

# Kulturelle Identität in einer globalisierten Welt?

*Robert Hauser*

## **Einleitung**

Der für diesen Aufsatz gewählte Titel ist dem 1998 erschienen Buch: „Tanz der Kulturen. Kulturelle Identität in einer globalisierten Welt“ von Joana Breidenbach und Ina Zukrigl entlehnt. Er benennt zwei wichtige Begriffe, kulturelle Identität und Globalisierung, und weist gleichzeitig auf ein zentrales Problem hin: trotz ihrer häufigen Verwendung, bleiben die beiden Begriffe, gerade wenn sie aufeinander bezogen werden, oft diffus und das Thema damit unbestimmt. Zur Konkretisierung des Zusammenhangs sollen in diesem Beitrag daher folgende Fragen unter einer kulturwissenschaftlichen Perspektive untersucht werden: Was bedeutet „globalisierte Welt“? Was sind „kulturelle Identitäten“? Welche Rolle spielen bei diesen Prozessen die „Neuen Medien“ und speziell das Internet? Im ersten Teil wird zunächst der Zusammenhang zwischen Globalisierung und Kultur beleuchtet und gegensätzliche Positionen dazu dargestellt. Im zweiten Teil folgt der Entwurf eines Konzeptes kultureller Identitäten, der es ermöglichen soll, den Zusammenhang von Globalisierung und Kultur differenziert zu untersuchen. Zur Präzisierung der beiden Begriffe Identität und Kultur werden insbesondere der Ansatz von Carl F. Graumann (1999) und das differenzlogische Kulturkonzept von Karl P. Hansen (1995) herangezogen. Die abschließend aus der Betrachtung abgeleiteten Untersuchungsfragen sind programmatischer Natur und sollen zeigen, dass sich dieses Konzept der kulturellen Identität auch als theoretische Basis für die Untersuchung von Online-Kommunikation und Online-Gemeinschaften eignet.

## **1. Die Globalisierungsdebatte und die Rolle der Neuen Medien**

Der Titel „Kulturelle Identität in einer globalisierten Welt?“ impliziert bereits, dass zwischen kultureller Identität und einer globalisierten Welt eine ambivalente Beziehung besteht. Kulturelle Identitäten werden zunächst als etwas lokal Verwurzeltes verstanden. Sie sind an lokale Kontexte, wie z. B. Werte, Symbole und Sprache, gebunden und historisch spezifiziert. Damit stehen sie in einem Spannungsverhältnis zu dem Begriff des Globalen, unter dem in den Kulturwissenschaften zunächst die Generalisierung und Entleerung des Symbolischen verstanden wird, aber auch die Loslösung sozialer Handlungen von einem bestimmten Ort und einer bestimmten Zeit. Die Schwierigkeiten bei der Analyse des Begriffes Globalisierung, bestehen neben der Definition vor allem darin, dass die hierfür relevanten Prozesse und deren Folgen, sich sowohl auf der gesellschaftlichen Mikroebene nämlich das einzelne Individuum betreffend, als auch auf der Makroebene gesellschaftsübergreifend auswirken. All zu oft werden diese beiden Ebenen nicht getrennt untersucht. Im Folgenden werden daher, zunächst die Beziehung zwischen Globalisierung und den Neuen Medien sowie deren Einflüsse, auf der Mikroebene betrachtet und danach die Einflüsse auf die Makroebene. Auf der Mikroebene gibt es nach Breidenbach und Zukrigl (1998) Anzeichen für ein neues Verhältnis von Gemeinschaft, Ort und Kultur: “Für eine wachsende Anzahl von Menschen, wie Migranten, Geschäftsleute, Jugendliche, Wissenschaftler, Künstler oder Internetbenutzer, verlieren feste geographische Räume als wichtigste Bezugspunkte der Identität und des Alltagslebens ihre Bedeutung und werden von deterritorialiserten Gemeinschaften abgelöst, die durch soziale, berufliche und ideelle Gemeinsamkeiten miteinander verbunden sind” (ebd., S. 142). Als Ursache für diese

Veränderungen wird neben verstärkten Migrationsprozessen und weltweitem Tourismus vor allem die weltweite Etablierung von vernetzten digitalen Kommunikationsmedien genannt. Wir befinden uns daher im so genannten „Medienzeitalter“, in dem den weltweit vernetzten Medien der größte Einfluss auf die postulierten sozio-kulturellen Veränderungen zugeschrieben wird.

Auch für Anthony Giddens, der unter den Autoren, die sich in den letzten Jahren intensiv mit Globalisierung beschäftigt haben, einen prominenten Rang einnimmt, spielen die Veränderungen der Raum-Zeit Bezüge von sozialen Handlungen eine wichtige Rolle. Er definiert Globalisierung als eine „[...] Intensivierung weltweiter sozialer Beziehungen, durch die entfernte Orte in solcher Weise miteinander verbunden werden, daß Ereignisse am einen Ort durch Vorgänge geprägt werden, die sich an einem viele Kilometer entfernten Ort abspielen, und umgekehrt“ (Giddens 1990, S. 85). Er spricht dabei von der fortschreitenden „Entbettung“ sozialer Beziehungen aus ortsgebundenen Interaktionszusammenhängen und deren „unbegrenzte Raum-Zeit-Spannen übergreifende Umstrukturierung“ (ebd., S.33). Damit verändert sich die Relevanz und Bindungskraft konkreter raumzeitlicher Kontexte, wie z. B. von nationalen Identitäten (ebd., S. 86). Sozio-kulturelle Globalisierungsprozesse werden demnach durch „informations-kommunikationstechnische ‚Revolutionen‘“ (Sterbling 2000, S. 81) herbeigeführt, die eine „Dehnung“ von raumzeitlicher sozialer Interaktion zur Folge haben (vgl. Giddens 1990, S. 85 ff.). Eine Dehnung insofern, da es sich bei dem Internet (als Konglomerat verschiedener Anwendungen) nicht um ein Massenmedium im klassischen Sinne handelt (Printmedien, Funk, Fernsehen), sondern um eine neue Kommunikationstechnologie. Diese erlaubt den Austausch von Daten in digitalisierter Form, in beide Richtungen – nämlich vom Sender zum Empfänger und zurück – und zwar über beliebige Entfernungen. Damit werden lokale Beteiligungsweisen global gedehnt und ermöglichen Interaktionen selbst über große Entfernungen hinweg. Die durch das Internet ermöglichte weltweite Erreichbarkeit in Echtzeit, erhöht die Interaktionspotenziale zwischen Individuen bzw. Organisationen in räumlich voneinander getrennten Regionen und verstärkt dadurch die Tendenzen einer Neuordnung des Verhältnisses von Zeit, Raum und Kultur (vgl. ebd., S. 85). Soziale Netzwerke von Personen im Sinne von Gemeinschaften, bilden sich nicht mehr wie bisher nur dort, wo diese zu einem bestimmten Zeitpunkt real zusammenkommen, sondern Zeit und Orts unabhängig, zwischen beliebigen Orten an denen man sich „einloggen“ kann bzw. wo es Möglichkeiten zum senden und empfangen von Nachrichten gibt (vgl. TAB 2005, S.56). Die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien bilden deshalb die Brücke zwischen lokalen Kontexten, wie kulturellen Identitäten und globalen Kontexten, wie der Verbreitung von einheitlichen Symbolsystemen, Lebensstilen und Stereotypen (vgl. Schmidt 1999, S.125).

