

## Von der digitalen zur interkulturellen Revolution?

*Ursula Reutner*

### *1. Hintergrund*

Die digitale Revolution hat unser aller Leben in kürzester Zeit verwandelt. In nur vier Jahrzehnten, die zwischen der ersten E-Mail und einer zwitschernden Generation Gesichtsbuch liegen, wurde der tägliche Zugriff auf Informationen ungeahnten Ausmaßes vom heimischen Computer aus ermöglicht und weltweiter, sekundenschneller Datenaustausch zur Realität. Größere Aufstände oder Unglücke werden über Videoportale und Microbloggingdienste 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 einer Region zur 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 manche Benutzer selbst in der digitalen Welt primär in den von der eigenen Kultur geprägten Räumen. Manchen fehlt auch einfach nur die Motivation oder ein Anlass, um die mögliche Reise in die Fremde anzugehen. Für andere ist es wiederum wünschenswert oder gar notwendig, jenseits der eigenen Grenzen Kulturerfahrungen zu machen. Welchen Einfluss hat eine solche virtuelle Grenzüberschreitung auf die tradierten Verhaltensweisen?

Werden kulturgeprägte Handlungsmuster 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 Normen, so stellt sich die Frage, ob sie durch Anpassung an eine dominante Leitkultur oder durch Verschmelzung unterschiedlicher Kulturen erfolgt. Und wenn sich im Internet tatsächlich eine ganz neue Kultur ausbilden sollte, welche Rückwirkungen hat diese auf den nicht-virtuellen Alltag und die interkulturelle Kommunikation im konkreten Raum?

## 1.1 Kulturräume, Multikollektivität, Transkulturalität und dritter Raum

Vor der Betrachtung dieser Fragen sind zunächst einige Grundbegriffe der interkulturellen Kommunikation zu klären, die im interdisziplinären Kontakt immer wieder Schwierigkeiten aufwerfen. Denken wir nur an den Begriff der Kultur selbst, der bekanntermaßen unzählige Interpretationen kennt. Im Anschluss an Hofstede (u.a. 2001, 1ff.), der ihn als eine »kollektive Programmierung des Geistes« erklärt, die die Mitglieder einer Gruppe kennzeichnet, umfasst er in den Beiträgen dieses Bandes gruppenspezifische Praktiken und Denkweisen. Eine Gruppe kann prinzipiell nach zeitlichen (diachronischen), räumlichen (diatopischen) oder gesellschaftlichen (diastatischen) Kriterien konstituiert sein. Neben der sozialen Stellung des Einzelnen innerhalb der Gemeinschaft umfassen Letztere viele weitere Faktoren, wie etwa seine Interessen, Tätigkeiten, Weltanschauung, sexuelle Orientierung, sein Alter oder Geschlecht. Unser Schwerpunkt liegt auf der Diatopik und damit auf Gruppen, die zumindest ihrem Ursprung nach über einen gemeinsamen geographischen Raum definiert sind. Nicht ausgeschlossen sind damit Gruppen, die im Laufe der Zeit durch historische Ereignisse räumlich gespalten werden oder durch Migrationsbewegungen auch ohne Bindung an den aktuellen Aufenthaltsort ihrer Mitglieder fortbestehen. Um den definitorischen Aspekt der territorialisierten oder auch entterritorialisierten Räumlichkeit zu unterstreichen, bietet sich der Begriff des Kulturraums an. Dieser ist im Folgenden denn auch ganz konkret geographisch verortet und nicht – wie etwa in der Kulturraumtheorie der computervermittelten Kommunikation (vgl. resümierend Döring 1999, 236–239) – auf bestimmte Teilnehmerpopulationen einzelner digitaler Kommunikationsnetze bezogen.

Die Auswirkungen der Zugehörigkeit zu einem geographisch definierten Kulturraum auf die Art der Nutzung des digitalen Raums sind in ihrem Ausmaß zu diskutieren. Ihre prinzipielle Relevanz aber ist offenkundig (vgl. u.a. Halavais 2000, Kissau 2010, Haberer/Vatter Hg. 2011). In einem Datenmeer, das mit unterschiedlichen »Wasserfahrzeugen« befahren wird, sind Handlungsnormen beispielsweise davon geprägt, mit welchem Gefährt wer seit wann unterwegs ist. Dass der Zugang der westlichen Bevölkerung zu dieser neuen Welt zunächst über den Personal Computer erfolgte, ist mitverantwortlich dafür, dass sie diese anders ausgestaltet als beispielsweise Japaner, die das Internet über mobile Kleingeräte kennengelernt haben. Dass Schriftzeichen zwar mühsamer digital einzugeben sind als Alphabetschriften, dafür aber vergleichsweise wenig Bildschirmplatz beanspruchen, beeinflusst den chinesischen Umgang mit dem Mobiltelefon ebenso wie der bereits früh etablierte Breitbandzugang in Korea die digitalen Handlungsnormen der Koreaner.

Doch nicht nur solch technische Unterschiede erklären die kulturspezifische Ausgestaltung des digitalen Raums. Auch kulturprägte Verhaltensweisen spielen eine Rolle. Etablierte Kulturdimensionen wie der unterschiedliche Grad des Kontextbe-

zugs, ein anderes Zeitverhalten oder eine divergierende Raumorientierung (Hall 1966/76, Hall/Hall 1990) sind in der virtuellen Welt ebenso beobachtbar wie Hofstedes Kategorien, die soziale Beziehungen nach der jeweiligen Ausprägung der Hierarchieorientierung einzuordnen erlauben, nach dem Grad des Individualismus, der Unsicherheitsvermeidung, der Langfristorientierung und der Maskulinität, worunter neben der Geschlechterrollenunterscheidung v.a. die materielle Leistungsorientierung fällt (u.a. Hofstede 2001, Hofstede u.a. 2010).

Nun wird das Verhalten des Menschen aber nicht nur durch seine regionale Sozialisation beeinflusst, sondern mindestens ebenso durch seine Zugehörigkeit zu den aus unserem primären Erkenntnisinteresse ausgeschlossenen diastratisch konstituierten Gruppen. Hansen spricht dann von der Multikollektivität des Individuums als »Gegenmittel der Polykollektivität der Nation«, denn sie »setzt einerseits Polykollektivität voraus, sonst hätte das Individuum keine Auswahl, dämpft andererseits aber ihre atomisierende Tendenz« (2009, 12). Mit dem Konzept der Transkulturalität (Welsch 1992/1999) werden kulturelle Übereinstimmungen jenseits regionaler Zusammengehörigkeiten betont. Die räumliche Gruppenkonstellation weicht hier der sozialen. Ein Studierender aus Martinique mag sich aus dieser Perspektive einem anderen Studierenden aus Spanien in mancherlei Hinsicht stärker verbunden fühlen als einem martinikanischen Fabrikarbeiter, obwohl er mit diesem ein und denselben regionalen Kulturraum teilt (Reutner 2005). Ebenso stellen wir kulturraumüberschreitende Ähnlichkeiten zwischen einem britischen und einem französischen Wikipedianer fest. Multikollektive Zugehörigkeiten erweisen sich damit auch als Gegenmittel der globalen Polykollektivität.

Durch Grenzziehung geschützte Kulturräume verlieren in Europa und der gesamten sich globalisierenden Welt zudem zunehmend an Bedeutung (vgl. u.a. Breidenbach/Zukrigl 2000, 36, Knapp-Potthoff 1997, 186f.). Der Charakter des Hybriden ist allenthalben sicht- und spürbar, die Interdependenz der jeweiligen Kulturen teilweise stärker als ihre Eigenständigkeit und Authentizität. Diese generell zu beobachtende kulturelle Hybridisierung wird durch die Kommunikationsarten, die das Internet ermöglicht, nur noch gefördert. Und gleichzeitig stellt z.B. Schachtner auf der Basis ihrer Analyse zweier interkultureller Online-Netzwerke fest: »Digitale Netzwerke bieten eine Architektur, die die Entstehung transkultureller Räume begünstigt, aber nicht zwangsläufig hervorbringt« (2010, 70), und Wagner schlussfolgert: »Die prinzipielle Verfügbarkeit von Angeboten aus allen Ländern der Welt führt somit nicht zwangsläufig zu erfolgreichen Sprach- und Kulturkontakten« (2010, 11).

Die »kulturelle Melange« (u.a. Beck 2004, 10), die zwischen einander fremden Kulturen in ihrer Begegnung entstehen kann, charakterisiert auch jenen Bereich, in dem tradierte Kulturnormen zeitweise suspendiert werden und eine größere Offenheit und Toleranz für fremde Qualitäten gegeben ist. Nach Bhabha (1994) sprechen viele Autoren hier von einem dritten Raum (u.a. Ika/Wagner Hg. 2009), den unterschied-

liche Kulturen bei der Kontaktaufnahme betreten und der trotz oder gerade wegen seiner Normlabilität offen für die Agglutination neuer Elemente ist. Im dritten Raum ist weder Kultur A noch Kultur B zu Hause. Der dritte Raum C entsteht allein durch die Zusammenkunft und hat vermittelnden Charakter, wie Drittes mit seiner Lenker-, Verteiler-, Schlichter- oder Dolmetscherfunktion des Öfteren (Waldenfels 2006, 127). Die Vertreter der interagierenden Kulturen sind sich dessen bewusst und somit offen für eine erfolgreiche Verbindung des Fremden mit dem Eigenen. Dabei steht außer Frage, dass das Internet mit seiner Fähigkeit, Realität virtuell präsent zu machen, ein besonderes Potential hat, um als dritter Raum zu fungieren.

