

Identität im Social Web¹

Von der Bedeutung der Ethnizität für den gesellschaftlichen Eingliederungsprozess im digitalen Medienumbruch

1 Einleitung

Moderne Konzepte begreifen Identität nicht mehr als fest gefügte, dauerhafte Einheit, vielmehr wird sie gesehen als lebenslang in Bewegung befindliches Gefüge aus zusammenhängenden, nebeneinander und überlappend existierenden Elementen. Wo Migration Menschen zur Auseinandersetzung mit dem ethnischen Element ihrer Identität bewegt, entsteht Bedarf an Orientierung und Selbstverortung.

Zu Zeiten, da durch globale Migrationsbewegungen zunehmend plural geprägte Gesellschaften entstehen, stellt die (mediale) Auseinandersetzung mit der migrationsbedingt neu entstandenen interkulturellen Identität den ersten Schritt dar auf dem Weg der gesellschaftlichen Eingliederung. Wo es an dieser Stelle den in einem nationalen Kontext verankerten klassischen Medien vielfach schwer fiel und fällt, die für die mediale Integration notwendige Öffentlichkeit für *Kommunikation* mit- und daraus resultierendem *Wissen* aller Gesellschaftsmitglieder übereinander zu bieten, könnten die offener angelegten

1 Da die Begriffe in ihrer Bedeutung oft nicht eindeutig verwendet werden, sei hier eingangs klargestellt: Als weltweites Netzwerk aus vielen Rechnernetzwerken ermöglicht das Internet weltweiten Datenaustausch. Das World Wide Web wird umgangssprachlich häufig mit dem Internet gleichgesetzt, da es – anders als andere Dienste – allein über das Internet abrufbar ist: Über das Hypertext-System WWW können Daten von Webservern abgerufen und per Webbrowser auf dem Bildschirm angezeigt werden; Hyperlinks verbinden verschiedene Dokumente untereinander, ganz gleich auf welchem Webserver sie gespeichert sind, und ermöglichen so das gemeinhin als Internetsurfen bezeichnete Wandern durch ein weltweites Netz aus Webseiten. Darauf aufbauend bezeichnet das Web 2.0 eine Reihe von interaktiven und kollaborativen Elementen des Internet und insbesondere des World Wide Web: Über soziale Software, die menschlicher Kommunikation und Zusammenarbeit dienlich ist, erstellen Benutzer Inhalte selbst und tauschen sich darüber aus – etwa über Wikis, Blogs, Online-Netzwerke und Tauschbörsen, Foto- und Videoportale, Bookmark- und Recommender-Systeme. So wird das World Wide Web zum Social Web.

Strukturen des Social Web geeignet sein, dem ergänzend entgegenzukommen. In welchem Maße dies der Fall ist, wird im Folgenden geprüft.

2 Konzepte der ethnischen Identität

Ethnizität als ein Teil der kulturellen Identität, wird in den Ansätzen, die sich in erster Linie für Identitäten und Identitätsprobleme von Migranten interessieren, stets als ein wichtiger, wenn nicht sogar als zentraler Bestandteil gehandelt. Ethnizität umschreibt dabei die ethnische Selbstverortung innerhalb der Aufnahmegesellschaft.²

Schon Max Webers Definition des Ethnischen kann als eine soziale Identitätskategorie aufgefasst werden. Er definiert ethnische Gruppen wie folgt:

Wir wollen solche Menschengruppen, welche aufgrund von Ähnlichkeiten des äußeren Habitus oder der Sitten oder beider oder von Erinnerungen an Kolonisation und Wanderung einen subjektiven Glauben an eine Abstammungsgemeinschaft hegen, derart, daß dieser für die Propagierung von Vergemeinschaften wichtig wird, dann, wenn sie nicht 'Sippen' darstellen, 'ethnische' Gruppen nennen, ganz einerlei, ob eine Blutsverwandtschaft objektiv vorliegt oder nicht. (Weber 1922: 237)