Das Internet gilt nach Breidenbach und Zukrigl daher als ein geeignetes Werkzeug zur Förderung des interkulturellen Austauschs, mit dessen Hilfe sich auch kleinste Sprach- und Interessengruppen vernetzen und artikulieren können (vgl. Breidenbach/Zukrigl 1998, S. 23). Weiter schlussfolgern sie: „Durch Globalisierung differenziert sich die Welt. Durch die exponentiell gewachsenen Kontakte zwischen Menschen und Gesellschaften wächst die Kenntnis alternativer Lebensformen, Werte und Weltbilder. [...] In der Auseinandersetzung mit globalen Einflüssen entstehen neue Kulturformen“ (Breidenbach/Zukrigl 1998, S.35-37). Andere Autoren, wie Siegfried J. Schmidt (1999), Detlef Nothnagel (2000) und Juliana Roth (2000) sehen ähnliche Folgen der medialen Globalisierung. Sie argumentieren, dass die weltweit vernetzten Medien einerseits in der Lage sind, alles zu beobachten und andererseits die Möglichkeit bieten, überall und von jedem rezipiert zu werden. Daraus ergibt sich eine Beobachtungssituation, die Kontingenzerfahrungen erhöht. Jeder, der heute Medien rezipiert oder – wie im Falle des Internets – daran aktiv partizipiert, erfährt, dass alles auch ganz anders sein könnte, dass Andere alles ganz anders sehen und machen, bewerten und empfinden (vgl. Schmidt 1999, S. 123). Neben Kontingenzerfahrungen bestehen die individuellen Konsequenzen der Internet-technologie vor allem darin, dass sich die quantitativen Faktoren der Kommunikation verän-

dern. Information, Kommunikation und Partizipation werden durch das Internet vielfach einfacher, schneller und kostengünstiger ermöglicht (vgl. TAB- 2005, S. 56). Auch das Angebot an Informationen und an neuen Informationsquellen steigt durch das Internet. Die klassischen Gatekeeper wie Print- und Rundfunkmedien verlieren zunehmend diese Funktion. Internet-suchmaschinen, wie z.B. Google, Yahoo und Lycos, ermöglichen jedem den Zugriff auf sie hat, schnelles Suchen bzw. Recherchieren und Selektieren von Informationen. Somit werden Informationsquellen die weit außerhalb des eigenen lokalen Kontextes liegen einfacher, schneller und billiger erschließbar als bisher.

Auf der Makroebene hingegen werden die kulturellen und sozialen Folgen dieser globalisierten medialen Möglichkeiten in Bezug auf den Prozess der lokal gebundenen Identitätsbildung als problematisch angesehen. So argumentiert z. B. Roth (2000) zugespitzt: „Die größere Öffnung nach außen verursacht innen Ängste vor Identitätsverlust“ (S. 100). Es wird erwartet, dass medial erzeugte Kontingenzerfahrungen zu einer Pluralisierung von Lebenswelten führen (vgl. Nothnagel 2000, S. 65 ff.). Die Kenntnis anderer bzw. fremder Alltags- und Lebensformen könne demnach zur Verunsicherung der Individuen und zur Relativierung der eigenen Werte und Lebenswelten führen. Dieser Prozess der Entwurzelung, hier als kulturelle Enttraditionalisierung verstanden, führe dazu, dass Individuen gezwungen werden, ihre Identität neu zu definieren. Die aus diesem Szenario abgeleiteten Schlussfolgerungen für die Kultur werden in zwei sich diametral gegenüberstehenden Thesen formuliert: zum einen als Fragmentierungsthese und zum anderen als Nivellierungs- bzw. Homogenisierungsthese. Unter der Fragmentierungsthese werden gleich mehrere Szenarien verhandelt, so könnte dieser Prozess (neben den Folgen der Moderne<sup>1</sup>) zu einer weiteren Differenzierung von Gesellschaften führen. Indem zunehmend kulturell fremde Lebens- und Arbeitsformen angenommen werden, wird gleichzeitig Integration in die lokalen kulturellen Kontexte immer mehr erschwert. Die Stichworte, die diesen Prozess der Vermischung von kulturell verschiedenen Stilen, Sitten und Traditionen umschreiben, sind hierbei: kulturelle Pluralisierung, Hybridisierung<sup>2</sup> bzw. Kreolisierung<sup>3</sup> (vgl. Luger/Renger 1994; Hannerz 1987). Neben der Vermischung von „eigener“ und „fremder“ Kultur gibt es Anzeichen dafür, dass sich kulturelle Identitäten wieder verstärkt nach lokalen traditionellen Mustern richten. Die permanente Präsenz fremder Bilder, übertragen durch die neuen elektronischen Medien, entleert und unterhöhlt nationale Identität, indem sie Weltbilder, Handlungs- und Lebensweisen zeigen, die den eigenen kulturellen Kontexten widersprechen. Dies führe, so die Befürchtungen, nicht nur zu einem Verlust der nationalen kulturellen Bindung, sondern als Abwehrreaktion auf das Überangebot fremder Kultursymbole, zu einer verstärkten Suche nach lokal gebundener kultureller Identifizierung (vgl. Nothnagel 2000; Barber 1997; Castells 2001). Symptomatisch dafür sind lokalpatriotische und nationalistische Identitätsentwürfe wie sie z. T. für Osteuropa diagnostiziert werden (vgl. Roth 2000, S. 97). All diese verschiedenen Tendenzen könnten zu einer zunehmenden Fragmentierung von Nationalgesellschaften und ihre Kulturen führen. Ihren Gegenpol findet dieses als Fragmentierungsthese bezeichnete Leitbild in der nicht minder häufig anzutreffenden Nivellierungs- bzw. Homogenisierungsthese. Demnach würden kulturelle Standardisierungen (Symbolsysteme) einzelner Gesellschaften z. B. zur Bewertung und Beurteilung von medialen Inhalten global verbreitet. Da Internetkommunikation vor allem von Nutzern aus hochtechnisierten Industriestaaten mit westlicher Kulturprägung und vornehmlich in Englisch geführt wird, werden die von ihnen etablierten Kommunikationsstandards, die z. T. auch normativ sind (z. B. Netiquettes), globalisiert (vgl. Huber 1997, S. 73). Das Hauptargument für diese These ist, dass es empirisch gesicherte Erkenntnisse darüber gebe, dass „Medienkommunikation normalerweise dichter von Zentren zu Peripherien fließt denn umgekehrt“ (Saxer 1989, zitiert nach Saxer 1999, S. 104). Aus der Tatsache des dichteren Kommunikationsflusses von

---

<sup>1</sup> Durch Aufklärung, Säkularisierung und Individualisierung.

