livro de receitas... estão à venda	Werbung; brasilianische; Non-Food-Produkte; Kochbuch
2&3	1	2			Brasilianische Musik-CD	... presenteando quem você ama com o CD „a Bossa do Choro “	Werbung; brasilianische; Non-Food-Produkte; Musik-CD
2&2	22	87			Portugiesisch Kinderbuch	Ótima sugestão para presentear sua princesa	Werbung; brasilianische; Non-Food-Produkte; portugiesisches Kinderbuch
2&2	34	140		Dienstanbieter	Andere Sprachlehrer	Gostaria de oferecer minhas aulas de português para estrangeiros	Werbung; Dienstanbieter; Portugiesisch; Lehrer
2&2	28	113			Babysitter	Gostaria de anunciar meu trabalho como baby-sitter	Werbung; Dienstanbieter; Babysitter
2&3	8	72			Bachblütentherapie	A terapia Floral de Bach pode ajudar você	Werbung; Dienstanbieter; Bachblütentherapie
2&4	8	69			Blindenführhundschiule	Vídeo Blindenführhundschiule	Werbung; Dienstanbieter; Blindenführer; Hundschiule
2&2	19	75			Deutsch Kurs	Alemão fluente? E possível. INNES Institute	Werbung; Dienstanbieter; Deutsch-Kurs
2&2	48	195				oferece aulas de alemão personalizadas via Skype	Werbung; Dienstanbieter; Deutsch-Kurs-Skype
2&2	9	35		Friseur / Makeup	Ofereço meus serviços de cabeleireiro, Maquiador profissional	Werbung; Dienstanbieter; Frisör; Makeup	
2&2	38	154		Graphik Design	... oferecer também meus serviços como design gráfico!	Werbung; Dienstanbieter; Graphik DesignerIn	

2&2	6	24		Haushalthilfe & Kochen	oferece serviços de culinária e ajuda doméstica	Werbung; Dienstanbieter; Haushalthilfe; Kochen; Putzfrau
2&2	39	156		Maniküre	Quem quiser fazer unha entrar em contato	Werbung; Dienstanbieter; Maniküre
2&2	18	71		Sport	Sou treinador de lutas ... caso haja algum interesse para treinos e atividades física	Werbung; Dienstanbieter; Sport; TrainerIn
2&2	44	175			Já ouviu falar da "Capoeira Angola"... quer convidar aulas de iniciantes	Werbung; Dienstanbieter; Sport Capoeira
2&3	9	79	Facebook Page	Facebook Page über Gastronomie	... convidar a todos vocês que apreciam de uma boa comida e aquela viagem dos sonhos, a participar do nosso grupo!	Werbung; Facebook-Seite; Gastronomie
2&4	5	40		Facebook Page über brasilianische Kultur	... lançamos no Facebook para divulgar cultura brasileira na Áustria	Werbung; Facebook-Seite; brasilianische Kultur
2&2	25	95	Gebrauchtgüter	Buchverkauf	Estou vendendo esse (livro) por 14,90.	Werbung; gebrauchte-Sachen; Buch
2&2	49	198		Kleiderschrank	A venda Guarda-roupas em excelente estado	Werbung; gebrauchte-Sachen Kleiderschrank
2&3	5	44	Geschäft	Warenhaus	divulgação de (minha) loja	Werbung; Warenhaus
2&3	3	24	Gesundheit und Schönheit	Ernährungscoach	... começar o ano com uma reforma geral na alimentação... Ernährungscoach	Werbung; Ernährungscoach; Gesundheit; Schönheit
2&2	3	10		Massage	... que dar de presente para ele/ela, tenho vale massagem	Werbung; Massage; Gesundheit; Schönheit
2&2	8	33		Reiki	faça Reiki aqui em Viena	Werbung; Reiki; Gesundheit; Schönheit

2&2	15	57		Workshop	Para quem tiver interesse ... Fit & Mindful ... workshop	Werbung; Workshop; Gesundheit; Schönheit
2&3	1	6	Lokal	Brasilianisches Restaurant	... quer matar um pouco das saudades da nossa comida	Werbung; Lokal; brasilianisches Restaurant; brasilianisches Essen
2&2	46	183		Pub	Hey Bands! Wanna play @ FaniaLive?	Werbung; Lokal; Pub
2&4	9	82	Ticketverkauf	Fußball	tenho 2 entradas para o jogo	Werbung; Ticketverkauf; Fußball
1&1	14	33		Rabatt Show	Estou vendendo 2 tickets (show)...	Werbung; Ticketverkauf; Show; Rabatt

9.3. Fragebogen - Deutsch

1. Wie lange wohnen Sie in Österreich? Bitte kreuzen Sie eine der Antwortmöglichkeiten an.

- Niemals
- 1 Monat bis 1 Jahr
- 1 bis 3 Jahre
- 3 bis 5 Jahre
- 5 bis 10 Jahre
- mehr als 10 Jahre

1 Active Filter(s)

Filter EI01/F1

If any of the following options is selected: **1**

Then display the text **FN01** and finish the interview, after the next button was clicked

2. Gehören Sie zu brasilianischen Gruppen in Österreich auf Facebook? Sie können mehr als eine Alternative auswählen.

- Brasileiros em Viena
- Brasileiros felizes em Viena – Áustria
- Brasilianer in Áustria – Brasileiros na Áustria
- Brasileiros que trabalham em Viena – Áustria
- Brasileiros em Graz
- Brasileiros em Tirol
- BrasileirAs na Áustria
- Mães e Pais Brasileiros na Áustria (Österreich)
- Museu Virtual da Gente Brasileira na Áustria
- Cultura Brasileira na Áustria
- Andere (N). Welches / welches?