Seinen Ausführungen zufolge handelt es sich bei einer so genannten „ethnischen Gruppe“ nicht um eine „echte“ Gemeinschaft (Blutsgemeinsamkeit), sondern um eine „subjektiv geglaubte“ Gemeinschaft. Demnach existieren „ethnische Gruppen“ nicht von sich aus, sondern entstehen vielmehr durch bestimmte Zuschreibungs- und Definitionsprozesse. Eine ethnische Gemeinschaft konstruiert und erhält sich durch ein Gemeinschaftsgefühl, das unter anderem durch die Verwendung gemeinsamer Symbole und den Glauben an eine gemeinsame Abstammung, Tradition und Kultur erzeugt werden kann. Aufgrund der „geglaubten Gemeinsamkeit“ (ibid.) erscheint es gleichgültig, ob die für die Ethnizität einer Gruppe relevanten Merkmale zurzeit existieren, existiert haben oder fiktiv verankert sind.

Ähnliche, „subjektiv geglaubte“ Gemeinschaften beschreiben Bernd Simon und Amélie Mummendey, wenn sie die Eingliederung von Individuen in eine Gesellschaft als einen Prozess beschreiben, in dem vom Einzelnen sowohl individuelles als auch kollektives Selbstverständnis aktiviert wird:

2 Zur kulturellen Identität zählen darüber hinaus auch regional bedingte, sowie religiöse Prägungen, geschlechtsspezifische Muster, generations- und durch die soziale Lage bedingte Wertvorstellungen.

Der (kognitiven) Konstruktion einer Gruppe entspricht die Akzentuierung von *Intragruppen*-Ähnlichkeiten gegenüber *Intergruppen*-Ähnlichkeiten: „Wir sind einander ähnlich und unterscheiden uns von denen!“ (Simon/Mummendey 1997: 31)

Sie betonen die Wichtigkeit, Selbst-Verständnis immer bezogen sowohl auf das Individuum Mensch, als auch auf den Menschen als Mitglied einer Gruppe zu begreifen (ibid.: 13) – als einen Prozess, der kontextabhängig in kontinuierlichem Wandel begriffen ist. Aspekte individuellen Selbstverständnisses besitzen dabei stets das Potential, die Vorlage für kollektive Selbst-Interpretationen zu liefern (ibid.: 21).

Ähnlich gelagert ist der Ansatz von Frederik Barth, der sich vor allem auf die Grenzen ethnischer Gruppen sowie deren prozesshafte Veränderung und Weiterentwicklung konzentriert, und weniger auf die darin enthaltene kulturell charakteristische Substanz. In der Forschung markiert sein Ansatz einen Wendepunkt, weg von der Erforschung von Ethnien als isolierte Einheiten, hin zur Untersuchung der Bedeutung von Interaktionen verschiedener ethnischer Gruppen für ihre Konstitution und Aufrechterhaltung. Barth beschreibt die Impulse zur Bildung ethnischer Identität als maßgeblich von den einzelnen Individuen ausgehend:

We give primary emphasis to the fact that ethnic groups are categories of ascription and identification by the actors themselves, and thus have the characteristic of organizing interaction between people. (Barth 1969: 10)

In Folge betonen Cohen (1978) und Elwert (1989) Selbstzuschreibungen als zentralen Punkt bei der Konstruktion von Ethnizität, die dadurch einen deutlich situativen Charakter bekommt. Pascht schließlich beschreibt Ethnizität als leere Hülle, die durch Selbst- und Fremdzuschreibungen gefüllt wird (Pascht 1999: 27). So kommt also der Entwicklung/dem Erhalt von (inter-)kultureller Identität in Bezug auf gesellschaftliche Eingliederungsprozesse eine Schlüsselposition zu. Wiederum bestehen über deren genaue Gestalt mehrere Theorien.

2.1 Kulturkonfliktbedingte Identitätskrise

So geht die Kulturkonfliktthese davon aus, dass kulturelle Unterschiede nicht kompatibel seien. Metaphern wie „Leben zwischen zwei Stühlen“ (Stanger 1994), „zwischen zwei Welten“ (Kalifa-Schor 2002), und „zwischen den Kulturen“ (Gemende et al. 1999) zeichnen das Bild eines Selbstverständnisses, wel-

ches zwischen der Aufnahme- und der Herkunftskultur hin und her gerissen ist. Der Ansatz verfolgt damit ein statisches Verständnis von Kultur. Sie wird homogenisiert – „deutsch“ und „anders“ wird gegeneinander gesetzt. Identitäten, die mehrere Kulturen in sich vereinen, sind demnach nicht nur instabil: Sie sind in ihrer Existenz permanent gefährdet – ein Nebeneinander mehrerer Kulturen würde nach diesem Verständnis zwangsläufig eine Identitätskrise nach sich ziehen. Diese Krise steht einem erfolgreichen gesellschaftlichen Eingliederungsprozess von vornherein entgegen.