<sup>2</sup> Mischkulturen, wie z.B. die Kultur türkischstämmiger Menschen, die in Deutschland geboren sind.

<sup>3</sup> Durchmischung mehrerer Kulturen.

Zentren (den westlichen Industriestaaten) zu Peripherien (industriell schwächere, vor allem nichtwestliche Staaten), wird häufig die Gefahr eines zwangsläufigen Prozesses der Anpassung von vorher kulturell unterschiedlichen Gesellschaften an ein globales Symbolsystem (vornehmlich kulturell westliches Symbol- und Sprachsystem)<sup>4</sup> geschlussfolgert.

## 2. Das Konzept der „kulturellen Identität“

Wie sich aus der vorangegangenen Skizze der für das Thema „kulturelle Globalisierung“ wesentlichen Argumentationen, Thesen und Befürchtungen, Hoffnungen erkennen lässt, spielt der Begriff der „Identität“ – zumeist gemeint als kulturelle Identität – eine zentrale Rolle. Dabei fällt auf, dass der Begriff als solcher zwar häufig auftaucht, aber nur in den seltensten Fällen expliziert wird.

Um die Prozesse von medialer Globalisierung sowie ihre Einflüsse und Folgen auf Identität (vor allem kultureller Identität) zu untersuchen, ist es erforderlich, einen genaueren Blick auf das Konstrukt „kulturelle Identität“ zu werfen. Die theoretische Konzeptualisierung ist deshalb besonders schwierig, weil die beiden Begriffe schon für sich eine ganze Palette an Bedeutungsmöglichkeiten und Konzepten beinhalten. Das kulturelle Identitätskonzept wird daher im folgenden Abschnitt (2.1) von einem psychologischen Ansatz hergeleitet und in 2.2 durch einen aussagefähigen Kulturbegriff konkretisiert.

### 2.1 The Social Identity Theory und kulturelle Identität

Graumann (1999) verweist darauf, dass der Identitätsbegriff, wie er in den Sozial- und Kulturwissenschaften im Zusammenhang mit Kultur verwendet wird, ursprünglich aus dem psychoanalytischen Konzept von Sigmund Freud stammt und später von Erik H. Erikson zum theoretischen Begriff der „Ich-Identität“ weiterentwickelt wurde (vgl. Graumann 1999, S. 59). Damit ist im Kern die Abfolge von individuellen psychologischen Krisen gemeint. Der Begriff Krise ist hierbei nicht zwangsläufig (wie im Alltagssprachgebrauch) negativ zu verstehen, sondern eine Krise ist, allgemein gesprochen, der Moment, in dem sich entscheidet, ob eine Entwicklung erfolgreich verläuft oder misslingt. In den 80er Jahren entwickelte Henri Tajfel (1982) anhand der von ihm durchgeführten Minimalgruppenexperimente das Konzept der Social Identity Theory (SIT) (vgl. etwa Abrams/Hogg 1999). In der SIT geht es zunächst um die individuellen Prozesse der Kategorisierung von Wahrnehmung, wie z. B. des eigenen Selbst, anderer Menschen und der Umwelt. Die Grundannahme ist dabei, dass der Mensch Kategorien in Form von Stereotypisierungen bildet, um seine Umwelt zu strukturieren und zu systematisieren. Nahm man vorher an, dies geschehe, da Menschen prinzipiell nur sehr begrenzt in der Lage sind, Informationen aus ihrer Umwelt differenziert zu erfassen und zu verarbeiten, wies Tajfel erstmals darauf hin, dass sich hinter diesen Stereotypierungsmechanismen auch eine soziale Funktion verbergen könnte (vgl. ebd., S. 9). So dient die Bildung von Stereotypen nach Tajfel der Einschätzung und Zuordnung sozialer Kontexte sowie der sozialen Unterscheidung (vgl. Abrams/Hogg 1999, S. 9)<sup>5</sup>. Dies ermöglicht eine eindeutig Unterscheidung zwischen Mitgliedern und Nichtmitgliedern einer Kategorie<sup>6</sup>. Im Zuge dieser sozialen Kategorisierung klassifiziert der Mensch dabei nicht nur andere als Mitglieder bestimmter Kategorien, sondern es erfolgt parallel auch eine eigene Zuweisung in bestimmte Kategorien.

---

<sup>4</sup> „...increased contact has led to the spread ... of Western (especially US) cultural practices. Traditional dress has been replaced by suits in business settings in every country in the world; young people in urban areas everywhere watch films made in Hollywood, listen to rock and roll, play video games, talk on cell phones, wear jeans, drink Coke, eat pizza (or McDonald's hamburgers), speak English, and increasingly, frequent cybercafes” (Herring 2001, Foreword).

<sup>5</sup> Im Original: „[...] such as justification, causal attribution, social differentiation“ (Abrams/Hogg 1999, S. 9).

<sup>6</sup> Kategorien sind hier als Gruppen sozialer Zugehörigkeit zu verstehen.

Damit stellen Kategorien ihren Mitgliedern ein selbst-referentielles System bereit, welches die Individuen in ihrer sozialen Umwelt verortet und folglich zur Bildung einer sozialen Identität beiträgt. Die SIT verbindet Gruppenprozesse auf der einen mit individuellen Prozessen auf der anderen Seite. Der Begriff Kultur spielt jedoch in diesem Konzept keine Rolle.