3. Vor dem Umzug nach Österreich hatten Sie:

Bitte beantworten Sie alle Alternativen.

	niemand					sehr viel
österreichische Freunde in Österreich?						
brasilianische Freunde in Österreich?						
Freunde mit einer anderen Nationalität in Österreich?						
österreichische Verwandte in Österreich?						
brasilianische Verwandte in Österreich?						
Verwandte mit anderer Nationalität in Österreich?						

Beteiligen Sie sich an einem Verein, NGO, politisch Partei oder ähnlichen Organisation in Österreich? Welche?						
--	--	--	--	--	--	--

4. Nennen Sie Ihren Hauptgrund, warum Sie nach Österreich eingewandert sind? Bitte kreuzen Sie eine der Antwortmöglichkeiten an.

- für ein besseres Leben / finanzielle Gründe
- um zu studieren
- aus familiären oder persönlichen Gründen
- weil Verwandte und Freunde in Österreich sind
- weil Sie von der Firma übernommen wurden, in der Sie (oder jemand Ihre Familie) gearbeitet haben
- in Österreich einen neuen Job gefunden
- hatte Familie in Österreich

1 Active Filter(s)
Filter MG03/F1
 If any of the following options is selected: **3, 4, 7**
 Then jump to page **%page%** after the next button was clicked Question #5

5. Was war der Hauptgrund für Ihre Zuwanderung nach Österreich in Bezug auf Ihr Berufsleben?

	unwahrscheinlich					wahrscheinlich
Bessere Berufschancen / Chancen-Strukturen						
Bessere Wirtschaftsstruktur						
Besseres Einkommen						
Erhöhung der Beschäftigungsmöglichkeiten, die für die Karriere gebraucht werden						
Bessere Bildung						

6. Wie sehen Sie Ihre Situation / Möglichkeiten in Österreich?

	Gar nicht					Sehr gut
Zugang zum Arbeitsmarkt						
Zugang zum Gesundheitssystem						
Zugang zur Bildung						
Zugang zu Deutschkursen						
Zugang zum Bildungssystem für Ihre Kindern						
Zugang zur Kultur						
Zugang zu Erweiterungskursen						

Wohnbedingungen
Gehaltsbedingungen

7. Was tun Sie, um sich in die österreichische Gesellschaft zu integrieren? Sie können mehr als eine Alternative auswählen.

- Deutsch lernen
- österreichische Gesetze, Normen und Werte lernen
- österreichische Freunde haben
- an einem Verein wie: Fußball, Chor, Tanz, etc. beteiligen
- gesellschaftliches Ereignis mitmachen
- Arbeiten
- Studien/Studieren
- Nichts
- Andere (N). Welches / welches?

Deutschkenntnisse

8. Wie bewerten Sie Ihre Deutschkenntnisse?

sehr schlecht					sehr gut

9. Bezugnehmend auf die deutsche Sprache:

	auf keinen Fall				auf jeden Fall
Sie können genau kommunizieren, was Sie wollen.					
Sie können (sich) völlig verständlich sein.					
Sie können Briefe oder E-Mails lesen und verstehen.					
Sie können Zeitungen, Zeitschriften, Bücher oder ähnliches lesen und verstehen.					
Sie können TV und Radio sehen bzw. hören und auch verstehen.					
Sie können Briefe oder E-Mails schreiben, wie zum Beispiel: Beschwerden, Entschuldigungen für die Schule, Abmeldungen von Service oder Produkten, usw.					
Sie können komplexe Texte schreiben, wie zum Beispiel: Artikel, Berichte, Referate, usw.					

10. Beurteilen Sie Ihre Schwierigkeiten für folgende Aspekte in Österreich:

	Extreme Schwierigkeit					keine Schwierigkeit
Österreichische Freunde finden						
Transportsystem verwenden und Einkaufen gehen						
Überall auf Deutsch Kommunizieren						
Social Events / Party / Coffeeshops / Imbissstände besuchen						
Ausübung der eigenen Religion						
Mit anderen Personen über sich selbst reden						
Witze und Humor verstehen						
Umgang mit jemanden, der unangenehm / ärgerlich / aggressiv ist						
Sich an das lokale Essen gewöhnen						
Regeln und Vorschriften einhalten						
Umgang mit der österreichischen Bürokratie						
Beziehung zum anderen Geschlechts						
Umgang mit unbefriedigendem Service						
Umgang mit dem Klima						
Umgang mit Leuten, die dich anstarren						
Den lokalen Akzent / die Sprache verstehen						
Das Leben ohne Familienmitglieder in Übersee						
Anpassung an lokale Etikette und zwei Seiten eines interkulturellen Themas sehen können						
Umgang mit Menschen mit höherem Status, älteren Menschen und Menschen mit Autorität						
Akzeptieren / verstehen des lokalen politischen Systems						