2.2 Hybride/Bikulturelle Identität

Andere Autoren zeigen auf, dass ethnische Orientierung und gute Kontakte zur ethnischen Kolonie keineswegs zwangsläufig eine Abschottung von der deutschen Mehrheitsgesellschaft nach sich ziehen (Auernheimer 1988, Otyakmaz 1996, Hà 1999, Treibel 1999). Badawia (2002) spricht sehr treffend vom „dritten Stuhl“ und umschreibt damit ein Selbstverständnis, welches bewusst kreiert wird, verschiedene kulturelle Elemente enthält, individuell ausbalanciert wird und trotz ständigen Umformens Stabilität aufweist. Was all diese Annahmen eint, ist ein modernes Identitätsverständnis.

Nicht mehr Einheit, Kontinuität, Kohärenz werden betont, vielmehr herrschen jetzt Begriffe vor, die eine ganz andere Richtung symbolisieren – Begriffe wie Kontingenz, Diskontinuität, Fragmentierung, Übergänge. (Beck-Gernsheim 2007: 102)

Zentral erscheint hier gerade in Bezug auf Migranten auch das von Bhabha geprägte Konzept der „Hybridität“ (Bhabha 2000). Polat spricht in diesem Zusammenhang von bikultureller Identität und meint damit ein „gleichzeitig subjektiv erlebte(s) Gefühl der Zugehörigkeit [...]“, sowohl zur Mehrheits- als auch zur Minderheitsgesellschaft (Polat 1998: 152). Berry et al. sehen in der Marginalisierung – also dem Mangel an Zugehörigkeit zur Herkunfts- und Aufnahmegesellschaft – das Gegenstück zur bikulturellen Identität. Marginalisierung ist demnach ein Worst-Case-Szenario, während der gleichzeitigen Verankerung in der Eigengruppe und der Mehrheitsgesellschaft eine identitätsstabilisierende Wirkung zugeschrieben wird (Berry et al. 2006).

In neueren Ansätzen kommt ein Identitätskonzept zum Tragen, welches im Gegensatz zur Kulturkonfliktthese, „widersprüchliche Erfahrungen nicht schematisch als problemgenerierend definiert“ (Boos-Nünning/Karakasoglu 2005: 300), sondern verschiedene Teilidentitäten zu- und widersprüchliche Identitätsanteile, im Sinne einer multiplen Identitätskonstruktion, nebenein-

ander stehen lässt. Mecheril spricht in diesem Zusammenhang von kulturellen „Mehrfachzugehörigkeiten“ (Mecheril 2003). Keupp et al. thematisieren das Nebeneinander widersprüchlicher Identitätsanteile in ihrem Modell der „Patchwork-Identität“ (Keupp et al. 1999: 47ff.). Demzufolge bilden alle Teilidentitäten „zusammen kein homogenes Ganzes, sondern eher ein – in lebenslanger Entwicklung befindliches – Patchwork“ (Döring 2003: 325f.).

Als „Bastelidentität“ beschreibt Kerstin Hein (Hein 2006) diese kulturellen Identitätsbildungsprozesse. Sie beschreibt sie als das Ergebnis kollektiver – und zwar selbstbestimmter, ebenso wie fremdbestimmter – Aushandlung (Hein 2006: 70; Dannenbeck 2002). Nicht nur eigenes Denken, nicht nur Selbst-Bilder sind hier wichtig, sondern in gleichem Maße auch die Fremd-Bilder von eben diesem Selbst. Hier kommt den Medien eine Schlüsselrolle³ zu, erhält doch an dieser Stelle „der kulturelle Kampf um Repräsentation und Macht auch seine volle Bedeutung“ (Hein 2006: 70).