Im Folgenden soll mit Graumann (1999) gezeigt werden, dass sich über den Begriff der Identifikation eine Brücke von der sozialen Identität zur kulturellen Identität konstruieren lässt. Vom Begriff der Identifikation aus gesehen bedeutet Identität zumeist dreierlei: andere zu identifizieren, selbst identifiziert werden und sich mit anderen zu identifizieren. Nach Graumann, der sich dabei auch auf Harold Proshansky (1978) bezieht, ist „jede soziale Identität [...] nicht nur interpersonal-interaktiv eingebunden; sie ist immer auch ortsbezogen und dingbezogen“ sowie auf das Symbolische ausgerichtet (Graumann 1974, zitiert nach Graumann 1999, S. 64). „Was Orte und Dinge sowie Personen symbolisieren können, sind letztlich Werte, die in ihrer Gesamtheit eine Kultur definieren“ (ebd., S. 67 ff). Identifikation, und damit auch ein Teil der Identität, ist demnach immer wertbezogen und stellt eine Identifikation mit einer Gemeinschaft dar, die diese Werte teilt. Damit erhalten wir eine erste Vorstellung davon, was unter kultureller Identität zu verstehen ist: Identifikation mit bestimmten Werten und damit – zumindest partielle – Zugehörigkeit zu den Gruppen, die diese Werte vertreten. Eine solche wertbezogene und damit kulturelle Identität kann auch aufgebaut werden aus Nicht-Identifizierung bzw. Negation anderer Werte und deren symbolische Äußerung (z. B. Anti-Kernkraft, Anti-Kapitalismus usw.) –es kann daher auch zwischen positiver und negativer kultureller Identifikation unterschieden werden. Versteht man kulturelle Identität in diesem Sinn, so wirkt sie auf der einen Seite integrierend und auf der anderen Seite dient sie zur Ab- und Ausgrenzung von Zugehörigkeit zu Kollektiven. Da jedes Individuum mehreren solchen Wertegemeinschaften (Gruppen) gleichzeitig und im Laufe seines Lebens nacheinander angehören bzw. sich mit diesen identifizieren kann (Multikollektivität), muss der Verhandlungsakt zwischen Identifikation und Negation ständig neu ausgetragen werden. Kulturelle Identität ist deshalb als Prozess anzusehen und oft konfliktreich und heterogen konstruiert, worin letztendlich ihr Dilemma liegt.

Zwischen Vergangenheit und Zukunft liegt der zeitliche Aspekt der kulturellen Identität: „Was der Mensch sei, sagt ihm nur seine Geschichte“ (Dilthey 1931, S. 224). Kulturelle Identität ist fast immer problematisierend aufgeladen, weil sie zuallererst (in der Vergangenheit) zu suchen, (in der Gegenwart) zu finden bzw. zu entwickeln ist, oder weil sie (in der Zukunft) verloren zu gehen droht (vgl. Graumann 1999, S. 60).

## **2.2 Der „Kulturbegriff“ im Konzept der „kulturellen Identität“**

Auch der Kulturbegriff ist – ähnlich wie der Identitätsbegriff – für viele Zwecke dienlich und wird entsprechend oft thematisch modifiziert (vgl. Saxer 1999, S. 98). Die Philosophie, die Soziologie, die Ethnologie, die Kulturwissenschaft und transdisziplinäre Schulen, wie die Cultural Studies haben das, was aus ihrer Sicht unter Kultur zu verstehen ist, zu beschreiben und zu charakterisieren versucht<sup>7</sup>. Selbst innerhalb der einzelnen Fachdisziplinen bleibt der Kulturbegriff jedoch oft vage und ambivalent. Die theoretischen Schwierigkeiten beginnen mit den vielen Formen, die Kultur annehmen kann, und enden mit den Paradoxien<sup>8</sup>, auf die man unweigerlich bei der wissenschaftlichen Betrachtung des Phänomens Kultur stößt.

So wird Kultur häufig als Orientierung oder Standardisierung von Werten oder Verhalten beschrieben (und damit als einheitlich), auf der anderen Seite finden sich aber auch individuelle Variationsspielräume, Subkulturen und Kleinstkollektive, die Kulturen divergent erscheinen lassen (vgl. Demorgon/Molz 1996, S. 43 f.).

<sup>7</sup> Siehe hierzu: Gerhards 2000, Einleitung; Moosmüller 2000, S.16

<sup>8</sup> Demorgon und Molz nennen u. a. drei der häufig in der Literatur genannten Paradoxien von Kultur: „Kontinuität und Wandel, Vereinheitlichung und Differenzierung, Öffnung und Abgrenzung“ (1996, S. 50, Herv. i. O.).

Mit dem von Hansen (1995) entwickelten „differenzlogischen“<sup>9</sup> Kulturkonzept lässt sich diese (scheinbare) Paradoxie auflösen. Anstatt Kultur als holistische Ganzheit im Sinne Johann G. Herders (1774) zu betrachten, geht Hansen von einem Kulturverständnis aus, das die Einheit von Kultur aus ihrer Differenziertheit heraus erklärt.

Nimmt man Deutschland als Beispiel, so findet sich innerhalb der deutschen Kultur eine Vielzahl von unterschiedlichen Lebensweisen. Schaut man sich z. B. die Lebensweise eines niederbayrischen Tischlers im Vergleich zu einem Manager an der Frankfurter Börse an, würde es auf den ersten Blick schwer fallen, viele Gemeinsamkeiten in ihrem Lebensalltag zu finden. Viel eher könnte man die Unterschiede beschreiben. Dennoch bestehen zwischen den beiden, so unterschiedlich ihre Lebensweise und ihr Alltag im Einzelnen erscheinen, gewisse Gemeinsamkeiten, die sie als Mitglieder ein und derselben Kultur kennzeichnen. Diese Gemeinsamkeiten, die Hansen auch als „Kitt“ bezeichnet, sind zunächst die gemeinsam gesprochene Sprache und die gemeinsam erlebte bzw. tradierte Geschichte (Hansen 1995, S. 179)<sup>10</sup>. Sprache ist nicht nur ein Ausgabe- oder Übertragungsmedium, das verbale Kommunikation ermöglicht, sondern sie ist eng mit der Wahrnehmung und dem Verstand verbunden. Durch Sprache werden Dinge nicht einfach nur benannt, vielmehr werden sie mit einer Bedeutung und einer Vorstellung (einem Bildnis) versehen (vgl. ebd., S. 62). Jede Sprachgemeinschaft besitzt damit eine eigene, über ihre Sprache hergestellte bedeutungsspezifische Wahrnehmung von Lebenswirklichkeit, die wiederum Kohäsion fördert und als Ein- und Ausgrenzungsmechanismus funktioniert. Auch Geschichte stellt eine eigene Bedeutungssphäre dar. Sie wirkt in Form von Traditionen sowie historischen Gedenk- und Feiertagen in die reale Lebenswirklichkeit hinein und beeinflusst nachhaltig Denken und Handeln. Sprache und Geschichte bedingen sich gegenseitig: zum einen, weil Geschichte durch Sprache tradiert wird, zum anderen, weil Sprache selbst historisch gewachsen ist und durch historische Ereignisse verändert wird. Sprache und Geschichte fördern Kohäsion einer Gemeinschaft und bilden einen ersten kulturell prägenden Hintergrund. Dieser ist jedoch in gewisser Weise unfreiwillig, da er durch Geburt und Sozialisation erlangt wird. Durch Sozialisation – in diesem Sinne Bildung und Erziehung – erlernt das Individuum nicht nur die Muttersprache und erfährt etwas über die spezifische, für seine Gesellschaft relevante Geschichte, sondern es erfolgt auch eine Einführung und Eingliederung in die gesellschaftliche Organisation und ihre Institutionen. Diese symbolisieren die für die jeweilige Kultur typischen standardisierten Handlungs- und Sinnmuster sowie die ihnen zugrunde liegenden Werthaltungen. Diese Standardisierungen bilden den Rahmen dessen, was die Angehörigen einer Kultur als „normal“ empfinden. An der Institution des Geburtstages lassen sich diese wertbezogenen Standardisierungen als mikronormative Vorgaben veranschaulichen: „Freue Dich, lade ein, bereite unalltägliche Speisen und Getränke, nehme Geschenke in empfang und bedanke Dich“ (ebd., S. 110). Gefühlsvorgaben sind dabei ebenso wichtig wie die anderen Entscheidungsvorgaben der Institution, denn auch sie dienen der Verhaltenssicherheit. „Wenn jemand sich nicht an die Regeln hält, wird die Interaktion unterbrochen, die anderen sind verwirrt, und man betrachtet ihn als exzentrisch oder gar verrückt“ (Argyle 1972, S. 84). Meist sind diese kulturellen Regeln nicht ausformuliert und relativ unbewusst, da diese durch Sozialisation angeeignet werden. Etikette, Sittennormen sowie Rechtsnormen bilden dabei eine Ausnahme, da sie z. t. ausformuliert (Etikette und Sittennorm) oder verschriftlicht (Rechtsnorm) vorzufinden sind. Es handelt sich bei den kulturellen Standardisierungen demnach um normative kollektive Vorgaben, die je nach Ausformuliertheit unterschiedlich stark restriktiv wirken können (Gewohnheits-, Wert-, Sitten- und Rechtsnorm).

