

Digitale Kulturen

Autor(en): **Häner, Flavio / Handschin, Martin / Eggmann, Sabine**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Schweizer Volkskunde : Korrespondenzblatt der Schweizerischen Gesellschaft für Volkskunde = Folklore suisse : bulletin de la Société suisse des traditions populaires = Folclore svizzero : bollettino della Società svizzera per le tradizioni popolari**

Band (Jahr): **100 (2010)**

Heft [3]

PDF erstellt am: **23.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Digitale Kulturen

Wir erwachen zum Piepsen des Digitalweckers, starten die vollautomatische Kaffeemaschine, rüsten uns mit Mobiltelefon und mp3-Player aus (wobei es sich hierbei um ein und das selbe Gerät handelt), kaufen uns via Touchscreen ein Ticket für die Strassenbahn und arbeiten dann mehrere Stunden am Bildschirm unseres hyperfunktionalen Arbeitsgerätes, des Computers. Über das Internet kommunizieren wir mit Arbeitskollegen, unseren Freunden und der Familie. Nach getaner Arbeit gehen wir in einer fantastischen digitalen Welt auf die Jagd nach einem Drachen oder befreien ein paar Geiseln aus den Fängen von Terroristen. Was sich vor wenigen Jahren noch nach Science-Fiction anhörte, ist heute der gewöhnliche Alltag unzähliger Menschen.

Allein in der Schweiz nutzen täglich rund 3,9 Mio. Menschen das Internet. Dies entspricht über 60% der Bevölkerung – bei den 14- bis 29-Jährigen sind es sogar 91%.¹ Kommunikation, Wissensorganisation, Arbeit, soziale Beziehungen oder die Freizeit sind mehr und mehr abhängig von der Verwendung digitaler Geräte. Die «digitale Revolution» – wie die fortschreitende Digitalisierung unseres Alltags immer wieder genannt wird – führt zu einer Veränderung des gesellschaftlichen Lebens, deren Folgen heute kaum abschätzbar sind.

Diesen Veränderungen begegnen wir auf unterschiedliche Art und Weise. Freuen sich die einen über die neuen Möglichkeiten der Lebensgestaltung, so empfinden die anderen ein Gefühl der Beklommenheit und der Verunsicherung: Es ist das Gefühl, in einer völlig neuen Art und Weise von Geräten und Programmen abhängig zu sein, ja gesteuert zu werden. Gesamtgesellschaftlich scheint sich zudem ein Graben zu öffnen zwischen jenen, die mit den neuen Medien aufgewachsen sind und sich als «digitale Einheimische» im Internet und den zahlreichen virtuellen Online-Welten zuhause fühlen, und den «digitalen Migranten», welche Netbook, iPhone und Co. erst im Erwachsenenalter kennengelernt haben und sich mit den neuen Technologien und Techniken erst vertraut machen (müssen).² Dieser Graben besteht nicht zuletzt auch aufgrund der unzähligen neue Begriffe wie chatten, googlen, twittern, die als Teil einer neuen, digitalisierten Alltagssprache für viele noch unverständliche Begriffe darstellen, was auch in den Texten dieser Ausgabe seinen Niederschlag findet.

- 1 Bundesamt für Statistik: Indikatoren der Informationsgesellschaft.
URL http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche_globale.indicator.30106.301.html (Stand: 5. Juli 2010)
- 2 Zu den Begriffen «Digital Native» und «Digital Immigrant» vgl. Prensky, Marc: Digital Natives, Digital Immigrants, in: On The Horizon 9/5 (Okt. 2001), publiziert im Internet unter URL <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (Stand 2. Juli 2010)

In dieser Ausgabe der *Schweizer Volkskunde* finden sich sowohl eine Einführung in das Projekt «HOME. Willkommen im digitalen Leben», für das sich die Ausstellungsmacher des *Stapferhauses* mit dem *Seminar für Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie* an der Universität Basel zusammengeschlossen haben, als auch zwei Berichte von Teilnehmerinnen der Lehrveranstaltung, die einen Vorgeschmack auf die zahlreichen interessanten Berichte und Arbeiten aus dem Gesamtprojekt geben können (alle Arbeiten sind zu sichten unter www.stapferhaus.ch).

Céline Steiner befasst sich in diesem Zusammenhang mit dem Computerspiel *World of Warcraft*, das bereits Kultstatus erreicht hat und über das Internet eine SpielerInnengemeinschaft von Hunderttausenden herstellt bzw. miteinander vernetzt. Sie fragt danach, wer diese Spieler sind, wie sie sich im Spiel und in ihrem Alltag verhalten, welche Motivationen hinter dem «gamen» stehen und wie sich dessen Bedeutung konstituiert.

Hélène Oberlé, die als Mitglied einer Forscherinnengruppe von ihren Erfahrungen und Ergebnissen berichtet, konzentriert sich auf das methodische Vorgehen im Feld computergenerierter Realität. Ihre Gruppe ging der Frage nach, welche Formen der (stereotypen) Selbstdarstellung im Netz – im Rahmen einer Social Media Site wie beispielsweise *Facebook* – erkennbar werden, wie sich diese analytisch erfassen und kategorisieren lassen und welche Aussagen über die eigene Positionierung der *Facebook*-User in deren gesellschaftlichem Kontext sich daraus entwickeln lassen.

Auch wenn die digitale Welt in ihrer Virtualität konkrete Räume und Zeiten auflösen kann, reagiert sie gleichzeitig auf die ausserdigitalen Strukturen gesellschaftlicher Wirklichkeit. In diesem Sinn nimmt diese Ausgabe des *Bulletins* Bezug auf die saisonalen Ereignisse des Jahres und veröffentlicht einen Beitrag von *Konrad Kuhn* zu Halloween und dessen Verortung zwischen «Gegenwartsbrauch und Marketing».

Im Namen der Redaktion

Flavio Häner, Martin Handschin, Sabine Eggmann
haener@stapferhaus.ch, handschin@stapferhaus.ch,
sabine.eggmann@volkskunde.ch