3 Vom Aufbrechen hergebrachter Strukturen: Web 2.0-Formate als offen angelegte Techniken des Austauschs und der Diskussion

Eine Entwicklung, die diesem „lebenslang in Entwicklung befindlichen“ Patchwork (Döring 2003), diesen „Bastelidentitäten“ (Hein 2006) auf technischem Wege entgegen kommt, ist das World Wide Web der 2. Generation, *Web 2.0* oder auch *Social Web* genannt, dessen offen angelegte Formate die Selektivität der Massenmedien auszuhebeln imstande sind. Wo es Migrantenkulturen vielfach immer noch schwer fällt, an den klassischen Medienformaten der Mehrheitsgesellschaft selbstverständlich zu partizipieren (siehe hierzu zum Beispiel Müller 2005), bietet das Web 2.0 theoretisch jedem die Möglichkeit zur Teilnahme an einem global ausgelegten, medialen Netzwerk (vgl. Alby 2007) – alle Akteure können das Web aktiv mitgestalten. Gut klar wird diese Erweiterung der gestalterischen Möglichkeiten im Vergleich zu den hergebrachten Strukturen der Printveröffentlichung, wie sie zum Beispiel John Culkin (1967, in Porombka 2001: 101f) anschaulich beschreibt:

Alle sinnlichen Gegebenheiten müssen durch die schmale Öffnung der Drucktechnik gepresst werden. Das Hörbare, Fühlbare, Riechbare – alles wird übersetzt in Visuelles und Abstraktes. [...] Die Realität kommt tropfenweise wieder heraus, sie ist segmentiert, regelmäßig, sie

3 Zur Rolle von Medien als Identitätsagentur siehe auch Göttlich 2000; Reinhardt 2005; Adoni et al. 2006.

ist in Stücken an einer geraden Linie aufgereiht, sie ist analytisch, sie ist auf einen Sinn reduziert, sie wird zugänglich für Perspektive und Standpunkt [...].

Produktion ist hier gebunden an den Zugang zu – teurer – Drucktechnik einerseits, und andererseits reglementiert durch jene, die – zum Beispiel eben als Journalisten – „alles“ übersetzen „in Visuelles und Abstraktes“ und die dabei als Gatekeeper analysieren und reduzieren, dem Ganzen Perspektive und Standpunkt verleihen⁴. Wem dieser Zugang verwehrt ist, der sieht sich auf die Rolle als Konsument vorgegebener Inhalte reduziert. Migranten finden sich hier also in zweifacher Hinsicht in einer ungünstigen Position: Sie sind als Produzenten von Medieninhalten vielfach nicht oder wenig vertreten und haben damit geringe Chancen, „dem Ganzen Perspektive und Standpunkt zu verleihen“. Begreift man – wie es Göttlich, Reinhardt, Adoni und andere tun – Medien als Identitätsagenturen, hat dies deutliche Folgen für ihren Identitätsbildungsprozess in der Aufnahmegesellschaft: Wer sich in den klassischen Medien der Mehrheitsgesellschaft nicht oder negativ verzerrt repräsentiert findet, kapselt sich ab und wendet sich Medien (der Herkunftskultur) zu, deren Fremd-Bilder dem eigenen Selbst-Bild eher entsprechen.

Hypertext-Strukturen des World Wide Web bilden die Basis, auf der sich die offenen Formate des *Web 2.0* entwickelten und legen damit eine grundsätzlich andere Ordnung fest: „Alles ist immer schon da, ausgeleuchtet, angelegt, bearbeitet, gespeichert, anschlussfähig und auf Abruf bereit.“ (Porombka 2001: 104)

So erlebt der von Alvin Toffler kreierte Begriff des „Prosumenten“ in der Diskussion um das Social Web eine Renaissance (Toffler 1987). Das Wortgebilde umschreibt einen Verbraucher, der selbst Produzent des von ihm Konsumierten ist – etwas technisches Verständnis und ein Mitteilungsbedürfnis sind dabei die grundsätzlichen Vorbedingungen, um vom Empfänger zum Sender zu werden. Aus dieser Doppelrolle des Nutzers folgt ein weiteres zentrales Element der aktuellen Internetentwicklung: Nicht nur verschwindet die klare Rollenaufteilung *Produzent-Konsument* – diese neue Offenheit produziert auch erneute Interaktion⁵ der *Prosumenten*.