---

<sup>9</sup> Zum Begriff siehe: Drechsel/Schmidt/Gölz 2000, S.16 f.

<sup>10</sup> Eine gemeinsame Geschichte (historische Fakten) führt nicht zwangsläufig zu gemeinsamen Ansichten über diese, sie bildet aber den Ausgangspunkt und einen gemeinsamen Bezugspunkt für diese Ansichten (vgl. ebd., S. 146).

Im Gegensatz zu den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen (z. B. Sprache und Geschichte) besteht aber bei der Auswahl der verfügbaren Handlungs- und Sinndeutungen eine gewisse Entscheidungsfreiheit, nämlich durch die Möglichkeit, sich für oder gegen die Mitgliedschaft in einem Kollektiv und dessen Vorgaben zu entscheiden. Innerhalb von Kulturen können, wie oben im Identitätskonzept bereits angerissen, beliebig viele und permanent wechselnde Gruppen bzw. Kollektive existieren<sup>11</sup>. Neben dem Kollektiv der Familie, dem man qua Geburt „zugeteilt“ wird, existieren in den meisten Gesellschaften zahlreiche andere Kollektive, deren Teilnahme und Identifikation – zumindest ab einem bestimmten Alter – freiwillig und wählbar ist (vgl. Hansen 1995, S. 139). Jedes Kollektiv handelt durch Kommunikation eigene spezifische Standardisierungen aus. Diese Standardisierungen erfolgen nach Hansen in folgenden Bereichen: *Kommunikation, Denken, Empfinden, Verhalten* und *Handeln*. Das Individuum kann sich bei den angebotenen Kollektiven und Gesinnungsgemeinschaften zwar innerhalb seiner sozialisierten Rahmenbedingungen<sup>12</sup> frei entscheiden, dennoch bleibt seine Entscheidung (für bestimmte Kollektive oder dagegen) wie auch sein Handeln (innerhalb von verschiedenen Kollektiven) nicht ohne soziale Folgen. Die Zugehörigkeit zu einem Kollektiv kann den Zutritt zu anderen erschweren oder sogar ausschließen (vgl. Hansen 1995, S. 140). Nach Hansen kann man daher festhalten: „Die Individuen bilden das Kollektiv, und es formt die Individuen, die ihre Identitäten in Reaktion auf kollektive Vorgaben gewinnen“ (ebd., S. 177). Die darin enthaltene Wechselwirkung zwischen Individuum und Kollektiv formuliert Hansen folgendermaßen: „Einerseits wird Kultur [in Form von kollektivierten Normen] von den Einzelindividuen geschaffen, andererseits schafft sie deren Identität“ (Hansen 1995, S. 213).

Die Zugehörigkeit von Individuen zu bestimmten Kollektiven wird über Symbole als Ausdruck der kulturellen Identität nach außen kommuniziert und dadurch Identifizierbarkeit gewährleistet. Kulturelle Identitäten beeinflussen nicht nur über die mentale Strukturierung das Verhalten und die Kommunikation etc. von Individuen, sondern fungieren auch als Ein- und Ausgrenzungsmechanismus (vgl. ebd., S. 113). Individuen gehören in der Regel nicht nur einem Kollektiv an, sondern sind in mehrere Kollektive eingebunden. Auf die kulturelle Identität bezogen, bedeutet die multikollektive Zugehörigkeit von Individuen, dass kulturelle Identität keinen permanenten Zustand bildet, sondern ihre Herausbildung als ständiger Prozess angesehen werden muss. Dieser Prozess spielt sich innerhalb und zwischen den verschiedenen Kollektiven ab, zu denen das Individuum gehört. Die Kollektive „stellen die Denk-, Empfindungs- und Verhaltensangebote bereit, aus denen es – teils bewusst, teils unbewusst – die einmalige Mischung seines „Soseins“ rekrutiert. Schon durch die Mitgliedschaft in verschiedenen Kollektiven und die daraus resultierende Kombination von Standardisierungen ist also die Einmaligkeit des Einzelnen gesichert“ (Hansen 1995, S. 177).

Der Identitätsbegriff wird durch Hansens „Kulturbegriff“ vom Individuum – und damit von der Mikroebene – losgelöst und mit der Makroebene der Kollektive verbunden. Es wird erneut das (weiter oben im Identitätsteil bereits angedeutete) wechselseitige Verhältnis des kulturellen Identitätsbegriffes in Bezug auf die Kollektivebene deutlich. Das bedeutet, dass Individuen, die sich mit bestimmten Kollektiven und deren Werten (in Form von normativen kulturellen Standardisierungen) identifizieren, gleichzeitig durch diese Standardisierungen mental geformt werden. Indem sie diese Normen leben, werden sie zu ihrer kulturellen Identität.

---

<sup>11</sup> Es ist davon auszugehen, dass die Anzahl wählbarer Kollektive, je nach Gesellschaft, variiert.