11. Bewerten Sie, in welchen Schwierigkeiten die brasilianische Facebook-Gruppe Ihnen geholfen hat:

	Niemals					Sehr oft
Österreichische Freunde finden						
Transportsystem verwenden und Einkaufen gehen						
Überall auf Deutsch kommunizieren						

Social Events / Party / Coffeeshops / Imbissstände besuchen						
Ausübung der eigenen Religion						
Mit anderen Personen über sich selbst reden						
Witze und Humor verstehen						
Umgang mit jemanden, der unangenehm / ärgerlich / aggressiv ist						
Sich an das lokale Essen gewöhnen						
Regeln und Vorschriften einhalten						
Umgang mit der österreichischen Bürokratie						
Beziehung zum anderen Geschlechts						
Umgang mit unbefriedigendem Service						
Umgang mit dem Klima						
Umgang mit Leuten, die dich anstarren						
Den lokalen Akzent / die Sprache verstehen						
Das Leben ohne Familienmitglieder in Übersee						
Anpassung an lokale Etikette und zwei Seiten eines interkulturellen Themas sehen können						
Umgang mit Menschen mit höherem Status, älteren Menschen und Menschen mit Autorität						
Akzeptieren / verstehen des lokalen politischen Systems						

12. In Bezug auf Ihr Leben in Österreich - inwieweit verwenden Sie geschlossene Facebook-Gruppen, um die folgenden Schwierigkeiten zu lösen:

	Niemals					Sehr oft
Österreichische Freunde finden						
Transportsystem verwenden und Einkaufen gehen						
Überall auf Deutsch kommunizieren						
Social Events / Party / Coffeeshops / Imbissstände besuchen						
Ausübung der eigenen Religion						
Mit anderen Personen über sich selbst reden						
Witze und Humor verstehen						
Umgang mit jemanden, der unangenehm / ärgerlich / aggressiv ist						
Sich an das lokale Essen gewöhnen						
Regeln und Vorschriften einhalten						
Umgang mit der österreichischen Bürokratie						
Beziehung zum anderen Geschlechts						
Umgang mit unbefriedigendem Service						
Umgang mit dem Klima						

Umgang mit Leuten, die dich anstarren						
Den lokalen Akzent / die Sprache verstehen						
Das Leben ohne Familienmitglieder in Übersee						
Anpassung an lokale Etikette und zwei Seiten eines interkulturellen Themas sehen können						
Umgang mit Menschen mit höherem Status, älteren Menschen und Menschen mit Autorität						
Akzeptieren / verstehen des lokalen politischen Systems						

13. Wie nutzen Sie Facebook-Gruppen, wenn Sie als MigrantInnen Vorurteile oder eine Haltung gegen Sie als MigrantInnen erlebt haben oder gegen MigrantInnen im Allgemeinen?

- Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen negativen Kommentar abzugeben
- Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen positiven Kommentar abzugeben
- Ich benutze die Facebook-Gruppe, um sarkastisch zu kommentieren, was passiert ist
- Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen witzigen Kommentar zu hinterlassen
- Ich benutze die Facebook-Gruppe nicht.

14. Wie nutzen Sie Facebook-Gruppen, wenn Sie als MigrantInnen gelobt werden oder positives Feedback erhalten?

- Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen negativen Kommentar abzugeben
- Ich benutze die Facebook-Gruppe, um positiv zu kommentieren, was passiert ist
- Ich benutze die Facebook-Gruppe, um sarkastisch zu kommentieren, was passiert ist
- Ich benutze die Facebook-Gruppe, um einen witzigen Kommentar zu hinterlassen
- Ich benutze die Facebook-Gruppe nicht.

15. In Bezug auf die anderen Mitglieder der brasilianischen Facebook-Gruppen, die (Gruppen) Sie auch Mitglieder sind:

Vertraust du den Kommentaren der Mitglieder der Facebook Gruppe (n)?

Bitte beantworten Sie alle Alternativen.

	Sehr unwahrscheinlich	Sehr wahrscheinlich
Wer einen Beitrag veröffentlicht		
Wer kündigt einen Event an		
Wer „share“ Fotos		
Wer „share“ Audio / Musik		
Wer „share“ Filme / Videos		
Wer ist in der Gruppe, um nur zu sehen, ob jemand versucht hat, mit ihm Kontakt aufzunehmen		
Wer sucht einen neuen Freund		
Wer nur die Beiträge liest		

Wer nur Videos / Bilder von anderen Leuten anschaut		
Wer „Event“ ausmacht		
Wer sucht nach Informationen		
Wer liefert Informationen		
Wer schreibt Nachrichten		
Wer diskutiert		
Wer postet ein Thema für eine Diskussion		
Wer leitet die Gruppen		
Wer surft auf Ihrem Profil		
Wer kontaktiert andere Leute		
Wer vertreibt sich nur die Zeit		

16. In Bezug auf die anderen Mitglieder der brasilianischen Facebook-Gruppen, die (Gruppen) Sie auch Mitglieder sind:

Deine Meinung nach: Welche Mitglieder haben Kommentare, Einstellungen oder Beteiligungen, die dazu beitragen, das Leben anderer Mitglieder der Gruppe zu verbessern?