Eine solche Sichtweise fügt sich optimal ein in die für das Internet trotz mancher Kritik (vgl. resümierend Wood/Smith 2005, 22f.) bereits gut etablierte Raummetaphorik, wie sie allen voran in dem durch Gibson für den kybernetischen Raum seiner Science-Fiction-Literatur geprägten Bild vom Cyberspace präsent ist (Gibson 1982/1984), aber auch in dem von McLuhan ursprünglich auf Rundfunk und Telefonie bezogenen Bild vom Global Village (u.a. McLuhan 1962, 21), im Ausdruck *Telepolis* (Rötzer 1995) oder in Faßlers Benennung der virtuellen Realität als »infographischer Ort« (2001, 208–212). Ihre Fortsetzung findet die Raummetaphorik nicht zuletzt in maritimen und nautischen Metaphern der Alltagssprache, die von einem »Datenmeer« ausgehen, in dem »navigiert« oder »gesurft« wird.

## 1.2 Interkulturelle Cyberkommunikation als Forschungsdesiderat

Diese begrifflichen Klärungen führen uns direkt zu den gesellschaftlichen Folgen der Digitalisierung. Das Aufkommen digitaler Medien zog bekanntlich einen kommunikativen Wandel nach sich, der unbestreitbar zumindest Züge einer Revolution trägt. Nicht nur wird die Medienlandschaft in vielfältiger Weise umstrukturiert, auch das gesellschaftliche Miteinander verändert sich in vielerlei Hinsicht. Selbsternannte Netzpropheten formulieren Utopien wie Dystopien hierzu (vgl. u.a. Fisher/Wright 2001). Netzpessimisten gehen z.B. von einem Zerfall der Gesellschaft durch das Internet aus, Netzoptimisten hingegen von ihrer Demokratisierung (vgl. u.a. Papacharissi 2002, 9f., Winkel 2001; resümiert u.a. in Beck 2006, 204 oder Hand 2008, 48). Doch wie so oft liegt die Wahrheit wohl auch hier zwischen beiden Extremen.

Soziale Kontakte können durch die Kommunikation im Netz z.B. ebenso modifiziert werden wie neu geschaffen, und dennoch ist beides kein Automatismus (z.B. Döring 1999, 367, Heintz/Müller 2000, Kraut u.a. 2002, Hartmann 2004, 680ff., Beck 2006, 184f.). Netzkritische Annahmen, die virtueller Kommunikation primär eskapistischen oder kompensatorischen Charakter zuweisen, sind inzwischen durch zahlreiche Belege für die Supplementarität der virtuellen gegenüber der realen Kommunikation widerlegt. Döring hält z.B. fest, dass »Gruppen, die im Netz entstehen, sich langfristig ebenso

wenig auf [computervermittelte Kommunikation] beschränken, wie umgekehrt Face-to-Face-Gruppen auf mediale Kontakte verzichten« (1999, 417). Insgesamt sind damit gesellschaftliche Wandelprozesse zu beobachten, die das Vorangehende modifizieren, ohne vollständig damit zu brechen. Aus diesen mannigfaltigen durch die Digitalisierung ausgelösten gesellschaftlichen Veränderungen sind viele einer genaueren Betrachtung wert. Warum nun erscheinen uns gerade die Auswirkungen auf die interkulturelle Kommunikation als ein besonderes Desiderat der Forschung?

Die Digitalisierung wird in ihren Folgen von zahlreichen Fachwissenschaften aufgegriffen und aus der jeweiligen Perspektive analysiert. Medienwissenschaftlich inspirierte Werke differenzieren die neuen technischen Mittel in ihrer Technizität aus und befassen sich u.a. mit Medieninhalten, -nutzung und -wirkung. Doch dass z.B. der Begriff des Kulturraums in den Medienwissenschaften meist auf Netzkulturen bezogen wird, ist bezeichnend dafür, dass regional begründete Kulturunterschiede in den Kommunikationsgeschehen einer sich globalisierenden Welt nur bedingt auf medienwissenschaftliches Interesse stoßen. Das Thema der interkulturellen Kommunikation ist aber auch nicht Teil von Mediengeschichten (z.B. Böhn/Seidler 2008) oder gar Medienkulturgeschichten (z.B. Raible 2006) und bleibt selbst in kommunikationswissenschaftlichen Standardwerken meist ausgespart. Schon in Einführungen und Handbüchern erfährt die Kommunikation mit dem Fremden kaum Beachtung (z.B. Hartley 2002, Beck 2006/2007, Michelis/Schildhauer Hg. 2010), was sich in vertieften Einzelstudien fortsetzt. In Gedanken zu *The Past, Present, and Future of Human Communication* (D'Urso 2009) findet sie keine Erwähnung, und auch das ansonsten sehr umfassende Standardwerk *Die Sozialpsychologie des Internet* (Döring 1999) lässt mit seinem Untertitel *Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen* nur theoretisch Raum für interkulturelle Unterschiede.

Die Liste an Beispielen dafür, dass die interkulturelle Dimension digitaler Kommunikation meist nicht Teil des Erkenntnisinteresses der einzelnen Fachwissenschaften ist, ließe sich beliebig fortsetzen. Doch interessanter erscheint die Frage, inwieweit sich die dem Interkulturellen gewidmete Disziplin den Folgen der Digitalisierung zuwendet. Bei der Beantwortung sollen Arbeiten zur Mediatisierung (u.a. Ganz-Blättler 2000, Lüsebrink 2007/2008, Garneau/Lüsebrink/Moser Hg. 2011) und teils auch Digitalisierung (u.a. Endres 2010) nicht unerwähnt sein. Im umfassenden *Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation* (Thomas u.a. Hg. 2007) und in verschiedenen Einführungen zum Thema (z.B. Heringer 2007) bleibt die digitale Kommunikation aber vollständig außen vor. Ebenso wie die einzelnen Fachwissenschaften dem Interkulturellen wenig Bedeutung beimessen, scheint auch die Wissenschaft zur interkulturellen Kommunikation der Digitalisierung insgesamt noch vergleichsweise wenig Beachtung zu schenken.

Dabei liegt die Frage nach den kulturspezifischen Auswirkungen der Digitalisierung nahe. Ihnen gelten z.B. Studien zu unterschiedlichen Technikkulturen des *European Network of Cultural Diversity and New Media* mit u.a. Banse Hg. (2005), Petsche/Zapf/Köhler (2007), Banse/Wieser/Winter Hg. (2009), Hauser (2010) oder Banse/Krebs Hg. (2011), die aber häufig nur eine Kultur betreffen. Dasselbe gilt für die Aufsätze im Band der Australier Goggin und McLelland (2008), die bereits im Untertitel ihres Buches deutlich machen, dass sie ihren analytischen Blick *Beyond Anglophone Paradigms* richten. Ihre Erkenntnisse sprechen in der Gesamtschau eindeutig dafür, dass wir keiner kulturellen Nivellierung durch die Digitalisierung gegenüberstehen. Offensichtlich reagieren einzelne Länder unterschiedlich auf den Wandel traditioneller Kommunikationssysteme, so dass wir es mit deutlich unterscheidbaren Internetkulturen zu tun haben. Nicht zu Unrecht weist Großklaus (2000) darauf hin, dass die Beschleunigung der Mediengeschichte je nach Kultur anders verläuft und postuliert daher als eigene Disziplin eine »Interkulturelle Medienwissenschaft«.

Führen wir uns nun vor Augen, dass z.B. Knorr für die Ethnologie zu Recht festhält: »Cyberanthropology ist eine Spielart der Ethnologie des 21. Jahrhunderts. Eine notwendige, ja unausweichliche [...]. Denn nur wer sich mit jetzzeitiger Technologie befasst, kann auch den Menschen des Hier und Heute verstehen« (2011, 161; auch Escobar 1994, Breidenbach/Zukrigl 2002), so liegt die Antwort auf die Frage nach dem besonderen Forschungsdesiderat auf der Hand. Denn die Beschäftigung mit interkultureller Cyberkommunikation als Spielart interkultureller Kommunikation des 21. Jahrhunderts ist unausweichlich, um einen guten Teil der interkulturellen Kommunikation im Hier und Heute zu verstehen.

### 1.3 Sprachwissenschaftliche Perspektiven

Kulturräume decken sich häufig mit Sprachräumen. Digitale Sprachenvielfalt kann damit kulturelle Vielfalt anzeigen, wobei als Grundlage für die interkulturelle Kommunikation zumindest eine gemeinsame sprachliche Schnittmenge vorhanden sein muss. Als Lingua franca bietet sich das Englische an, und Mitte der 1990er Jahre erfolgte auch noch ein Großteil der Internet-Kommunikation durch englischsprachige Nutzer. Doch bereits zur Jahrtausendwende fiel ihr Anteil auf etwa 50 %. Mit der technologischen Weiterentwicklung hielten unterschiedliche Schriftsysteme ins Internet Einzug, was mit dazu beitrug, dass die nicht-anglophone Kommunikation heute überwiegt und das Internet von einer außerordentlichen Sprachenvielfalt gekennzeichnet ist (z.B. Thurlow u.a. 2004, 121f., Crystal 2006, 229–237, Lengel 2007, 545f., Wawra 2010). Allein die Enzyklopädie Wikipedia enthält inzwischen Artikel in 265 Sprachen, 66 weitere sind in der Diskussion (u.a. Dalby 2009, 46–49, Munker 2009, 96). Die These einer Nihilierung kulturgeprägter Kommunikationsformen durch die

Digitalisierung scheint nach den ersten Ergebnissen empirisch gestützter Untersuchungen zu diesem Thema weniger angebracht zu sein, als angesichts der Entstehungsgeschichte im angloamerikanischen Kontext zunächst angenommen wurde. Doch inwieweit führen die neuen digitalen Codes zu einer Modifikation tradierter Kommunikationsweisen?