<sup>12</sup> Pierre Bourdieu verweist in „Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft“ (1987) auf den Begriff des „kulturellen Kapitals“; dieses ist bei Bourdieu an die Sozialisation in und die Zugehörigkeit zu bestimmten sozialen Schichten gebunden.

### **3. Der Einfluss der global vernetzten Massenmedien auf kulturelle Identität**

Die oben dargelegte Argumentation bezüglich des fragmentierenden bzw. homogenisierenden Einflusses der neuen netzbasierten Medien lässt sich nun in Bezug auf das Konzept der kulturellen Identität weiter konkretisieren. Die gängige Argumentation vieler Autoren hat dabei in gewissem Sinne eine „mediendeterministische“ Stoßrichtung (vgl. Saxer 1999, S. 115). Demnach würden durch die weltweit zunehmende Vernetzung der Massenmedien – und die dadurch gestiegene Vermittlung von Kontingenzerfahrungen – die kulturellen Prozesse der Sozialisation und der Identitätsbildung problematisch. Eine andere Perspektive zu dieser mediendeterministischen Argumentation eröffnet sich durch die Zuhilfenahme des oben skizzierten kulturellen Identitätskonzeptes. Durch die im Identitätsteil (2.1) dieses Artikels festgestellte und im Kulturteil (2.2) vertiefte Kopplung des Konzeptes der kulturellen Identität an kollektive Bezüge lässt sich ein anders Bild der Wirkung von massenmedial globalisierten Botschaften auf kulturelle Identität erschließen: Denk-, Gesinnungs- und Handlungsweisen werden über die Zugehörigkeit zu bestimmten Kollektiven stark beeinflusst. Das bedeutet, Medien werden zwar von Individuen rezipiert, jedoch erfolgt die Bewertung und Einordnung der Informationen immer in Bezug auf die vorstrukturierten kulturellen Standardisierungen der Kollektive.

Die Medienrezeptionsforschung kommt, zumindest, was die klassischen Massenmedien betrifft, zu ähnlichen Schlussfolgerungen. Es konnte z. B. durch detaillierte empirische Studien bereits nachgewiesen werden, dass ein- und dasselbe fiktionale Medienangebot, wie z. B. die amerikanische Soap Opera „Dallas“, kulturspezifisch rezipiert wird (vgl. Liebes 1988; Liebes/Katz 1990). Daraus lässt sich schlussfolgern, dass die Menschen die Botschaften der Massenmedien kulturspezifisch vor dem Hintergrund ihrer sozio-historischen Kontexte rezipieren. Das würde für die oben angedeutete Vermutung sprechen, dass kulturelle Bindungen einen hohen Stellenwert in der Verarbeitung und Bereitstellung von Wahrnehmungs-, Denk-, Interpretations- und Handlungsmustern einnehmen. Sie garantieren einen ständigen Prozess der Einordnung von Kontingenzerfahrungen in den eigenen kulturellen Kontext.

### **4. Probleme, Fragen und Potenziale des Konzeptes der kulturellen Identität**

#### **4.1 Probleme und offene Fragen**

Generell fehlt es dem Konzept der kulturellen Identität zum einen noch an Konkretisierung und zum anderen an Inhalten. Ein erster Schritt zur Verbesserung des Konzeptes ist die Ab- und Eingrenzung der Begriffe „Kultur“ und „Identität“, die in diesem Artikel in Grundzügen skizziert wurden. Das hier vorgestellte – in der dritten Buchaufgabe erweiterte – Kulturkonzept von Hansen kann als erste theoretische Basis verwendet werden, es sind jedoch weitere Spezifizierungen nötig. So wäre zum Beispiel zu klären, was genau unter den kulturellen Standardisierungen (in den Bereichen: *Kommunikation, Denken, Empfinden, Verhalten* und *Handeln*) zu verstehen ist. Hansen kommt hier mit der Methode der „dichten Beschreibung“ von Geertz (1987) in der Theoriebildung nicht über die Beschreibung von Einzelphänomenen hinaus. Die Frage nach den Formen der Standardisierungen in den einzelnen Bereichen und wie sich diese wissenschaftlich beschreiben lassen, bleibt noch größtenteils ungeklärt. Erst durch eine Kategorisierung der speziellen kulturellen Standardisierungen in den einzelnen Bereichen, lassen sich Kollektive charakterisieren und wird ein Vergleich zwischen Kollektiven möglich. Es fehlt zudem noch ein theoretischer Ansatz zum Wandel von kultureller Identität. Dabei stehen folgende Fragen im Vordergrund:

1. Wie statisch oder dynamisch sind kulturelle Identitäten?
2. Wie vollzieht sich ihr Wandel und welche gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und historischen Faktoren spielen dabei eine Rolle?
3. Bleiben spezifische Aspekte der kulturellen Identität erhalten, auch wenn das Kollektiv, auf das sie sich beziehen, (aus welchen Gründen auch immer) zerfällt?

Erst wenn diese Fragen geklärt sind, lassen sich belastbare Aussagen über das Verhältnis von Globalisierung und kultureller Identität treffen.

## 4.2 Methodische Fragen und Potenziale

Es besteht allgemein die Forderung, bei der Analyse dieses transdisziplinären Themenkomplexes auch die bereits gesicherten Erkenntnisse der einzelnen Disziplinen fachübergreifend zu berücksichtigen. So wurde oben (in 3.) schon auf die wichtigen Studien zur Medienrezeptionsforschung hingewiesen. Daraus lässt sich schlussfolgern: „kulturelle Identität kann sich offenbar in *kulturspezifisch unterschiedlicher Verarbeitung* identischer Kommunikationsstimuli manifestieren“ (Saxer 1999, S. 105, Hervorhebung i. O.). Daran anschließend müsste, gerade um das Verhältnis von kultureller Identität und Internet näher zu beleuchten, nach einer *kulturspezifisch differierenden Internetnutzung* im qualitativen Sinne gefragt werden. Wenn man, Hansen folgend, Kommunikation als kulturspezifische Standardisierung begreift, müssten sich solche Unterschiede auch empirisch in den einzelnen Internetanwendungen nachweisen lassen. Erste empirische Ansätze in diese Richtung gibt es zwar – z. B. seitens der Cultural Studies, etwa zur Untersuchung von Websites (z. B. Leonardi 2002; Marcuse/Gould 2000; Würtz 2004) – jedoch werden dabei zumeist nur stark verkürzte makrotheoretische Kulturmodelle, wie die von Edward Hall (1990) oder Geert Hofstede (1993) verwendet. In den meisten Makrotheorien erfolgt – trotz unterschiedlicher Problemzugänge – eine Kategorisierung von Kultur, indem mehr oder weniger ausdifferenzierte „Kulturdimensionen“ erstellt werden. Das Arbeiten mit Kulturdimensionen führt jedoch zwangsläufig zu einem hohen Grad an Stereotypisierung und damit Vereinfachung, wodurch viele Phänomene nicht mehr erfasst werden können. Als Ergebnis solcher makrotheoretischer Ansätze erhält man abstrakte Durchschnittswerte, die wenig oder nichts über konkretes kulturelles Handeln von Individuen aussagen. Die Verwendung von Kulturdimensionen hat bestenfalls deskriptive, nicht aber erklärende Funktion (vgl. Bolten 2001, S. 131). Will man also Kulturphänomene nicht nur beschreiben sondern auch erklären, ist es notwendig empirischen Untersuchungen ein differenziertes und aussagefähiges Kulturkonzept voranzustellen.