Bitte beantworten Sie alle Alternativen.

	Sehr unwahrscheinlich	Sehr wahrscheinlich
Wer einen Beitrag veröffentlicht		
Wer kündigt einen Event an		
Wer „share“ Fotos		
Wer „share“ Audio / Musik		
Wer „share“ Filme / Videos		
Wer ist in der Gruppe, um nur zu sehen, ob jemand versucht hat, mit ihm Kontakt aufzunehmen		
Wer sucht einen neuen Freund		
Wer nur die Beiträge liest		
Wer nur Videos / Bilder von anderen Leuten anschaut		
Wer „Event“ ausmacht		
Wer sucht nach Informationen		
Wer liefert Informationen		
Wer schreibt Nachrichten		
Wer diskutiert		
Wer postet ein Thema für eine Diskussion		
Wer leitet die Gruppen		
Wer surft auf Ihrem Profil		
Wer kontaktiert andere Leute		
Wer vertreibt sich nur die Zeit		

17. In Bezug auf die anderen Mitglieder der brasilianischen Facebook-Gruppen, die (Gruppen) Sie auch Mitglieder sind:

Ihrer Meinung nach: Wie handeln (wirken) Mitgliedern, die: Boykotte machen, Manifestationen teilnehmen, Petitionen unterschreiben.

Bitte beantworten Sie alle Alternativen.

	Sehr unwahrscheinlich	Sehr wahrscheinlich
Wer einen Beitrag veröffentlicht		
Wer kündigt einen Event an		
Wer „share“ Fotos		
Wer „share“ Audio / Musik		
Wer „share“ Filme / Videos		
Wer ist in der Gruppe, um nur zu sehen, ob jemand versucht hat, mit ihm Kontakt aufzunehmen		
Wer sucht einen neuen Freund		
Wer nur die Beiträge liest		
Wer nur Videos / Bilder von anderen Leuten anschaut		
Wer „Event“ ausmacht		
Wer sucht nach Informationen		
Wer liefert Informationen		
Wer schreibt Nachrichten		
Wer diskutiert		
Wer postet ein Thema für eine Diskussion		
Wer leitet die Gruppen		
Wer surft auf Ihrem Profil		
Wer kontaktiert andere Leute		
Wer vertreibt sich nur die Zeit		

18. Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.

Bitte kreuzen Sie eine der Antwortmöglichkeiten an.

- weiblich
 männlich
 anderes

19. Bitte geben Sie Ihr Alter in Jahren an.

20. Was ist Ihr bisher höchster schulischer Abschluss?

Bitte kreuzen Sie eine der Antwortmöglichkeiten an.

- Hauptschule
 Berufsschule
 Matura / Abitur
 Hochschule / Universität / FH (Bachelor, Master, Doktorat)

- Keine der genannten
- Sonstige

21. Was machen Sie derzeit beruflich? (mehrere Antworten möglich)

Bitte kreuzen Sie eine der Antwortmöglichkeiten an.

- Arbeiter/in
- Angestellte/r
- Beamter /r
- Selbstständig
- Erwerbslos
- Student/in
- Schüler/in
- PensionistInnen
- In Haushalt
- Sonstiges

22. Was ist Ihr Familienstand?

Bitte kreuzen Sie eine der Antwortmöglichkeiten an.

- Ledig
- Verheiratet
- Geschieden
- Verwitwet
- Sonstiges

Wenn Sie an dem Geschenkgutscheinen Wettbewerb teilnehmen möchten, hinterlassen Sie Ihre E-Mail. Der Fragebogen bleibt ANONYMOUS, auch wenn Sie hier Ihre E-Mail hinterlassen.

9.4. Fragebogen - Portugisisch

“Migração, Facebook e Integração”

Caro participante,

Para concluir meu mestrado em Ciências da Comunicação na Universidade de Viena, estou realizando uma pesquisa sobre "Migração, Facebook e Integração".

A pesquisa demora no máximo 10 minutos e os resultados obtidos serão utilizados apenas para fins acadêmicos.

O questionário é anônimo. Não existem respostas certas ou erradas. Você deverá responder às perguntas de forma espontânea e sincera.

Sua participação é voluntária. A qualquer momento você poderá cancelar sua participação sem incorrer em nenhuma desvantagem para você.

Como agradecimento pela participação, será sorteado entre os participantes que completarem a pesquisa, um Vale presente da amazon.de no valor de 25 Euros.

Muito obrigado pela sua colaboração e seu apoio.