Dieser Frage gilt die Aufmerksamkeit von Sprachwissenschaftlern, die etwa die Besonderheiten einzelner Sprachen in der computervermittelten Kommunikation generell berücksichtigen (z.B. Herring Hg. 1997, Anis Hg. 1999, Quicheron 1999, Thimm Hg. 2000, Eckkrammer/Eder 2001, Posteguillo 2003, Pistolessi 2004, Siever/Schlobinski/Runkehl Hg. 2005, Crystal 2006, Danet/Hering Hg. 2007, Baron 2008, Frehner 2008, Mancera 2011, Herring/Stein/Virtanen Hg. im Druck) oder speziell in E-Mails (z.B. Herring 1998, Baron 2000, Eckkrammer 2001, Dürscheid 2005), Chat (z.B. Thaler 2003, Strätz 2011) und SMS (z.B. Anis 2001, Fairon u.a. 2006, Crystal 2009, Hillebrand Hg. 2010). Auch die sprachwissenschaftlichen Arbeiten bleiben mehrheitlich auf einen Sprach- und Kulturraum beschränkt, doch vergleichende Perspektiven werden deutlich angemahnt. Danet und Herring sprechen etwa von einem »pressing need for systematic cross-linguistic studies« (2007, 28). Sprachübergreifende Studien sind auch für unser Erkenntnisziel von besonderem Interesse, da aus ihnen zumindest Rückschlüsse für die interkulturelle Kommunikation gewonnen werden können.

So lassen sich z.B. in Frankreich und Spanien ganz unterschiedliche E-Mail-Kulturen beschreiben, die sich aus der Übertragung nationaler Diskurstraditionen auf den *Netz* genannten dritten Raum ergeben und dort zu sogenannten *critical incidents* führen können (vgl. Reutner 2010). Auch textlinguistische Vergleiche von Internetseiten ergeben klare kulturraumspezifische Besonderheiten (z.B. Wrobel 2004, Schütte 2004, Seitz 2008, Sánchez 2011, Sanmartín Hg. 2012) und liefern so sehr überzeugende Beispiele für die Notwendigkeit einer kultursensiblen Nutzung der digitalen Kodierungsmöglichkeiten. Die Digitalisierung ist ein hoch willkommenes Mittel, um eigene Kommunikationsinteressen in einem globalen Raum kulturspezifisch zu artikulieren. Die Glokalisierung (vgl. Robertson 1995) beschleunigt den Austausch von Nachrichten und verändert ihre Qualität. Aber diese Veränderung vollzieht sich innovativ und kulturraumspezifisch, indem die digitalen Basiskodes kreativ genutzt, erweitert und lokalisiert werden.

## 2. Vorstellung der einzelnen Beiträge

Die im Titel angesprochene Frage, ob es durch die digitale Revolution auch zu einer Re- oder zumindest Evolution der interkulturellen Kommunikation kommt, ist sinnvollerweise in der Vernetzung unterschiedlicher Disziplinen zu betrachten. Der vor-

liegende Band entspringt daher einem weiten interdisziplinären Interesse. Jeweils ein Beitrag entstammt der Rechtswissenschaft (HECKMANN), Wirtschaftsinformatik (LEHNER/WARTH), Ethnologie (MOOSMÜLLER), Geographie (SCHEFFER/WERNER) und Psychologie (GENKOVA/GAJDA/WÖHRMANN). Drei Aufsätze kommen aus der anglistischen, romanistischen und slavistischen Literatur- und Medienwissenschaft (NEUMANN, LÜSEBRINK, UFFELMANN/SCHÄFER), fünf aus der Kommunikationswissenschaft (BARMEYER/GAZOLAJEW, BUSCH, CONTI, GLASER, KRESS) und acht aus der anglistischen, germanistischen und romanistischen Sprachwissenschaft (WAWRA, FETSCHER, BEDIJS/HEYDER, BOLZONI, ECKKRAMMER, PIETRINI, RENTEL, REUTNER/SCHUBACH).

Die Beiträge werden in drei Themenblöcke gegliedert. Der erste Komplex fokussiert Fragen zur »Identität und Persönlichkeit«. Der zweite gilt mit »Teams und Kollektiven« insbesondere virtuellen Arbeitsgruppen und der dritte mit »Zensur und Selbstzensur« rechtlichen Fragen und interessengeleiteten Darstellungen. Grundlage für die Aufsätze sind Vorträge, die im Juli 2011 auf dem Kolloquium *Von der digitalen zur interkulturellen Revolution* (DIR2011) an der Universität Passau gehalten wurden. Sie wurden durch ein wissenschaftliches Komitee ausgewählt und begutachtet. Den Mitgliedern Christoph BARMEYER (Passau), Jürgen BOLTEN (Jena), Dominic BUSCH (München), Eva Martha ECKKRAMMER (Mannheim), Hans-Jürgen LÜSEBRINK (Saarbrücken), Alois MOOSMÜLLER (München) und Dirk UFFELMANN (Passau) sei auch an dieser Stelle herzlich gedankt.

## 2.1 Identität und Persönlichkeit

Dem Bereich »Identität und Persönlichkeit« liegen folgende Leitfragen zugrunde: Welchen Einfluss hat die digitale Revolution auf das Leben in einer Diaspora-Situation (MOOSMÜLLER), auf den Diskurs von Intellektuellen (LÜSEBRINK) und auf Erinnerungskulturen (NEUMANN)? Inwiefern unterscheidet sich die Kommunikation im virtuellen Raum von traditionellen Formen und welchen Einfluss haben diese Unterschiede auf die kulturspezifische Nutzung (ECKKRAMMER, FETSCHER, PIETRINI, RENTEL)? Was differenziert die Wissenschaftskommunikation in französischen und italienischen Online-Fachzeitschriften (BOLZONI), die Hotelbewertungen französischer, russischer und US-amerikanischer Gäste (BARMEYER/GAZOLAJEW) oder die Internet-Auftritte deutscher und französischer Unternehmen (REUTNER/SCHUBACH)?

Der Band beginnt mit einem Beitrag von ALOIS MOOSMÜLLER und damit der Frage, welche Rolle das Internet für Migranten bei ihrem Streben nach Anerkennung in ihrem kulturellen Anderssein spielt. Ausgehend von der grundsätzlichen Möglichkeit einer Zugehörigkeit zu mehreren Kulturräumen widmet er sich der Bedeutung kollektiver Partikularitäten in Migrationskontexten. Ein Überblick über den Diskurs um den Begriff der Diaspora zeigt den jüngst erfolgten fundamentalen Bedeutungswandel vom



Prototypen der mit Vertreibung, Entwurzelung und Rückkehrwünschen verbundenen jüdischen Variante zu einem modernen, überwiegend positiv konnotierten Konzept. Wenn dann diasporische Phänomene in virtuellen Räumen ins Blickfeld rücken, wird deutlich, wie die im Zeitalter der Globalisierung zunehmende Anzahl von in einer Diaspora-Situation lebenden Menschen im Internet ein weites Feld an neuen kommunikativen Möglichkeiten findet. Auf der Basis einer kritischen Lektüre vorliegender Studien belegt Moosmüller, wie sehr virtuelle soziale Netzwerke für Prozesse der Akkulturation und Identitätskonstruktion in Migrationssituationen an Bedeutung gewinnen.

HANS-JÜRGEN LÜSEBRINK zeigt, welchen neuen Impetus das seit dem 18. Jahrhundert beobachtbare Anliegen Intellektueller erfährt, eine kritische Gegenöffentlichkeit zu konstituieren. Hierfür geht er zunächst auf Rollenbilder des Intellektuellen in der Printmedienkultur ein und arbeitet generelle Transformationen im Zuge des medialen Wandels heraus. Den speziell französischen Webjournalismus untersucht er am Beispiel von *Mediapart*, einer vom ehemaligen *Le Monde*-Chefredakteur Edwy Plenel gegründeten und in ihrem Anspruch auf Verlässlichkeit und werbeunabhängige Rentabilität europaweit führenden Internet-Plattform ihrer Art, sowie am Beispiel des von den ehemaligen *Libération*-Journalisten Pierre Haski und Pascal Riché gegründeten Internet-Journals *Rue89* und des medienkritischen Watchblogs *Arrêts sur images*. Dabei erweist sich die landesspezifische Adaption des partizipativen Online-Journalismus als ein komplexer interkultureller Prozess, denn während seine professionelle Form, wie sie *Rue89* und *Mediapart* kennzeichnet, mit *OhmyNews* in Südkorea entstand, bildete sich etwa der digitale Leserreporter-Journalismus mit *Verdens Gang* in Norwegen heraus. Am Beispiel der tunesischen Revolution und insbesondere der Rolle und des Selbstverständnisses der tunesischen Bloggerin Lina Ben Mhenni verdeutlicht Lüsebrink schließlich Kontinuitätslinien und Brüche zwischen dem Diskurs und der Rolle von Intellektuellen in der traditionellen Printmedienkultur im Vergleich zum Internet.

