



Von der digitalen zur interkulturellen Revolution? (DIR)

Organisation

Institut für Interkulturelle
Kommunikation
Romanische Sprachwis-
senschaft
Prof. Dr. Ursula Reutner

Kontakt

dir@inkup.uni-passau.de

Info

[http://www.ink-up.
uni-passau.de](http://www.ink-up.uni-passau.de)

Wissenschaftliches Komitee

Christoph Barmeyer (Passau)
Klaus Dirscherl (Passau)
Alois Moosmüller (München)

weitere Personen sind angefragt

Frist für einzureichende Vorschläge

31. Oktober 2010

Begutachtung des Komitees

15. November 2010

Beginn

7. Juli 2011, abends

Ende

9. Juli 2011, mittags

Die digitale Revolution hat unser aller Leben in kürzester Zeit verwandelt. In nur vier Jahrzehnten, die zwischen der ersten E-Mail und der Generation Facebook liegen, wurde der tägliche Zugriff auf Informationen ungeahnten Ausmaßes vom heimischen Computer ermöglicht und weltweiter, sekundenschneller Datenaustausch zur Realität. Größere Aufstände oder Unglücke werden über YouTube und Twitter umgehend in die Welt getragen und damit gleichzeitig Diskussionsgegenstand einer Weltgemeinschaft. Erfolgte der Kulturkontakt in einer durch konkrete Räumlichkeit gekennzeichneten Gesellschaft noch zeitverzögert durch Briefe oder kostenintensiv durch Telefonate und Reisen, so ist der Wechsel von einem Kulturraum zum anderen heute durch eine beispiellose Leichtigkeit gekennzeichnet, die crossmediale Nutzungskonzepte nur noch begünstigen. Doch wie sehr wird das interkulturelle digitale Kommunikationspotential bislang ausgeschöpft?

Nicht nur aufgrund von Sprachbarrieren oder des landesspezifischen Zuschnitts der Angebote von Internetdienstleistern verharren viele Benutzer auch in der digitalen Welt primär in dem von der eigenen Kultur geprägten Raum. Für andere ist es wiederum wünschenswert oder gar notwendig, jenseits der eigenen Grenzen Kulturerfahrungen zu machen. Welchen Einfluss hat eine solche Grenzüberschreitung auf die tradierten Verhaltensweisen?

Werden kulturgeprägte Verhaltensmuster auch in den neuen Medien beibehalten, so ist zu überlegen, inwieweit sich die Nutzer des gemeinsamen Raums der Unterschiede bewusst sind und potentiellen Konflikten mit entsprechender Toleranz begegnen. Kommt es hingegen zur Homogenisierung ehemals kulturspezifischer Handlungsmuster, so stellt sich die Frage, ob sie durch Anpassung an eine dominante Leitkultur oder durch Verschmelzung unterschiedlicher Kulturen erfolgt. Und wenn sich im „dritten Raum“ Internet tatsächlich eine ganz neue Kultur ausbildet, welche Rückwirkungen hat diese auf den nicht-virtuellen Alltag und die interkulturelle Kommunikation im konkreten Raum?

Diese Fragen sollen aus ethnologischer, medien-, sprach- und kulturwissenschaftlicher Sicht beleuchtet werden und von unterschiedlichen Kommunikationsformen ausgehen: E-Mail, Chat, Diskussionsforen, SMS, Blogs und Mikrobloggingdiensten wie Twitter, digitalen Zeitungen und Zeitschriften, Online-Lexika wie Wikipedia, Videoplattformen wie YouTube, Online-Werbung, sozialen Netzwerken wie Facebook oder MySpace, Portalen von Internetauktionshäusern wie ebay, Partnerbörsen oder Reisevermittlungsagenturen (inklusive Kommentaren zur Hotelbewertung), Online-Versionen von Kochbüchern oder Wegbeschreibungen, Internetauftritten von Einzelpersonen, Unternehmen und Organisationen. Dabei geht es einerseits darum, ein Bewusstsein für die Standardisierung und kulturspezifische Diversifikation einzelner Kommunikationsformen zu erarbeiten, und andererseits darum, Veränderungen sowie die zielgruppenspezifische Anpassung der Diskurskonventionen zu beschreiben. Als Anregung mag eine Auswahl möglicher Fragestellungen dienen:

- Welchen Einfluss hat die digitale Revolution auf die Interkulturalität des Menschen?
- Was unterscheidet interkulturelle Kommunikation im virtuellen Raum von Interkulturalität in der realen Welt?
- Wie unterscheidet sich die Nutzung bestimmter Formate in den einzelnen Kulturräumen?
- Welches Konfliktpotential birgt die interkulturelle Kommunikation im gemeinsamen virtuellen Raum?
- Was müssen Marketing-Experten bei der Übertragung eines erfolgreichen Werbemodells in neue Kulturräume der digitalen Welt beachten?
- Inwieweit ist die Netiquette an nationale Höflichkeitskonventionen angepasst?
- Wie unterscheiden sich die Internet-Auftritte einzelner Regierungen, vergleichbarer landestypischer Organisationen (z.B. Botschaften) oder Unternehmen (z.B. Versicherungsunternehmen, Banken, Versorger) voneinander?
- Was kennzeichnet E-Mails, Chat-Beiträge und SMS unterschiedlicher Sprachkulturen?
- Was differenziert den Online-Auftritt von Zeitungen einzelner Kulturräume textlinguistisch und inhaltlich?
- Welche interkulturellen Herausforderungen stellen sich für den in Online-Fachzeitschriften oder Diskussionsforen digital kommunizierenden Wissenschaftler?

Für das Kolloquium sind Vorträge von 30 Minuten (20 Min. Vortrag + 10 Min. Diskussion) und eine Postersession geplant. Bitte senden Sie bei Interesse bis zum 31. Oktober 2010 ein Resümee (etwa 400 Wörter) an dir@inkup.uni-passau.de. Über die Annahme für einen Vortrag oder ein Poster werden Sie bis zum 15. November informiert.

Aus dem Kolloquium soll eine gehaltvolle wie ansprechende Publikation entstehen, in der die vom wissenschaftlichen Komitee akzeptierten Beiträge erscheinen werden.