1. Quanto tempo você mora na Áustria?

- Nunca morei na Áustria
- menos de 1 ano
- 1 a 3 anos
- 3 a 5 anos
- 5 a 10 anos
- mais de 10 anos

1 Active Filter(s)

Filter E101/F1

If any of the following options is selected: **1**

Then display the text **FN01** and finish the interview, after the next button was clicked

2. Você faz parte de quais grupos de Brasileiros na Áustria no Facebook? Você pode escolher mais de uma alternativa.

- Brasileiros em Viena
- Brasileiros felizes em Viena – Áustria
- Brazilianer in Áustria – Brasileiros na Áustria
- Brasileiros que trabalham em Viena – Áustria
- Brasileiros em Graz
- Brasileiros em Tirol
- BrasileirAs na Áustria
- Mães e Pais Brasileiros na Áustria (Österreich)
- Museu Virtual da Gente Brasileira na Áustria
- Cultura Brasileira na Áustria
- Outro(s). Qual / Quais? _____

3. Antes de se mudar para a Áustria, você: Por favor responda todas as alternativas.

6. Em relação à sua vida profissional, quais foram os motivos da sua imigração para a Áustria? Por favor responda todas as alternativas.

	Péssima / Nenhuma					Excelente
Acesso ao mercado de trabalho						
Acesso ao sistema de saúde						
Acesso à educação						
Acesso a cursos de alemão						
Acesso ao sistema educacional para seus filhos						
Acesso à cultura						
Acesso a cursos de extensão						
Condições de habitação						
Condições salariais						

7. O que você faz para se integrar à sociedade austríaca? Você pode escolher mais de uma alternativa.

- Aprende alemão
- Aprende as leis, normas e valores austríacos
- Tem amigos austríacos
- Participa de alguma associação, “Verein” como: futebol, coro, dança, etc.
- Participa de eventos sociais
- Trabalha
- Estuda
- Nada
- Outro(s). Qual / Quais? _____

	Péssima					Excelente
8. Como você avalia suas habilidades na língua alemã?						

9. A respeito da à língua alemã:

	De jeito nenhum					Perfeitament e
Você consegue comunicar exatamente o que você quer.						
Você consegue se fazer completamente compreensível						
Você consegue ler e entender cartas ou e-mails.						

Você consegue ler e entender jornais, revistas, livros ou similares.						
Você consegue assistir TV e ouvir rádio e entender o que está se passando						
Você consegue escrever cartas ou e-mails, tais como: Reclamações, desculpas para escola, cancelamento de serviços ou produtos, etc.						
Você consegue escrever textos complexos, como: artigos, relatórios, atas, boletins, etc.						

10. Avalie suas dificuldades para os seguintes aspectos, na Áustria:

	Dificuldade extrema					Facilidade extrema
Fazer amigos austríacos						
Usar o sistema de transporte e fazer compras						
Comunicar-se em alemão em qualquer lugar como: trabalho, escola, universidade, lojas, escritórios, médicos, etc.						
Frequentar eventos sociais / festa / cafés / "Imbissstände"						
Praticar sua religião						
Falar sobre você com as outras pessoas						
Entender as piadas e humor local						
Lidar com alguém que é desconfortável / irritante / agressivo						
Estar acostumado com a comida local / encontrar o tipo de comida que gosta						
Cumprir as regras e regulamentos locais						
Lidar com a burocracia local						
Relacionar-se com pessoas do(s) sexo(s) oposto(s)						
Lidar com serviço insatisfatório						
Lidar com o clima						
Lidar com pessoas que olham para você de forma diferente						

Entender o sotaque / idioma local						
Lidar com a realidade de viver no exterior e ter a família longe						
Adaptar-se à etiqueta local e conseguir ver os dois lados de um problema intercultural						
Lidar com pessoas de status superior, idosos, pessoas com autoridade, companheiros de trabalho ou da universidade que sejam estrangeiros, etc.						
Aceitar / entender o sistema político local						

11. Avalie em quais dificuldades o(s) grupo(s) de Brasileiros do Facebook ajudou você:

	Nunca				Sempre
Fazer amigos austríacos					
Usar o sistema de transporte e fazer compras					
Comunicar-se em alemão em qualquer lugar como: trabalho, escola, universidade, lojas, escritórios, médicos, etc.					
Frequentar eventos sociais / festa / cafés / "Imbissstände"					
Praticar sua religião					
Falar sobre você com as outras pessoas					
Entender as piadas e humor local					
Lidar com alguém que é desconfortável / irritante / agressivo					
Estar acostumado com a comida local / encontrar o tipo de comida que gosta					
Cumprir as regras e regulamentos locais					
Lidar com a burocracia local					
Relacionar-se com pessoas do(s) sexo(s) oposto(s)					
Lidar com serviço insatisfatório					
Lidar com o clima					
Lidar com pessoas que olham para você de forma diferente					
Entender o sotaque / idioma local					
Lidar com a realidade de viver no exterior e ter a família longe					