Digitalen Erinnerungskulturen gilt der Beitrag von BIRGIT NEUMANN. Ausgehend von Grundlagen der kulturwissenschaftlichen Gedächtnisforschung betrachtet sie Veränderungen, die das Web 2.0 für die Konzeption wie auch für Manifestationsformen des kulturellen und kommunikativen Gedächtnisses mit sich bringt. Dabei bezieht sie sich exemplarisch auf Online-Projekte zur Erinnerung des 11. Septembers und zeigt, wie die erfahrungsspezifische Darstellung von Einzelschicksalen die Individualisierung der Kollektiverinnerung fördert. Im Anschluss an die Analyse verschiedener US-amerikanischer Sites von Gruppen wie Katastrophenhelfern oder US-amerikanischen Muslimen geht Neumann der Frage nach, wie sich die Dynamiken des Erinnerungsprozesses durch die Translation in andere Kulturräume verändern. Sie verdeutlicht, wie in deutschen Online-Projekten die nationale US-amerikanische Erinnerungskultur einer globalen Verortung weicht und die Reduktion nutzergenerierter Inhalte subjektiv

Erlebtes in den Hintergrund treten und anstelle einer Erinnerungskultur eine Geschichtskultur entstehen lässt. Die kollektive Verarbeitung von Ereignissen im Netz geht damit nicht mit einer Homogenisierung der Inhalte einher, sondern generiert national wie global kulturelle Differenz. Denn kulturelle Erinnerung ist auch im Web 2.0 ein Prozess, der durch ständige Bewegung, Sinnanreicherung und immer neue Einordnung in aktuelle Erfahrungshorizonte kulturspezifische Formen annimmt.

EVA MARTHA ECKKRAMMER beleuchtet Textualisierungsmuster am Beispiel von Online-Portalen zur Partnersuche. Ein Blick in die Geschichte der zugrundeliegenden Textsorte macht die Veränderungen im Zuge des gesellschaftlichen Wandels und Medienwechsels deutlich. Stand an ihrem Anfang die seit dem späten 17. Jahrhundert in Printmedien veröffentlichte Heiratsannonce, so haben sich bald verschiedene Subtextformen zur Anbahnung unterschiedlichster Arten zwischenmenschlicher Beziehungen entwickelt. Zu Beginn des 21. Jahrhunderts entstanden dann virtuelle Plattformen. Im Vergleich zu den zunächst erschienenen Anzeigen-Webseiten weisen diese komplexere Hypertextstrukturen auf und ergänzen die eingeschränkten Möglichkeiten freier Textproduktion durch das Angebot halbautomatisch erstellter Texte, die die aktive Partnersuche in besonderem Ausmaß von rationalen Kriterien leiten lassen. Die Einbindung von Datenbanken und der hohe Anteil an vorgegebenen Textbausteinen führen nicht nur zu einer steigenden Standardisierung der Nutzerprofile des jeweiligen Landes, sondern kündigen aufgrund der gemeinsamen Nutzung ähnlicher Portale in unterschiedlichen Sprachgemeinschaften auch eine Vereinheitlichung ehemals kulturspezifischer Eigenheiten der Textsorte an.

Der Frage, wie sich interkulturelle Kommunikation im virtuellen Raum manifestiert, geht DORIS FETSCHER mit Hilfe problemzentrierter Leitfadenterviews nach. Ihre Probanden sind Frauen aus dem asiatischen Kulturraum (Philippinen, Taiwan, Südkorea), die bereits längere Zeit in Deutschland leben und im universitären Bereich tätig sind. Sie kommunizieren regelmäßig auf Deutsch, Englisch und mindestens einer weiteren Sprache im Internet; zwei von ihnen sind im sozialen Netzwerk Facebook aktiv. Wenngleich seitens der Befragten mit kulturellen Zuschreibungen zurückhaltend umgegangen wird, zeigt die qualitative Analyse, dass alle Gesprächspartnerinnen Interferenzen zwischen kulturabhängigen kommunikativen Routinen im virtuellen und realen Raum erleben. Um interkulturellen Missverständnissen aus dem Weg zu gehen, streben sie eine weitgehende Kontrolle dieser Interferenzen an und passen sich insbesondere in der Kommunikation mit Angehörigen von High-Context-Kulturen an das jeweilige Register des Gegenübers an. Dabei lenken insgesamt erst die Interviews die Aufmerksamkeit der Befragten auf Routinen ihrer mehrsprachigen Interaktion im Netz, die ansonsten vergleichsweise selbstverständlich und unreflektiert erfolgt.

Auf der Basis eines in seiner Repräsentativität einmaligen Korpus untersucht NADINE RENTEL, wie Italiener und Franzosen Emotionalität in ihren Kurznachrichten inhaltlich wie textuell-pragmatisch ausdrücken. Eine wichtige Rolle spielt dabei die

Metakommunikation und dies insbesondere dann, wenn die erwartete Antwort des Gegenübers ausbleibt und so negative Gefühle entstehen. Nicht nur aufgrund der technischen Restriktionen, denen die SMS-Kommunikation unterliegt, greifen die Kommunikationspartner häufig zu kreativen sprachlichen Gestaltungsmitteln, um ihren Emotionen Ausdruck zu verleihen. Wie die Analyse der verwendeten Diskursmarker und Interjektionen vor Augen führt, greift das Prinzip der Sprachökonomie als Erklärung für die Art der Sprachverwendung entschieden zu kurz. Die Verfasser der Kurznachrichten nutzen oft sämtliche verfügbaren Ressourcen, um beispielsweise durch die Substitution non- und paraverbaler Merkmale eine sprachliche Nachbildung von Spontaneität zu erreichen. Insbesondere bei den sprachstrukturell bedingt unterschiedlich ausgestalteten Innovationsphänomenen ergeben sich klare Unterschiede zwischen Italien und Frankreich. Sie betreffen z.B. die Phonetisierung von Zeichen und können bei der interkulturellen Kommunikation leicht zu Verständnisschwierigkeiten führen.

Die Entwicklung neuer Formen zwischenmenschlicher Beziehungen im Web 2.0 untersucht DANIELA PIETRINI am Beispiel eines Internetforums, in dem sich Italienerinnen zu einer Online-Community zusammengefunden haben, um ihre Erfahrungen rund um die Mutterschaft auszutauschen. Im Gegensatz zu herkömmlichen Freundschaften erfolgt das Kennenlernen bei der virtuellen Freundschaft nicht im Face-to-Face-Kontakt, sondern computervermittelt. Dadurch entstehen Kontakte zu werdenden Müttern aus den verschiedensten Regionen und gesellschaftlichen Schichten, wie sie ohne virtuelle Vermittlung so nicht denkbar wären. Relativ rasch erreicht die Cyberfreundschaft einen hohen Grad an Intimität. Denn die Unkompliziertheit der computerbasierten Interaktion ermöglicht den Befreundeten eine Teilhabe am Alltag der Anderen und schafft so sehr schnell die emotionale Nähe, die für eine vertrauensvolle soziale Beziehung nötig ist. Dabei wird gerade durch den Schutz der eigenen Identität, den die elektronische Kommunikation zumindest vordergründig bietet, die Bereitschaft zur Preisgabe von Persönlichem erhöht. Fragen, die im engsten Familienkreis tabuisiert sind, werden mit Freundinnen aus anderen Regionen diskutiert. Pietrinis Betrachtung der Cyberfreundschaft unter dem Gesichtspunkt der Interkulturalität belegt deutlich, wie regionale, aber auch soziale und konfessionelle Differenzen vor dem Hintergrund der das Forum konstituierenden Gemeinsamkeit zurücktreten.

Neuen Formen des Wissensaustausches widmet sich LUCIA BOLZONI am Beispiel von je fünf französischen und italienischen sprachwissenschaftlichen Online-Zeitschriften. Als Vergleichsparameter fungiert die Interaktivität, das differenzierende Merkmal computergestützter Kommunikation im Web 2.0. Im Anschluss an einen Überblick über verschiedene Möglichkeiten virtueller Interaktion belegt die korpusbasierte Analyse zunächst, dass interaktive Angebote wie Chat oder Webforen bei den meisten wissenschaftlichen Online-Zeitschriften eine noch untergeordnete Rolle spielen. Häufig ist nur eine Kontaktaufnahme mit der Redaktion über deren E-Mail-Adresse oder ein entsprechendes Formular möglich. Im französisch-italienischen Vergleich

der Beziehung zwischen Seitennutzer und -produzenten ergeben sich aber klar unterscheidbare Kommunikationsstrategien, wobei vor allem die Ansprache des Nutzers divergiert. Während sich bei den französischen Online-Zeitschriften überwiegend distanzierte, oft unpersönliche Formulierungen finden, weist das italienische Teilkorpus eine Vielzahl an Nähesignalen und Formen direkter Ansprache des Rezipienten auf, die den französischen Benutzer überraschen können.

CHRISTOPH BARMMEYER und ALAN GAZOLAJEW untersuchen die Präsenz von Kulturspezifika im digitalen Raum anhand von 78 Hotelbewertungskommentaren französischer, russischer und US-amerikanischer Touristen. Als kulturell geprägte Akteure nehmen diese eine kulturabhängige Perspektive ein und setzen Bewertungsmaßstäbe gemäß ihrer eigenen kulturellen Prägung. Mit Hilfe einer qualitativen Korpusanalyse gelingt es Barmeyer und Gazolajew, drei kulturraumspezifische Touristenprofile herauszuarbeiten. Diese belegen deutlich, dass bei US-amerikanischen Hotelgästen die ergonomische Zimmereinrichtung, die Qualität der Klimaanlage, freundliches Personal sowie Informationsmöglichkeiten und Sicherheitsaspekte eine große Rolle spielen, während in den meist auf französisch formulierten Kommentaren französischer Touristen ein besonderes Augenmerk auf das gastronomische Angebot gelegt wird sowie auf weiche Faktoren wie die Aussicht aus dem Fenster. Bei den russischen Bewertungskommentaren fallen die in russischer Sprache geäußerten Empfehlungen für Landsleute auf, ebenso die ausbleibende Reflektion des Preis-Leistungsverhältnisses und die Kritik an zu kleinen Kleiderschränken, was wohl dem Shoppingtourismus mitgeschuldet ist. Ein abschließender Vergleich der Ergebnisse mit vorliegenden Forschungsarbeiten zu kulturellen Praktiken in der nicht-virtuellen Welt lässt die Autoren ein Fortbestehen von Kulturspezifika im digitalen Raum feststellen.