Das hier vorgestellte Konzept der kulturellen Identität bietet zunächst zwei Ansätze für eine solche differenzierte Betrachtungsweise:

1. Kultur wird hier sowohl auf der Kollektivebene als auch auf der Individualebene betrachtet und damit sowohl mikro- als auch makroanalytische Perspektiven in ein Konzept integriert.
2. Durch die Differenzierung in verschiedene Kollektive ist es möglich, auch einzelne Kollektive verschiedener Kulturen miteinander zu vergleichen, und somit einer Generalisierung oder allzu starker Stereotypisierung von Kultur zu entgehen.

Weitere Potenziale ergeben sich, bei entsprechender Spezifizierung, hinsichtlich der Untersuchung von Kollektiven in der *netzbasierter Kommunikation*. Die netzbasierte Kommunikation mit ihren vielfältigen Kommunikations- und Interaktionsmöglichkeiten stellt eine denkbare Erweiterung der Möglichkeiten des „Socialising“ (Kollektivbildung und Kollektivkommunikation) dar. Das Internet bietet im Gegensatz zum Telefon, durch die One-to-Many und Many-to-Many Kommunikation Plattformen zur kollektiven Kommunikation. Auf diesen Plattformen (z. B. Web-basierte Online-Foren oder Weblogs) können zum einen bereits bestehende Kollektive ihre Kommunikationsdichte erhöhen, es können sich zum anderen aber auch ganz neue Formen von Vergemeinschaftung herausbilden,

wie z.B. Online-Communities. Diese basieren ebenfalls auf durch Kommunikation ausgehandelten, kommunikativen und normativen Standardisierungen, sind sie daher als „virtuelle“ Gegenstücke von realweltlichen Kollektiven anzusehen? Inwieweit orientieren und identifizieren sich Individuen an diesen Standards und sind diese auch über einen längeren Zeitraum wirksam und somit gemeinschaftskonstituierend? Die Frage ist demnach, ist die Funktion von Online-Communities die gleiche wie die von kulturell normierten realweltlichen Kollektiven? Antworten auf diese Fragen, lassen sich nur durch theoretisch fundierte empirische Untersuchungen finden.

## Literatur:

- Argyle, M. (1972): Soziale Interaktion. Köln
- Barber, B. (1997): Coca-Cola und Heiliger Krieg: Wie Kapitalismus und Fundamentalismus Demokratie und Freiheit abschaffen. Bern/München/Wien
- Beck, U. (1997): Was ist Globalisierung? Frankfurt/M.
- Bolten, J. (2001): Kann man Kulturen beschreiben oder erklären, ohne Stereotypen zu verwenden? Einige programmatische Überlegungen zur kulturellen Stilforschung. In: Bolten, J.; Schröter, D. (Hg.): Im Netzwerk interkulturellen Handelns. Theoretische und praktische Perspektiven. Sternenfels, S. 128-142
- Bourdieu, P. (1987): Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt/M.
- Breidenbach, J.; Zukrigl, I. (1998): Tanz der Kulturen. Kulturelle Identität in einer globalisierten Welt. München
- Burckhardt, J. (1988): Die Kultur der Renaissance in Italien. Stuttgart.
- Castells, M. (2001): Die Netzwerkgesellschaft. Bd.1: Das Informationszeitalter. Opladen
- Demorgon, J.; Molz, M. (1996): Bedingungen und Auswirkungen der Analyse von Kultur(en) und interkulturelle Interaktion. In: Thomas, A. (Hg.): Psychologie interkulturellen Handelns. Göttingen/Bern, S. 43-80
- Dilthey, W. (1977): Ein Traum. Entwurf seiner Rede zu seinem 70. Geburtstag. [1931] In: Dilthey, W. Gesammelte Schriften Bd. 8, Weltanschauungslehre (5. Aufl.). Stuttgart, S. 218 - 224
- Döring, N. (1999): Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen u. a.
- Drechsel, P.; Schmidt, B.; Götz, B. (2000): Kultur im Zeitalter der Globalisierung. Von Identität zu Differenzen. Frankfurt/M.
- Erikson, E. H. (1968): Identity, psychosocial. In: International Encyclopedia of the Social Science Bd. 7. New York, S. 61-65
- Gerhards, J. (2000): Die Vermessung kultureller Unterschiede. Deutschland und USA im Vergleich. Opladen
- Geertz, C. (1987): Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. (5. Aufl.). Frankfurt/M.
- Giddens, A. (1990): Konsequenzen der Moderne. Frankfurt/M.
- Graumann, C. F. (1999): Soziale Identitäten. Manifestation sozialer Differenzierung und Identifikation. In: Viehoff, R.; Segers, R. T. (Hg.): Kultur, Identität, Europa. Frankfurt/M., S. 59-74
- Hall, E.; Hall, M. (1990): Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans. Yarmouth
- Hannerz, U. (1987): The World in Creolisation. In: Africa. Journal of the International African Institute Jg. 57, 1987, Heft 4, S. 546- 559
- Hansen, K. P. (1995): Kultur und Kulturwissenschaft (1. Aufl.). Tübingen/Basel
- Hansen, K. P. (2003): Kultur und Kulturwissenschaft (3. Aufl.). Tübingen/Basel
- Heidenreich, M. (1998): Die Gesellschaft im Individuum. In: Schwaetzer, H.; Stahl-Schwaetzer (Hg.): L'homme machine? Anthropologie im Umbruch. Hildesheim/Zürich/New York, S. 229-248
- Herring, S. (2001): Foreword. In: Ess, C.; Sudweeks, F. (ed.): Culture, Technology, Communication. Towards an Intercultural Global Village. Albany, S. 7-14
- Hogg, M. A.; Abrams, D. (1999): Social Identity and Social Cognition. Oxford
- Hofstede, G. (1993): Interkulturelle Zusammenarbeit: Kulturen-Organisation-Management. Wiesbaden
- Huber, H. D. (1997): Welcome to Securityland. Die Globalisierung von Kommunikation und Kultur im Internet. In: kritische berichte. Zeitschrift für Kunst- und Kulturwissenschaften, Jg. 25, 1997, Heft 1, S. 70-79
- Lash, S. (1996): Reflexivität und ihre Doppelungen: Struktur, Ästhetik und Gemeinschaft. In: Beck, U.; Giddens, A.; Lash, S. (Hg.): Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse. Frankfurt/M., S. 195-286
- Lash, S. (1998): Wenn alles eins wird. Wir leben in einem Zeitalter der globalen Kulturindustrie. Darin liegen auch Chancen. In: die Zeit Nr. 10, vom 26.02.1998, S. 41-42
- Leach, E. (1987): Kultur und Kommunikation. Frankfurt/M.
- Leonardi, P. M. (2002): Cultural Variability in Web Interface Design: Communicating U.S. Hispanic Cultural Values on the Internet. In: Sudweeks, F.; Ess, C. (ed.): Fourth International Conference on Cultural Attitudes towards Technology and Communication 2004. Murdoch, S. 297-315
- Liebes, T. (1988): Cultural Differences in the Retelling of Television Fiction. In: Critical Studies in Mass Communication, Jg. 5, 1988, Heft 4, S. 277-292
- Liebes, T.; Katz, E. (1990): The Export of Meaning. Cross-cultural Readings of Dallas. New York/Oxford
- Luger, K.; Renger, R. (Hg.) (1994): Dialog der Kulturen. Wien
- Marcuse, A.; Gould, E. W. (2000): Cultural Dimensions and Global Web User. Interface Design: What? So What? Now What? Austin
- McLuhan, M. (1995): The global Village: der Weg der Mediengesellschaft in das 21. Jahrhundert. Paderborn
- Moosmüller, A. (1996): Interkulturelle Kompetenz und interkulturelle Kenntnisse. Überlegungen zu Ziel und Inhalt im auslandsvorbereitenden Training. In: Roth, K. (Hg.): Mit der Differenz leben: Europäische Ethnologie und Interkulturelle Kommunikation. Münster u. a., S. 8-20