Ergibt sich aus der Möglichkeit zur Interaktion Kollaboration, wird kollektive – und zwar selbstbestimmte, ebenso wie fremdbestimmte – Aus-

4 Vgl. dazu den Beitrag von Geißler et al. in diesem Band.

5 Dieses Merkmal ist in der Hypertext-Theorie bereits ausführlich diskutiert – so zum Beispiel von Ipsen (Ipsen 2001: 69), der grundsätzlich unterscheidet zwischen der Interaktion von Produzenten und Konsumenten einerseits und der Interaktion von Konsumenten – untereinander, sowie in direktem Bezug auf den Text (Inhalt).

handlung kultureller Identität erst möglich. Den grundsätzlich verschiedenen Zugang zu Inhalten fasst Paolo Teobaldelli schon 1997 zusammen (Teobaldelli 1997: 1). Danach ermöglichen Hypertext-Strukturen,

to free, to spread new association forms, new logic-conceptual connections, and overall to free readers of such hyper-texts from the organization given by the author, then to construct and de-construct text at their own sweet will.

Bezogen auf die Teilhabe von Migrantenkulturen an den klassischen Medien bedeutet das: Den in klassischen Medien angebotenen Inhalten ist ihre Schlüsselposition genommen, sie sind ein Angebot unter vielen. Die technischen Veränderungen haben eine neue (virtuelle) Realität geschaffen, in der das Wandern durch die verschiedenen Kulturen – und damit also auch die „Zusammensetzung von Kultur“ – erleichtert wird. Was sich so entwickelt, charakterisiert Manfred Faßler als „Kulturen ohne Land“ (Faßler 2001: 62).

Bezogen auf die Möglichkeiten des „klassischen“ Internet hat dies 2000 auch Nils Zurawski diskutiert und – hergeleitet aus verschiedenen Ethnizitätstheorien und -definitionen – den Begriff der „virtuellen Ethnizität“ entwickelt (Zurawski 2000). Hilfreich ist diese Diskussion, da sie die Charakteristika von Ethnizität umfassend herleitet; für die Diskussion von Zusammenhängen und Wechselwirkungen zwischen kultureller Identität und den Formaten des Web 2.0 geht sie allerdings nicht weit genug, da ihr am Ende der Rückbezug in diejenige „reale“, gesellschaftliche Welt fehlt, der die jeweiligen Individuen verhaftet sind.⁶

4 Von Web 2.0 und (inter-)kultureller Identität: das Potential der neuen Techniken für den Identitätsbildungsprozess

In dieser „realen“, gesellschaftlichen Welt schließlich entsteht überhaupt erst das Mitteilungsbedürfnis, das Menschen dazu motiviert, virtuelle, technische Formate zu nutzen, um ihre (inter-)kulturell geprägten Interessen zu befriedigen, sich darüber auszutauschen, zu diskutieren, sich zu verbünden oder sich

⁶ Die Diskussionen um Identität im virtuellen Raum, „Online Communities“ und „virtual togetherness“ wie sie beispielsweise von Sherry Turkle und Howard Rheingold bereits Mitte der 1990er-Jahre angestoßen wurden, spielen in unserem Zusammenhang keine Rolle (vgl. Rheingold 1993; Turkle 1997). Da es uns um die Bedeutung von Ethnizität (als Teil von Identität) für gesellschaftliche Eingliederungsprozesse geht, ist vielmehr der Rückbezug in die reale Welt von zentraler Bedeutung.

abzugrenzen – und kulturelle Identität so ständig auch weiter zu entwickeln und neu zu definieren. Die prinzipiell auf Kollaboration hin angelegten technischen Möglichkeiten der Web 2.0-Formate sind geneigt, dieser beständigen Diskussion und Weiterentwicklung eine Plattform zu bieten.

Dabei stellt die vereinfachte Bereitstellung von neuen Inhalten durch die Prosumenten nur den Einstieg in das Kollaborationsgefüge dar. Nutzergenerierte Inhalte in Form von Weblogs, Podcasts, Vodcasts, Forenbeiträgen, Wiki-Artikeln, Kommentaren usw. erhöhen nicht nur die Menge der verfügbaren Daten im WWW, sondern unterliegen durch ihre Veränderbarkeit und der Möglichkeit zur externen Bewertung auch einem ständigen Wandel.