URSULA REUTNER und SEBASTIAN SCHUBACH untersuchen daraufhin, inwieweit kulturspezifische Rezeptionsgewohnheiten auch die Internet-Auftritte von weltweit agierenden Unternehmen prägen. Nicht zuletzt mit der Entwicklung und dem rasanten Aufstieg der Social-Media-Plattformen hat sich das Internet endgültig im Privat- und Unternehmensalltag etabliert. Gerade für sogenannte Global Players ist es zu einem unverzichtbaren Medium der weltweiten Kundenansprache geworden. Vor dem Hintergrund des immer intensiver werdenden kommerziellen Wettbewerbs müssen sich diese zunehmend fragen, inwieweit kulturell heterogene Zielgruppen eine differenzierte digitale Kommunikation erwarten. Auf Grundlage der typografischen Parameter Schriftart, Schriftgröße, Auszeichnung und Satzspiegel sowie einer Analyse des Farbraumes und der verwendeten Bildelemente vergleichen die Autoren die Startseiten der im DAX30 und CAC40 gelisteten deutschen und französischen Großkonzerne. Ausgehend von der Annahme, dass diese entsprechend den nationalen Kundenerwartungen gestaltet sind, ergibt sich als klares Ergebnis, dass Deutsche und Franzosen andere Ansprüche an die Gestaltung von Netzseiten stellen und diese in ästhetisch-kognitiver Hinsicht unterschiedlich rezipieren. Deutsche Webdesigner behalten insbesondere die

Wohlstrukturiertheit der Internetauftritte im Auge, während diese Aspekte auf französischen Seiten zugunsten eines kreativeren und typographisch sowie farblich vielseitigeren Designs in den Hintergrund treten.

## 2.2 Teams und Kollektive

Ulrich Becks Forderung, gesellschaftliche Kommunikation im globalen Zeitalter (der Zweiten Moderne, wie er es nennt) mit einem kosmopolitischen Blick zu sehen (Beck 2004), wird in der internationalen Wirtschaftskommunikation (u.a. Bolten Hg. 2004, Barmeyer/Bolten Hg. 2010) zu einem *sine qua non*. Internationale Teams global agierender Firmen kommunizieren grenzüberschreitend und verlangen den Beteiligten, wenn auch meistens nicht explizit gemacht, eine große interkulturelle Anstrengung ab. Im Themenkomplex »Teams und Kollektive« folgen daher auf theoriegeleitete Beiträge zu Kulturdispositiven (BUSCH) und Dialogizität (CONTI) Auseinandersetzungen mit der Kooperation in virtuellen Arbeitsteams aus der Perspektive der Kommunikationswissenschaft (GLASER), Geographie (SCHEFFER/WERNER), Psychologie (GENKOVA/GAJDA/WÖHRMANN) und Wirtschaftsinformatik (LEHNER/WARTH).

Ausgehend von der Beobachtung einer überwiegend positiven Einstellung westlicher Gesellschaften gegenüber dem Internet als Förderer von Demokratie und Freiheit stellt DOMINIC BUSCH die Haltungen von Skeptikern dar, die das Netz primär als kulturelle Innovationsbremse und begünstigenden Faktor ethnischer Enklaven wahrnehmen. Er beschreibt eine weitgehende Absenz adäquater netzspezifischer Forschungsmethoden und Lösungsansätze für interkulturelle Zusammenhänge und fragt, weshalb sich die erhoffte Ausweitung transkultureller Verständigung im virtuellen Raum trotz der immensen Möglichkeiten des Netzes nicht so recht einzustellen scheint. Dabei konstatiert er eine gewisse Resignation von Gesellschaft und Wissenschaft, deren mögliche Ursachen er mit Hilfe der Foucaultschen Dispositive erörtert, der Verstrickung also von Diskursen, Macht und Wissen, die zur diskursiven Absicherung von Machtbeziehungen beiträgt. Angelehnt an Überlegungen zur Diskurstheorie und -analyse analysiert Busch, auf welche Weise das Kulturdispositiv im virtuellen globalisierten Raum des Internets wirkmächtig bleibt und kulturelle Differenzen fortschreibt.

LUISA CONTI geht den Möglichkeiten virtueller Räume für den interkulturellen Dialog nach. Sie betrachtet zunächst das Modell der internetbasierten dialogischen Interaktion als Teilbereich interkultureller Kommunikation und erörtert das verschiedenen Definitionen zugrunde liegende Kulturverständnis. Neben der Beteiligung mindestens zweier Kommunikationspartner sind für erfolgreiche dialogische Interaktion die aktive Teilnahme aller Gesprächspartner am kommunikativen Austausch, ihr Interesse an einer Reaktion des jeweiligen Gegenübers sowie dessen wahrgenommene Andersartigkeit ausschlaggebend. Daneben bestimmen dialogfördernde Kompetenzen wie Em-

pathie, Metakommunikation und die Reflexion des eigenen Handelns den Verlauf des Dialogs. Solch theoretische Überlegungen stellt Conti anschließend in einen konkreten Praxiszusammenhang und arbeitet Einflussfaktoren wie unterstützende Begleitmaßnahmen für das Gelingen des interkulturellen Dialogs auf virtuellen Plattformen heraus.

Angesichts der fortschreitenden internationalen Vernetzung der Arbeitsverhältnisse gewinnen multikulturelle virtuelle Arbeitsteams zunehmend an Bedeutung. Dieser Themenkomplex wird mit einem Beitrag von EVELYNE GLASER eingeleitet, die auf der Basis einer qualitativen Langzeitstudie mit Studierenden aus über zwanzig Nationen Erfolgsfaktoren und Konfliktpotentiale aufzeigt. Anhand ihrer Testgruppe wird deutlich, dass die Mehrzahl der Konflikte weniger aus divergierenden Interpretationen der gestellten Aufgaben als vielmehr aus Gruppenprozessen resultiert. Kulturelle Faktoren, wie etwa unterschiedliche Bedürfnisse nach Beziehungsbildung, nehmen schon bei nicht-virtuellen Teams einen besonderen Stellenwert ein und erfahren in der digitalen Kooperation mit ihren teils defizitären Kommunikationsstrategien nur noch zusätzliche Relevanz. Ein regelmäßiger und möglichst häufiger Austausch bildet daher die Grundlage für die erfolgreiche virtuelle Teamarbeit, da nur so Synergien der einzelnen Teammitglieder genutzt werden können und eine frühzeitige und wirksame Konfliktbewältigung möglich ist. Glaser zeigt klar, dass kognitives Lernen zwar verständnisfördernd ist, der konstruktive Umgang mit Konfliktsituationen aber viel mehr durch experimentelles Lernen und begleitende Reflexion gewährleistet wird.

Die mediengestützte Interaktion zwischen Mitarbeitern der weltweit in rund 150 Ländern vertretenen BMW Group beleuchten JÖRG SCHEFFER und HEIDI WERNER. Dank der neuen Technologien können nicht nur Zeitaufwand und Reisekosten minimiert werden, sondern ist es auch möglich, Teammitglieder ausschließlich nach ihrer Expertise und unabhängig vom jeweiligen Arbeitsort auszuwählen. Anhand teilstandardisierter Leitfadeninterviews mit deutschen und US-amerikanischen Mitarbeitern des Unternehmens untersuchen die Autoren die besonderen Herausforderungen der raum- und zeitübergreifenden Zusammenarbeit. Sie zeichnen die Schwierigkeiten nach, die sich aus der unterschiedlichen sprachlichen und kulturellen Sozialisation ihrer Akteure ergeben, und belegen, dass nicht selten selbst bei Partnern aus ähnlichen Kulturräumen kulturspezifische Verhaltensunterschiede zu Missverständnissen führen. Positive Auswirkungen auf die Arbeitseffizienz haben neben interkulturellen Sensibilisierungsmaßnahmen v.a. eine idealiter bereits vor der virtuellen Kooperation etablierte persönliche Bekanntschaft der Interaktionspartner, gute Fremdsprachenkenntnisse und die Verwendung synchroner Medien mit visuellem Kanal.

In ihrer Studie zu virtuellen Teams aus Mitarbeitern eines großen deutschen Automobilunternehmens und seiner US-amerikanischen Tochterfirma identifizieren PETIA GENKOVA, ANNA GAJDA und STEPHANIE WÖRMANN Einflussvariablen der interkulturellen Kommunikation im virtuellen Raum. Als theoretische Grundlage dient dabei das noch

recht junge Forschungsgebiet der *collaboration*, das das Potential der neuen Technologien für die Verbesserung der Zusammenarbeit von räumlich getrennten Teammitgliedern in den Blick nimmt. Um Selbst- und Fremdwahrnehmung sowie mögliche Konfliktfelder in der virtuellen Zusammenarbeit sichtbar zu machen, wurden teilstrukturierte leitfadenbasierte Interviews mit Teammitgliedern geführt und durch eine computergestützte schriftliche Befragung mit Organisationsmitgliedern des Unternehmens ergänzt. Anhand der qualitativ wie quantitativ erhobenen Ergebnisse zeigen die Autorinnen Erfolgsfaktoren für die virtuelle Kommunikation auf sowie gezielte Verbesserungsmöglichkeiten der Interaktion in den Bereichen medialer und interkultureller Kompetenz.