Adaptar-se à etiqueta local e conseguir ver os dois lados de um problema intercultural						
Lidar com pessoas de status superior, idosos, pessoas com autoridade, companheiros de trabalho ou da universidade que sejam estrangeiros, etc.						
Aceitar / entender o sistema político local						

12. Em que medida você usa grupos fechados do Facebook para resolver as seguintes dificuldades em relação à sua vida na Áustria:

	Nunca					Sempre
Fazer amigos austríacos						
Usar o sistema de transporte e fazer compras						
Comunicar-se em alemão em qualquer lugar como: trabalho, escola, universidade, lojas, escritórios, médicos, etc.						
Frequentar eventos sociais / festa / cafés / "Imbissstände"						
Praticar sua religião						
Falar sobre você com as outras pessoas						
Entender as piadas e humor local						
Lidar com alguém que é desconfortável / irritante / agressivo						
Estar acostumado com a comida local / encontrar o tipo de comida que gosta						
Cumprir as regras e regulamentos locais						
Lidar com a burocracia local						
Relacionar-se com pessoas do(s) sexo(s) oposto(s)						
Lidar com serviço insatisfatório						
Lidar com o clima						
Lidar com pessoas que olham para você de forma diferente						
Entender o sotaque / idioma local						
Lidar com a realidade de viver no exterior e ter a família longe						
Adaptar-se à etiqueta local e conseguir ver os dois lados de um problema intercultural						
Lidar com pessoas de status superior, idosos, pessoas com autoridade, companheiros de trabalho ou da universidade que sejam estrangeiros, etc.						

Aceitar / entender o sistema político local						
---	--	--	--	--	--	--

13. Como você usa os grupos de Brasileiros do Facebook ao experimentar uma atitude preconceituosa / preconceito em relação a você como imigrante ou contra imigrantes em geral?

<input type="checkbox"/>	Eu uso o(s) grupo(s) de Brasileiros do Facebook para deixar um comentário negativo sobre o que aconteceu
<input type="checkbox"/>	Eu uso o(s) grupo(s) de Brasileiros do Facebook para deixar um comentário positivo sobre o que aconteceu
<input type="checkbox"/>	Eu uso o(s) grupo(s) de Brasileiros do Facebook para comentar sarcasticamente sobre o que aconteceu
<input type="checkbox"/>	Eu uso o(s) grupo(s) de Brasileiros do Facebook para deixar um comentário engraçado sobre o que aconteceu
<input type="checkbox"/>	Eu não uso o(s) grupo(s) do Facebook.

14. Como você usa grupos do Facebook quando é elogiado como imigrante ou recebe feedback positivo?

<input type="checkbox"/>	Eu uso o(s) grupo(s) de Brasileiros do Facebook para deixar um comentário negativo sobre o que aconteceu
<input type="checkbox"/>	Eu uso o(s) grupo(s) de Brasileiros do Facebook para deixar um comentário positivo sobre o que aconteceu
<input type="checkbox"/>	Eu uso o(s) grupo(s) de Brasileiros do Facebook para comentar sarcasticamente sobre o que aconteceu
<input type="checkbox"/>	Eu uso o(s) grupo(s) de Brasileiros do Facebook para deixar um comentário engraçado sobre o que aconteceu
<input type="checkbox"/>	Eu não uso o(s) grupo(s) do Facebook.

15. Em relação aos membros dos grupos de Brasileiros do Facebook que você faz parte:

Você confia nos comentários de quais membros do(s) grupo(s) de Brasileiros do Facebook? Por favor responda todas as alternativas.

	Muito Improvável	Muito Provavelmente
Aqueles que escrevem uma contribuição		
Aqueles que anunciam um evento		
Aqueles que postam ou compartilham fotos		
Aqueles que postam ou compartilham áudio / música		
Aqueles que postam ou compartilha filmes / vídeos		
Aqueles que estão no grupo só para ver se alguém tentou entrar em contato com eles		
Aqueles que estão procurando novos amigos		
Aqueles que apenas leem as postagens		

Aqueles que apenas assistem vídeos / fotos de outras pessoas		
Aqueles que programam eventos		
Aqueles que procuram informações		
Aqueles que fornecem informações		
Aqueles que escrevem mensagens		
Aqueles que discutem		
Aqueles que publicam um tópico para discussão		
Aqueles que administram os grupos		
Aqueles que navegam no seu perfil		
Aqueles que entram em contato com outras pessoas		
Aqueles que estão lá só para passar o tempo		

16. Em relação aos membros dos grupos de Brasileiros do Facebook que você faz parte:

Na sua opinião quais membros têm comentários, atitudes ou participação que contribuem para melhorar a vida dos demais membros do grupo? Por favor responda todas as alternativas.