- Nothnagel, D. (2000): Lokalität und Globalität. In: Alsheimer, R.; Moosmüller, A.; Roth, K. (Hg.): Lokale Kulturen in einer globalisierenden Welt. München/Berlin, S. 55-79
- Roth, J. (2000): Globalisierung im Westen – Lokalisierung im Osten? Europäische Reaktionen auf Integration in Politik und Wirtschaft. In: Alsheimer, R.; Moosmüller, A.; Roth, K. (Hg.): Lokale Kulturen in einer globalisierenden Welt. München/Berlin, S. 89-103
- Saxer, U. (1989): Medienkommunikation und geplanter Gesellschaftswandel. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 1989, Sonderheft 30, S. 85-98
- Saxer, U. (1999): Kulturelle Identitätsmuster und Medienkommunikation. In: Viehoff, R.; Segers, R. T. (Hg.): Kultur, Identität, Europa. Frankfurt/M., S. 98-120
- Schmidt, S. J. (1996): Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur. Frankfurt/M.
- Schmidt, S. J. (1999): Kultur als Programm. Zur Diskussion gestellt. In: Viehoff, R.; Segers, R. T. (Hg.): Kultur, Identität, Europa. Frankfurt/M., S. 120-129
- Sterbling, A. (2000): Globalisierung und die Ungleichzeitigkeiten des Denkens. In: Alsheimer, R.; Moosmüller, A.; Roth, K. (Hg.): Lokale Kulturen in einer globalisierenden Welt. München/Berlin, S. 79-89
- Tajfel, H. (1982): Gruppenkonflikt und Vorurteil: Entstehung und Funktion sozialer Stereotypen. Bern/Stuttgart/Wien
- Würtz, E. (2004): Intercultural Communication on Websites. In: Sudweeks, F.; Ess, C. (ed.): Fourth International Conference on Cultural Attitudes towards Technology and Communication. Murdoch, S. 109-132

#### Bibliographie:

- Hauser, R. (2006): Kulturelle Identität in einer globalisierten Welt? In: Metzner-Szigeth, A., Ursua, N. (Hg.): Netzbasierte Kommunikation, Identität und Gemeinschaft. Berlin, S. 315-333

#### Zusammenfassung:

Es wird der Zusammenhang zwischen Globalisierung und Kultur im Hinblick auf die Nutzung von Medien, insbesondere der neuen netzbasierten Medien, allgemein beleuchtet und gegensätzliche Positionen dazu dargestellt. Dabei wird deutlich gemacht, dass es zur Konkretisierung sowie einer differenzierten Analyse dieses Zusammenhangs eines aussagekräftigen Konzeptes der kulturellen Identität bedarf. Daraufhin wird ein Konzept kultureller Identitäten umrissen, welches es ermöglichen soll, diesen Zusammenhang differenziert zu untersuchen. Abschließend werden einige noch zu leistende Spezifizierungen des Konzeptes verdeutlicht und programmatische Fragen der Online-Forschung aufgeworfen.

#### Summary:

The article introduces a new concept of cultural identity to the research on the relationship between globalisation and cultures. In order to empirically analyse the usage of new media and its impact on identities, a differentiated concept of cultural identity is needed. A brief review of literature on the effects of globalisation on cultural identities shows some contraries of the current debate. The concept of cultural identity based on the concepts of Carl F. Graumann and Klaus P. Hansen is introduced, its potential for the debate is lined out and it is shown where further specifications are needed. The article concludes with a discussion of how online research could benefit from an elaborated concept of cultural identity.

#### Autoreninformation:

Robert Hauser, M.A., studierte Kulturwissenschaften, Kommunikations- und Medienwissenschaften sowie Religionswissenschaften an der Universität Leipzig. Seit August 2004 ist er Doktorand am Institut für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse (ITAS) im Forschungszentrum Karlsruhe. Schwerpunkte seiner Forschungstätigkeit sind: Kultureller Wan-

del durch netzbasierte Kommunikation, Neue Medien und Medienkultur. Zurzeit ist er engagiert in den folgenden Forschungsprojekten:

Kulturelle Bedingungen und Folgen der Informationstechnik; Leitung des Projekts: Herr Prof. Dr. Gerhard Banse (IIT, TU Cottbus)

European Research Network on Cultural Diversity and New Media (  CULTMEDIA);  
Leitung des Projekts: Herr Prof. Dr. Gerhard Banse (IIT, TU Cottbus)

Kontaktdaten:

Robert Hauser M.A.

Institut für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse (ITAS)

E-Mail: robert.hauser@itas.fzk.de

Tel.: +497247-82-6487

Fax.: +497247-82-6045