FRANZ LEHNER und CHRISTIAN WARTH befassen sich mit der interkulturellen Herausforderung beim Know-how-Transfer zwischen Unternehmensstandorten in Deutschland und dem indischen Subkontinent, auf den aufgrund des großen Absatzmarktes und geringerer Lohnstückkosten in den letzten Jahren immer mehr Aufträge verlagert werden. Ausgehend von einem breit angelegten Überblick zum Forschungsstand stellen die Autoren Erfahrungen eines Wissensmanagementprojekts der Universität Passau in Kooperation mit einem international führenden Automobilzulieferer dar. Auf der Grundlage einer ersten quantitativen Datenerhebung mit dem KnowMetrix-Ansatz, einem fragebogenbasierten Instrument zur Analyse von Erfolgsfaktoren im Wissensmanagement, konnten die Autoren unterstützende Maßnahmen erarbeiten, die in einer zweiten Befragung evaluiert wurden und sich dabei in vielen Fällen als entscheidende Optimierungsmöglichkeiten des Wissenstransfers erweisen.

### 2.3 Zensur und Selbstzensur

Der Bereich »Zensur und Selbstzensur« unterstreicht mit der Thematisierung der Datenschutzproblematik im Netz zunächst die Notwendigkeit von Selbstzensur im Netz (HECKMANN). Facetten von Fremd- und Selbstzensur werden am Beispiel von Russland, Kasachstan und Turkmenistan angesprochen (KRESS, UFFELMANN/SCHÄFER) und sind auch bei kontroversen Wikis relevant, die hinter vermeintlicher Objektivität eine Interessensleitung durchscheinen lassen (BEDJIS/HEYDER). Der Band schließt mit einem Vergleich der im Netz abgegebenen Kommentare aus verschiedenen Ländern zur Wertung des mit den unterschiedlichsten Tabus belegten Multikulturalismus-Konzepts (WAWRA).

Die mit den Auswirkungen digitaler Technologien auf die Privatsphäre einhergehenden rechtlichen Herausforderungen beleuchtet der Beitrag von DIRK HECKMANN. Bestimmen beispielsweise Smart-Life-Anwendungen anhand des Schlafrhythmus den idealen Aufwachzeitpunkt eines Menschen, meldet die »intelligente« Küche aufgebrauchte Lebensmittel automatisch an seinen digitalen Einkaufszettel und macht ihm

sein »Smart TV« anhand seiner Präferenzen Programmvorschläge, so sollten solch personenbezogene Daten auf jeden Fall anonymisiert verarbeitet werden. Andernfalls verlangt das Datenschutzrecht eine informierte Einwilligung des Nutzers, die bislang nicht selten auf der Basis wenig transparenter Information eingeholt wird. Um eine zunehmende Aushöhlung der informationellen Selbstbestimmung zu unterbinden, will der Ansatz des Smart Privacy Managements die Position des Nutzers stärken, ihn für mögliche Folgen der Preisgabe persönlicher Daten sensibilisieren und anleiten, eventuelle Risiken besser einzuschätzen. Denn ein herkömmliches Verständnis von Datenschutz als reine Datenvermeidung greift angesichts der vielen verlockenden Angebote sicherlich zu kurz.

Von privaten zu staatlich gelenkten Datenströmen führt der Beitrag von DIRK UFFELMANN und ZARIFA SCHÄFER. Da die Moskauer Propaganda bekanntlich über Massenmedien in der gesamten UdSSR Verbreitung fand, liegt die Überlegung nahe, inwieweit die heutige Medienpolitik Russlands diese Tradition fortsetzt. Die Autoren untersuchen, welche Bedeutung dem Runet als potentiell einflussreichem außenpolitischem Instrument zukommt. Im Zentrum stehen zunächst die an das Ausland gerichteten kulturpolitischen Aktivitäten Russlands im Internet, beispielhaft verkörpert durch die Stiftung Russkij Mir zur Förderung russischer Sprache und Kultur. Weitere Analysedimensionen sind die Popularität russischer Online-Angebote außerhalb der Landesgrenzen sowie die Reaktionen auf den Einfluss der Neuen Medien Russlands seitens der Regierungen sowjetischer Nachfolgestaaten. Während Turkmenistan beispielsweise fast gänzlich vom Internet abgeschnitten ist, nutzt im Nachbarland Kasachstan immerhin etwa ein Drittel der Bevölkerung das World Wide Web. Wenn gleich beide Staaten in ihrer Internetpolitik unterschiedliche Strategien verfolgen, wird der politische Einfluss des Runet mit großer Skepsis gesehen und u.a. durch Filtermethoden abzuschwächen versucht.

Mit der an Schulkinder gerichteten Webpräsenz des russischen Präsidenten setzt sich BEATRIX KRESS auseinander. Die auf diskursanalytischer und pragmatischer Sprachwissenschaft basierende Untersuchung verdeutlicht auch im bikulturellen Vergleich, auf welche Weise Stilisierung und Inszenierung von Demokratie und politischer Partizipation im Internet erfolgen. Während etwa die für Kinder zur Verfügung gestellten Webseiten des deutschen Bundespräsidenten kaum Interaktionsmöglichkeiten bieten, nutzt der entsprechende Internetauftritt des russischen Präsidenten das mediale Potential des Web 2.0 in deutlich größerem Umfang. Die Schüler haben die Möglichkeit, in Begleitung einer virtuellen Kinderfigur Quizfragen zu beantworten oder auch dem Präsidenten Russlands virtuell die Hand zu schütteln. Da die politische Bildung aller eine Voraussetzung für demokratische Partizipation und Gleichheit ist, tragen die russischen Seiten zumindest demokratische Züge. In ihrer Erziehungsabsicht vermitteln sie aber ein hierarchisch geprägtes Staatsverständnis, das schon in der Metapher vom zugleich strafenden wie liebenden Vater Staat zum Ausdruck kommt.



Doch das Internet begünstigt nicht primär die Machtkonsolidierung der Herrschenden, sondern bietet zudem ehemals Machtlosen neue Möglichkeit der Teilhabe. Neben der Tendenz zu globalen Vereinheitlichungen birgt es so eben gerade auch das gegenläufige Potential der Festigung regionaler Kulturen. KRISTINA BEDJIS und KAROLINE HEYDER untersuchen am Beispiel des Frankoprovenzalischen, auf welche Weise Sprecher von Minderheiten- und Regionalsprachen das Internet zur Stärkung ihrer eigenen Sprache nutzen. Auf der Basis des Artikels »Francoprovençal« und der dazugehörigen Diskussionsseite in wikipedia.fr zeigen sie, dass für die Teilnehmer divergierende Ziele im Vordergrund stehen: Während eine Teilgruppe objektive Informationen für alle Interessierten bieten will, stehen für andere Diskutanten der Sprachschutz und damit eine ideologische Motivation an erster Stelle, wofür selbst die bewusste Verbreitung fehlerhafter Informationen legitim erscheint. In Anlehnung an die diskursanalytischen Arbeiten von Norman Fairclough zeigen die Autorinnen zentrale Themen, Argumentationsstrukturen sowie die verwendeten Strategien zur Emotionalisierung und Neutralisierung auf.

Vor dem Hintergrund des offiziellen Multikulturalismus-Verständnisses der jeweiligen Staaten beleuchtet DANIELA WAWRA deutsche, indische und anglo-amerikanische Webdiskurse zu diesem hochgradig zensurbelasteten Kernbereich politischer Korrektheit. Ausgehend von Reaktionen auf die Äußerung der deutschen Bundeskanzlerin Angela Merkel, der Ansatz für »Multikulti« sei gescheitert, arbeitet sie aus Webkommentaren und Karikaturen kulturübergreifende wie -spezifische Online-Diskurse zum Multikulturalismus heraus. Wawra belegt klar, wie die digitale Revolution einen Wandel der interkulturellen Kommunikation nach sich zieht, der es Menschen unterschiedlichsten sozialen und kulturellen Hintergrunds weltweit ermöglicht, auf informeller Ebene unkompliziert zeit- und ortsunabhängig miteinander in Kontakt zu treten, sich auszutauschen, voneinander zu lernen und so eigene Lösungswege zu optimieren.

Den soeben präsentierten Fragestellungen zu einzelnen digitalen Kommunikationsformen geht ein Beitrag voran, der einen Überblick über diejenigen Parameter gibt, die die digitale Kommunikation von anderen mediengestützten Interaktionsarten unterscheiden und damit das neue Potential der interkulturellen Kommunikation einzuschätzen helfen. Führt die digitale Revolution nun aber unabhängig von Fragen ihres Potentials auch tatsächlich zu einer interkulturellen Revolution? Oder doch nur zu ihrer Evolution? Ist der plakative Titel des Buches gerechtfertigt oder bedarf es doch eines Fragezeichens? Die versammelten Beiträge geben ansatzweise Antworten und weisen je nach Perspektive in unterschiedliche Richtungen. In ihrer Gesamtheit muss die Frage an dieser Stelle offen bleiben und möge umso mehr noch viele weitere Arbeiten inspirieren.