	Muito Improvável	Muito Provavelmente
Aqueles que escrevem uma contribuição		
Aqueles que anunciam um evento		
Aqueles que postam ou compartilham fotos		
Aqueles que postam ou compartilham áudio / música		
Aqueles que postam ou compartilham filmes / vídeos		
Aqueles que estão no grupo só para ver se alguém tentou entrar em contato com eles		
Aqueles que estão procurando novos amigos		
Aqueles que apenas leem as postagens		
Aqueles que apenas assistem vídeos / fotos de outras pessoas		
Aqueles que programam eventos		
Aqueles que procuram informações		
Aqueles que fornecem informações		
Aqueles que escrevem mensagens		
Aqueles que discutem		
Aqueles que publicam um tópico para discussão		
Aqueles que administram os grupos		
Aqueles que navegam no seu perfil		

Aqueles que entram em contato com outras pessoas		
Aqueles que estão lá só para passar o tempo		

17. Em relação aos membros dos grupos de Brasileiros do Facebook que você faz parte:

Na sua opinião como atuam e / ou agem os membros que participam, pró ou contra, de manifestações, boicotes, assinatura de petições? Por favor responda todas as alternativas.

	Muito Improvável	Muito Provavelmente
Aqueles que escrevem uma contribuição		
Aqueles que anunciam um evento		
Aqueles que postam ou compartilham fotos		
Aqueles que postam ou compartilham áudio / música		
Aqueles que postam ou compartilha filmes / vídeos		
Aqueles que estão no grupo só para ver se alguém tentou entrar em contato com eles		
Aqueles que estão procurando novos amigos		
Aqueles que apenas leem as postagens		
Aqueles que apenas assistem vídeos / fotos de outras pessoas		
Aqueles que programam eventos		
Aqueles que procuram informações		
Aqueles que fornecem informações		
Aqueles que escrevem mensagens		
Aqueles que discutem		
Aqueles que publicam um tópico para discussão		
Aqueles que administram os grupos		
Aqueles que navegam no seu perfil		
Aqueles que entram em contato com outras pessoas		
Aqueles que estão lá só para passar o tempo		

18. Por favor digite seu gênero.

- Feminino
 Masculino
 Outro

19. Quantos anos voce tem?

20. Qual o seu nível de instrução?

<input type="checkbox"/>	ensino fundamental (antigo primário e Ginásio)
<input type="checkbox"/>	curso profissionalizante
<input type="checkbox"/>	ensino médio (antigo colegial)
<input type="checkbox"/>	ensino superior (bacharelado, licenciatura, mestrado e/ou doutorado)
<input type="checkbox"/>	não sei informar
<input type="checkbox"/>	Outro. Qual?

21. Qual é a sua atual ocupação?

<input type="checkbox"/>	Operário
<input type="checkbox"/>	Funcionário administrativo
<input type="checkbox"/>	Funcionário Público
<input type="checkbox"/>	Trabalhador autônomo
<input type="checkbox"/>	Desempregado
<input type="checkbox"/>	Universitário
<input type="checkbox"/>	Estudante
<input type="checkbox"/>	Pensionista
<input type="checkbox"/>	Do lar
<input type="checkbox"/>	Outra. Qual?

22. Qual é o seu estado civil?

<input type="checkbox"/>	Solteiro
<input type="checkbox"/>	Casado
<input type="checkbox"/>	Divorciado
<input type="checkbox"/>	Viúva
<input type="checkbox"/>	Outro. Qual? _____

Caso queira participar do concurso do vale presente, por favor deixe seu e-mail.
A pesquisa continua ANÔNIMA, mesmo que você deixe aqui seu e-mail.

<input type="text"/>

Obrigado pela sua participação!

Todas as informações coletadas nesta pesquisa são estritamente confidenciais.
Seus dados são obviamente anônimos.

Muito Obrigado!