## Literatur

- ANIS Jacques (Hg.) (1999): *Internet, communication et langue française*, Paris: Hermès.
- ANIS Jacques (2001): *Parlez-vous texto? Guide des nouveaux langages du réseau*, Paris: Le Cherche Midi.
- BANSE Gerhard (Hg.) (2005): *Neue Kultur(en) durch neue Medien (?)*. Das Beispiel Internet (= Network Cultural Diversity and New Media 1), Berlin: trafo.
- BANSE Gerhard/KREBS Irene (Hg.) (2011): *Kulturelle Diversität und Neue Medien. Entwicklungen – Interdependenzen – Resonanzen* (= Network Cultural Diversity and New Media 16), Berlin: trafo.
- BANSE Gerhard/WIESER Matthias/WINTER Rainer (Hg.) (2009): *Neue Medien und kulturelle Vielfalt. Konzepte und Praktiken* (= Network Cultural Diversity and New Media 13), Berlin: trafo.
- BARMEYER Christoph/BOLTEN Jürgen (Hg.) (2010): *Interkulturelle Personal- und Organisationsentwicklung. Methoden, Instrumente und Anwendungsfälle*, Sternenfels: Wissenschaft und Praxis.
- BARON Naomi (2000): *Alphabet to Email. How written English evolved and where it's heading*, London: Routledge.
- BARON Naomi (2008): *Always On. Language in an Online Mobile World*, Oxford: Oxford University Press.
- BECK Klaus (2006): *Computervermittelte Kommunikation im Internet*, München/Wien: Oldenbourg.
- BECK Klaus (2007): *Kommunikationswissenschaft*, Konstanz: UVK.
- BECK Ulrich (2004): *Der kosmopolitische Blick oder: Krieg ist Frieden*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- BHABHA Homi K. (1994): *The Location of Culture*, London: Routledge (deutsche Version von [2000] <sup>2</sup>2007: *Die Verortung der Kultur*, Tübingen: Stauffenburg).
- BÖHN Andreas/SEIDLER Andreas (2008): *Mediengeschichte. Eine Einführung*, Tübingen: Narr.
- BOLTEN Jürgen (Hg.) (2004): *Interkulturelles Handeln in der Wirtschaft. Positionen, Modelle, Perspektiven, Projekte*, Sternenfels: Wissenschaft und Praxis.
- BREIDENBACH Joana/ZUKRIGL Ina ([1998] 2000): *Tanz der Kulturen. Kulturelle Identität in einer globalisierten Welt*, Hamburg: Rowohlt.
- BREIDENBACH Joana/ZUKRIGL Ina (2002): »Vernetzte Diasporas«, in: MOOSMÜLLER, 277–291.
- BUSCH Dominic (2007): »Sprach- und kommunikationswissenschaftliche Perspektiven auf den Forschungsstand interkultureller Kommunikation«, in: MOOSMÜLLER, 67–95.
- CRYSTAL David (2009): *Txtng. The Gr8 Db8*, Oxford: Oxford University Press.
- CRYSTAL David ([2001] <sup>2</sup>2006): *Language and the Internet*, Cambridge: Cambridge University Press.
- DALBY Andrew (2009): *The World and Wikipedia. How We Are Editing Reality*, Dracott: Siduri.
- DANET Brenda/HERRING Susan (2007): »Introduction«, in: DANET/HERRING, 3–39.
- DANET Brenda/HERRING Susan (Hg.) (2007): *The Multilingual Internet. Language, Culture and Communication Online*, Oxford: Oxford University Press.
- DÖRING Nicola (1999): *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*, Göttingen: Hogrefe.

- DÜRSCHIED Christa (2005): »E-Mail – verändert sie das Schreiben?«, in: SIEVER/SCHLOBINSKI/RUNKEHL, 85–97.
- D'URSO Scott (2009): »The Past, Present, and Future of Human Communication and Technology Research: An Introduction«, in: *Journal of Computer-Mediated Communication* 14, 708–713.
- EADIE William F. (Hg.) (2009): *21<sup>st</sup> Century Communication. A Reference Handbook*, Thousand Oaks u.a.: Sage.
- ECKKRAMMER Eva Martha/EDER Hildegund (2000): *(Cyber)Diskurs zwischen Konvention und Revolution. Eine multilinguale textlinguistische Analyse von Gebrauchstextsorten im realen und virtuellen Raum*, Frankfurt am Main u.a.: Lang.
- ECKKRAMMER Eva Martha (2001): »Textsortenkonventionen im Medienwechsel«, in: HANDLER, 45–66.
- ENDRES Brigitte Odile (2010): »Kulturkontakt durch Warblogs: Botschaften aus Bagdad«, in: KLEINBERGER/WAGNER, 23–56.
- ESCOBAR Arturo (1994): »Welcome to Cyberia: Notes on the Anthropology of Cyberculture«, in: *Current Anthropology* 35/3, 211–231.
- FAIRON Cédric/KLEIN Jean René/PAUMIER Sébastien (2006): *Le langage SMS. Étude d'un corpus informatisé à partir de l'enquête »Faites don de vos SMS à la science«*, Louvain-la-Neuve: PUL.
- FASSLER Manfred (2001): *Netzwerke. Einführung in die Netzstrukturen, Netzkulturen und verteilte Gesellschaftlichkeit*, München: Fink.
- FEATHERSTONE Mike/LASH Scott (Hg.) (1999): *Spaces of Culture. City, Nation, World*, London u.a.: Sage.
- FEATHERSTONE Mike/LASH Scott/ROBERTSON Roland (Hg.) (1995): *Global Modernities*, London u.a.: Sage.
- FISHER Diana/WRIGHT Larry (2001): »On Utopias and Dystopias: Toward an Understanding of the Discourse Surrounding the Internet«, in: *Journal of Computer-Mediated Communication* 6/2, 20–28.
- FREHNER Carmen (2008): *Email – SMS – MMS. The Linguistic Creativity of Asynchronous Discourse in the New Media Age* (= Linguistic Insights. Studies in Language and Communication 58), Bern u.a.: Lang.
- GANZ-BLÄTTLER Ursula (2000): »Risiken und Chance von Missverständnissen. Interkulturelle und intermediale Texte im erweiterten Bedeutungsspektrum«, in: ROBERTSON/WINTER, 239–249.
- GARNEAU Michèle/LÜSEBRINK Hans-Jürgen/MOSER Walter (Hg.) (2011): *Enjeux interculturels des médias. Altérités, transferts et violences*, Ottawa: PUO.
- GIBSON William (1982): »Burning Chrome«, in: *Omni* und 1986 in: *Burning Chrome*, New York: Ace, 168–191.
- GIBSON William (1984): *Neuromancer*, London: Grafon.
- GOGGIN Gerard/MCLELLAND Marc (Hg.) (2009): *Internationalizing Internet Studies*, New York u.a.: Routledge.
- GRELL Petra/MAROTZKI Winfried/SCHELHOWE Heidi (Hg.) (2010): *Neue digitale Kultur- und Bildungsräume*, Wiesbaden: VS.

- GROSSKLAUS Götz (2000): »Interkulturelle Medienwissenschaft. Ein Desiderat der Globalisierungsdiskussion?«, in: ROBERTSON/WINTER, 225–238.
- HABERER Monika/VATTER Christoph (Hg.) (2011): *Le cyberspace francophone. Perspectives culturelles et médiatiques* (= Lendemains 16), Tübingen: Narr.
- HALAVAIS Alexander (2000): »National Borders on the World Wide Web«, in: *New Media & Society* 2/1, 7–28.
- HALL Edward Twitchell (1966): *The Hidden Dimension*, Garden City: Doubleday.
- HALL Edward Twitchell (1976): *Beyond Culture*, Garden City: Anchor.
- HALL Edward Twitchell/HALL Mildred Reed (1990): *Understanding Cultural Differences. Keys to Success in West Germany, France and the United States*, Yarmouth: Intercultural Press.
- HAND Martin (2008): *Making Digital Cultures. Access, Interactivity, and Authenticity*, Aldershot: Ashgate.
- HANDLER Peter (Hg.) (2001): *E-Text. Strategien und Kompetenzen. Elektronische Kommunikation in Wissenschaft, Bildung und Beruf*, Frankfurt am Main u.a.: Lang.
- HANSEN Klaus Peter (2009): »Zulässige und unzulässige Komplexitätsreduktion beim Kulturträger Nation«, in: *Intercultural Journal* 8, 7–18.
- HARTLEY John (<sup>3</sup>2002): *Communication, Cultural and Media Studies. The Key Concepts*, New York u.a.: Routledge.
- HARTMANN Thilo (2004): »Computervermittelte Kommunikation«, in: MANGOLD, 673–694.
- HAUSER Robert (2010): *Technische Kulturen oder kultivierte Technik? Das Internet in Deutschland und Russland* (= Network Cultural Diversity and New Media 14), Berlin: trafo.
- HEINTZ Bettina/MÜLLER Christoph (2000): »Virtuelle Vergemeinschaftung – die Sozialwelt des Internet. Schlussbericht Schwerpunktprogramm »Zukunft Schweiz« Verbund »Individualisierung und Integration«, <http://www.socio5.ch/pub/sb00.ps> (letzter Zugriff: 04.10.2010).
- HERINGER Hans Jürgen ([2004] <sup>2</sup>2007): *Interkulturelle Kommunikation*, Tübingen/Basel: Francke.
- HERRING Susan (1998): »Le style du courrier électronique. Variabilité et changement«, in: *Terminogramme* 84/85, 6–14.
- HERRING Susan (Hg.) (1997): *Computer-Mediated Communication. Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*, Amsterdam/Philadelphia: Benjamins.
- HERRING Susan/STEIN Dieter/VIRTANEN Tuija (Hg.) (im Druck): *Pragmatics of Computer-Mediated Communication*, Berlin/New York: de Gruyter.
- HILLEBRAND Friedhelm u.a. (Hg.) (2010): *Short Message Service (SMS). The Creation of Personal Global Text Messaging*, Chichester: Wiley.
- HOFSTEDE Geert ([1980] <sup>2</sup>2001): *Culture's Consequences. Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations* (Überarbeitung der 1. Auflage: *Culture's Consequences. International Differences in Work-Related Values*), London u.a.: Sage.
- HOFSTEDE Geert u.a. ([1991] <sup>3</sup>2010): *Cultures and Organizations. Software of the Mind. Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival*, New York u.a.: McGraw-Hill (deutsche Version von <sup>3</sup>2011: *Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management*, München: DTV/Beck).
- IKAS Karin/WAGNER Gerhard (Hg.) (2009): *Communicating in the Third Space*, London: Routledge.

- KISSAU Kathrin (2010): »Ethnische Sphären« im Internet«, in: MÜLLER/ZIFONUN, 349–367.
- KLEINBERGER Ulla/WAGNER Franc (Hg.) (2010): *Sprach- und Kulturkontakt in den Neuen Medien*, Bern u.a.: Lang.
- KNAPP-POTTHOFF Annelie (1997): »Interkulturelle Kommunikationsfähigkeit als Lernziel«, in: KNAPP-POTTHOFF/LIEDKE, 181–205.
- KNAPP-POTTHOFF Annelie/LIEDKE Martina (Hg.) (1997): *Aspekte interkultureller Kommunikationsfähigkeit*, München: iudicium.
- KNORR Alexander (2011): *Cyberanthropology*, Wuppertal: Hammer.
- KRAUT Robert u.a. (2002): »Internet paradox revisited«, in: *Journal of Social Issues* 58/1, 49–74.
- LENGEL Lara (2009): »Computer-Mediated Communication«, in: EADIE, 543–549.
- LÜSEBRINK Hans-Jürgen (2007): »Mediatisierte interkulturelle Kommunikation – Problemfelder, Fallbeispiele, Herausforderungen«, in: MOOSMÜLLER, 119–136.
- LÜSEBRINK Hans-Jürgen (2008): *Interkulturelle Kommunikation. Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer*, Stuttgart: Metzler.
- MANCERA RUEDA Ana (2011): *¿Cómo se »habla« en los cibermedios? El español coloquial en el periodismo digital*, Bern u.a.: Lang.
- MANGOLD Roland (Hg.) (2004): *Lehrbuch der Medienpsychologie*, Göttingen: Hogrefe.
- MC LUHAN Herbert Marshall (1962): *The Gutenberg Galaxy*, London: Routledge & Kegan Paul.
- MICHELIS Daniel/SCHILDHAUER Thomas (Hg.) (2010): *Social Media Handbuch. Theorien, Methoden, Modelle*, Baden-Baden: Nomos.
- MOOSMÜLLER Alois (Hg.) (2002): *Interkulturelle Kommunikation in der Diaspora. Die kulturelle Gestaltung von Lebens- und Arbeitswelten in der Fremde*, Münster u.a.: Waxmann.
- MOOSMÜLLER Alois (Hg.) (2007): *Interkulturelle Kommunikation – Konturen einer Disziplin*, Münster u.a.: Waxmann.
- MÜLLER Marion/ZIFONUN Dariusz (Hg.) (2010): *Ethnowissen. Soziologische Beiträge zu ethnischer Differenzierung und Migration*, Wiesbaden: VS.
- MÜNKER Stefan (2009): *Emergenz digitaler Öffentlichkeit. Die sozialen Medien im Web 2.0*, München: Suhrkamp.
- PAPACHARISSI Zizi (2002): »The virtual sphere: The internet as a public sphere«, in: *New Media & Society* 4/1, 9–27.
- PETSCHKE Hans-Joachim/ZAPF Antje/KÖHLER Thomas (2007): *Die neuen Medien und die kulturelle Vielfalt Europas. Eine empirisch-vergleichende Erhebung unter Studierenden Deutschlands, Polens, Spaniens, Tschechiens und Ungarns*, 2 Bände (= Network Cultural Diversity and New Media 11), Berlin: trafo.
- PISTOLESI Elena (2004): *Il parlar spedito. L'italiano di chat, e-mail e SMS*, Padova: Esedra.
- POSTEGUILLO Santiago (2003): *Netlinguistics. Language, Discourse and Ideology in Internet* (= Publicacions de la Universitat Jaume I. Universitat, 10), Castelló: Universitat Jaume I.
- QUICHERON Jean-Bernard (1999): »Internet et le français«, in: *La revue générale* 124, 45–55.
- RAIBLE Wolfgang (2006): *Medien-Kulturgeschichte. Mediatisierung als Grundlage unserer kulturellen Entwicklung* (= Schriften der Philosophisch-historischen Klasse der Heidelberger Akademie der Wissenschaften 36), Heidelberg: Winter.

- REUTNER Ursula (2005): *Sprache und Identität einer postkolonialen Gesellschaft im Zeitalter der Globalisierung. Eine Studie zu den französischen Antillen Guadeloupe und Martinique* (= Kreolische Bibliothek 20), Hamburg: Buske.
- REUTNER Ursula (2010): »E-Mail-Kulturen im Vergleich. Zum Sprachverhalten spanischer und französischer Linguisten«, in: *Romanistik in Geschichte und Gegenwart* 16/2, 3–28.
- ROBERTSON Caroline Y./WINTER Carsten (Hg.) (2000): *Kulturwandel und Globalisierung*, Baden-Baden: Nomos.
- ROBERTSON Roland (1995): »Glocalisation. Time – Space and Homogeneity – Heterogeneity«, in: FEATHERSTONE/LASH//ROBERTSON, 25–44.
- RÖTZER Florian (1995): *Die Telepolis. Urbanität im digitalen Zeitalter*, Mannheim: Bollmann.
- SÁNCHEZ PRIETO Raúl (2011): *Unternehmenswebseiten kontrastiv. Eine sprachwissenschaftlich motivierte und praxisorientierte Vorgehensweise für eine kontrastive Analyse deutscher, spanischer und französischer Unternehmenswebseiten*, Tübingen: Narr.
- SANMARTÍN SÁEZ Julia (2012): *Discurso turístico e Internet* (= Lingüística Iberoamericana 48), Madrid/Frankfurt am Main: Iberoamericana/Vervuert.
- SCHACHTNER Christina (2010): »Digitale Medien und Transkulturalität«, in: GRELL/MAROTZKI/SCHELHOWE, 61–76.
- SCHÜTTE Daniela (2004): *Homepages im World Wide Web. Eine interlinguale Untersuchung zur Textualität in einem globalen Medium*, Frankfurt am Main u.a.: Lang.
- SEITZ Cornelia (2008): *Kohärenz und Vertextungsstrategien im Internet. Sprachvergleich deutscher und spanischer Webseiten*, Saarbrücken: VDM.
- SIEVER Torsten/SCHLOBINSKI Tomas/RUNKEHL Jens (Hg.) (2005): *Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet*, Berlin/New York: de Gruyter.
- STRÄTZ Esther (2011): *Sprachverwendung in der Chat-Kommunikation. Eine diachrone Untersuchung französischsprachiger Logfiles aus dem Internet Relay Chat*, Tübingen: Narr.
- THALER Verena (2003): *Chat-Kommunikation im Spannungsfeld zwischen Oralität und Literalität*, Berlin: Verlag für Wissenschaft und Forschung.
- THIMM Caja (Hg.) (2000): *Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet*, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- THURLOW Crispin/LENGEL Laura/TOMIC Alice (2004): *Computer Mediated Communication. Social Interaction and the Internet*, Los Angeles u.a.: Sage.
- THOMAS Alexander/KINAST Eva-Ulrike/SCHROLL-MACHL Sylvia (Hg.) ([2003]<sup>2</sup>2005): *Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 1: Grundlagen und Praxisfelder*, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- THOMAS Alexander/KAMMhubER Stefan, SCHROLL-MACHL Sylvia (Hg.) ([2003]<sup>2</sup>2007): *Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 2: Länder, Kulturen und interkulturelle Berufstätigkeit*, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- WAGNER Franc (2010): »Die neuen Medien als Herausforderung für den Sprach- und Kulturkontakt«, in: KLEINBERGER/WAGNER, 9–21.
- WALDENFELS Bernhard (2006): *Grundmotive einer Phänomenologie des Fremden*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- WAWRA Daniela (2010): »Medienkulturen und Globalisierung«, in: WAWRA, 265–280.

- WAWRA Daniela (Hg.) (2010): *Medienkulturen*, Frankfurt am Main u.a.: Lang.
- WELSCH Wolfgang (1992): »Transkulturalität – Lebensformen nach der Auflösung der Kulturen«, in: *Information Philosophie* 2, 5–20.
- WELSCH Wolfgang (1999): »Transculturality – the Puzzling Form of Cultures Today«, in: FEATHERSTONE/LASH, 194–213.
- WINKEL Olaf (2001): »Die Kontroverse um die demokratischen Potenziale der interaktiven Informationstechnologien – Positionen und Perspektiven«, in: *Publizistik* 46/2, 140–161.
- WOOD Andrew F./SMITH Matthew J. (2005): *Online Communication. Linking Technology, Identity and Culture*, New York: Routledge.
- WROBEL Ursula (2004): *Andere Länder – Andere Sites. Bewältigung von Tabudiskursen in Online-Produktwerbung mit Hilfe von Abschwächungsstrategien unter besonderer Berücksichtigung des Hedging. Ein Vergleich US-amerikanischer und deutscher Websites im Kontext interkultureller und werblicher Kommunikation*, Frankfurt am Main u.a.: Lang.