9.5. Word Cloud

wien dienstanbieter
werbung brasilianische profi
unterhaltung immigration kaufen tipps
empfehlung brasilien gesundheit musik
event informationen brasilianisches vernetzung
österreich dokumente essen exotic lebensmittel
supermarkt arzt nachrichten restaurant unterkunft gemüse
obst visum kinder miete spenden tanz finanzien rechtshilfe suche buch
fußball jobsuche käse portugiesisch reise schönheit sport unterschied
brasilianer firma kultur öffentliche party show sprechen studium verkehrsmittel
wünsche anbieten anwalt arbeit auswandern couve deutsch fleisch frisör geben geld
gesetz kekse künstler maniküre non-food-produkte portugiesische religiöse verlassen
wohnung aggression alternativen anerkennung anmeldung band beantragen beschwerde
brasilianischer capoeira der dokumentation e-card einsamkeitsgefühl eintragen emotionale
experte facebook-seite feijão festival forró gebrauchte-sachen girokonto
gruppenregel informationen hilfe immatrikulation job kindergartenassistentin kontaktieren
konzert krankensversicherung lebensmittelprodukte lokal mpb musikabend musiker neujahr
oper österreichischer österreichische pub putzfrau samba schwierigkeiten spielen sprache
sprachlehrerin staatsbürgerschaft studentenwohnung suchen ticketverkauf übersetzung
umfrage umwelt unterstützung verlängern video visumantrag weihnachten workshop zimmer
4g açai administratoren allein alte anerkennungsprozess announcement anpassung ansehen anzeige
apostille arbeiten arbeitsmarkt arbeitswechsel artnight aufenthaltsbewilligung aufenthaltskarte
augenarzt augenbrauen-designer ausländer auto automarke babysitter bachblütentherapie
bachelorarbeit bank bearbeitungszeit befruchtung beglaubigte beratung bestellung bezirk bild
blindenführer bolacha botschaft brasilianische brille buchhalter bus cachaça candomblé cargotransport
catupiri caxinguelê comics computertechniker congelada danksagung designerin deutscher
deutsch-kurs deutsch-kurs-skype deutschlehrerin dog-sitter doktorarbeit dollar dolmetscher domino
dringend ehepartner eigenproduktion einladung eintrage elegant english ernährungsberaterin
ernährungscoach essverbot euro exit explosion fahrscheinkontrolle familie feminismus festtage
flohmarkt flöte flügen flughafen flugticket fondgebundenen foto fotolabor frauen frauenarzt frohe
fubá führerschein für gala gastronomie gearbeitet geld-überweisen geld-umtauschen gender
gerichtliche gesalzener geschichte gestohlener gibskarton gis gitarre gitarrenlehrerin graphik
gruppenbewertung gruppenregeln gruppentreffen gute-qualität haager haar haare habsburg handy
haushalthilfe haushaltsgerät-reparatur haustiere heirat hno hotel huhn hundschiule immobilien
impfung in investition italienische jahrestreffen jugendfreund kabeljau kardiologe karneval karriere
keine kinderarzt kinderbuch kinderfestival kinderfreundlich kinderkleidung kindern kinderwagen
kirche kleiderschrank klinik kochbuch kochen koffer kombucha konditorin konferenz kontrabass
körperliche körperpflegeprodukte krampus kulturfestival kulturschock kündigung künstliche kurs
lebenshaltungskosten lebensversicherung lehrer lertipps lesen löffel lymphdrainage make makeup
maracatu maria marketing massage mautgebühren mehr-liebe-bitte messe mit mitglieder mma
möbel möbelmontage museum musik-cd musikinstrument nach neuen neujahrswunsch newsletter
nie nord of onlineshop pappteller partyartikel pass pensionierter personal-trainer personensuche
photoshop planned politik pop portugiesischs präsentation privat private probe produktbeschwerde
rabatt reiki reinigung reisebüro reiseversicherungsberater reparatur requeijão residency rock rpg
rückschlag rwr sängerin säuglinge schlechte schneebericht schönen schönes schule schützen
schweizer sehenswürdigkeiten seife serviette shampoo sicher-dokumententransport sicherheitsnetz
sicher-pakettransport silvester-party ski souvenir spiele spinning spontanes steuerberater steuern

9.6. Abstract - Deutsch

Diese Arbeit hat sich zum Ziel gesetzt herauszufinden, welchen Nutzen die Mitglieder von zwei brasilianischen, geschlossenen Facebook-Gruppen in Österreich haben, um die Integration besser zu schaffen. Anhand eines Mixed-Methods-Forschungs-Design, bei dem die qualitativen und quantitativen Methoden kombiniert wurden, wurden die aufgestellten Forschungsfragen beantwortet. Für den qualitativen Sozialforschung-Teil wurden 453 Aktivitäten (Beiträge) von Facebook-Gruppen von BrasilianerInnen, die in Österreich leben, analysiert, kategorisiert und nach Art der Informationen und Partizipation klassifiziert.

Im quantitativen Forschungsteil wurden die Daten mittels der Verteilung eines Online-Fragebogens über die Facebook-Gruppen von BrasilianerInnen, die in Österreich leben, erhoben und die Auswertung dieser fand mithilfe von SPSS Statistics statt.

Die vorliegende Arbeit liefert einen Überblick wie brasilianische MigrantInnen in Österreich geschlossene Facebook-Gruppen nutzen und daran teilnehmen. Als Ergebnis der Umfrage fanden wir interessante Informationen, wie z.B. den Unterschied zwischen Integrationswahrnehmungen bei Gruppemitgliedern, die arbeiten oder studieren und jenen, die sich nicht dieser Art von Aktivitäten widmen.

Schlüsselwörter: Österreich, Brasilien, MigrantInnen, Facebook, Integration

9.7. Abstract - English

This study analyses the member activities of two closed Facebook groups with the objective to find out which are the benefits they provide to Brazilians for a better integration in Austria.

Based on a mixed-methods research design in which the qualitative and quantitative approaches were combined, the research questions were answered. For the qualitative social research section, 453 activities (contributions) from Facebook groups from Brazilians living in Austria were analyzed, categorized and classified according to the type of information and participation.

In the quantitative part of the research, data were collected by distributing an online questionnaire on these Facebook groups, and the evaluation was done using SPSS Statistics.

The present work provides an overview of how Brazilian migrants in Austria use and participate in these closed Facebook groups. As a result of the survey, we found interesting information, such as the difference between integration perceptions among group members who work or study and those who do not engage in this type of activity.

Keywords: Austria, Brazil, migrants, Facebook, integration