Web 2.0 als Social Web		
Kollaboration		
Prosumenten		
Bereitstellung von Inhalten	Editieren, Diskutieren, Bewerten bestehender Inhalte	Kollaborative Informationsorganisation /Social Bookmarking und Tagging
<i>community power</i>		

Abbildung 1: Community Power im Social Web; eigene Darstellung in Anlehnung an Brusilovsky (2008)

Folgt man den Ausführungen Peter Brusilovskys, erzeugt Kollaboration im Social Web *community power*, welche jedoch über die reine Inhaltssetzung, Umgestaltung und Bewertung hinausgeht. Die Informationsorganisation erhält mit Web 2.0 und den damit einhergehenden neuen Zugriffstechniken auf relevante Informationen einen sozialen Fokus. Expertise wird gebündelt; auf diese Weise kann das Wissen des Einzelnen Gewicht erhalten, gleichzeitig bildet die *community* ein Korrektiv.

Einen interessanten Ansatz, die Menge der vorhandenen Daten dem individuellen Informationsbedürfnis entsprechend zu organisieren, liefert das so genannte Social Bookmarking.

[...] [I]t provides an alternative mechanism to access information using community-contributed tags. In this case the social wisdom, which other social systems accumulate in some hidden form ,behind the stage', becomes visible as a tightly interlinking tag space. The in-

formation can be accessed through this tag space using traditional access paradigms such as tag searching, tag navigation, or tag visualization in the form of tag cloud. So, social tagging augments several traditional information access paradigms by providing additional community-created space where these paradigms can be applied. (Brusilovsky 2008: 9)

Während Suchmaschinen wie Google den gesamten Webinhalt sortiert nach einem eigenen, allgemein unbekannten Algorithmus bereitstellen (Google PageRank – Brin/Page 1998), liefern Social Bookmark-Systeme wie *del.icio.us* oder das deutsche Pendant *Mister Wong* Webinhalte, die von anderen Nutzern bereits als relevant gekennzeichnet wurden. So findet eine kollaborative Filterung des Webinhalts statt, da ausschließlich Quellen aufgeführt werden, die bereits von anderen Nutzern als wertvoll erachtet wurden⁷. Tags – verschlagwortete Metadaten – nehmen bei dieser Kennzeichnung eine Schlüsselrolle ein. Sie ergänzen das Relevanzranking, um nutzergenerierte Deutungsmuster.⁸ „Each tag tells us about what we are interested in and improves social reinforcement through enabling social connections and search“ (Kim et al. 2008: 83).

Community power wird im Social Web durch Kollaboration und hier über die Verwendung gemeinsamer Symbole erzeugt.

Um den Möglichkeiten, die sich über neue Formate wie Weblogs, Pod- und Vodcasts und Portale für (inter-)kulturelle Identitätsbildungsprozesse auf Produzenten- und Konsumentenseite ergeben, theoretisch nachspüren zu können, ist zunächst zu klären, was überhaupt als kulturell identitätsstiftend gelten kann. Woran wird festgehalten, bei der migrationsbedingten Auseinandersetzung mit verschiedenen Kulturen? Oder – um es mit Barth zu formulieren: Was charakterisiert den *cultural stuff* (Barth 1969, 15), der innerhalb von ethnischen Gruppierungen die Grundlage bildet für identitätsstiftende Diskurse und Entwicklungen?

7 Brusilovsky (2008: 5): „Social information access technologies capitalize on the natural tendency of people to follow direct and indirect cues of others’ activities, e.g. going to a restaurant that seems to attract many customers, or asking others what movies to watch.“

8 Allerdings spielen hier auch ökonomische Interessen hinein. So werden im Zuge der Suchmaschinenoptimierung (SMO) Webseiten gezielt in Social Bookmarksystemen gelistet, um diese durch die häufige Verlinkung von externen Seiten, bei der Suchabfrage prominent zu platzieren. Es liegt auf der Hand, dass Webseiten in den vorderen Rängen praktisch ohne Zusatzwerbung guten Umsatz generieren. Diese rein wirtschaftlich motivierten Vorgänge drohen die „Community Power“ zu unterwandern.

Reminick hat eine umfassende Untersuchung zu unterschiedlichen Ethnizitätstheorien und Gruppendefinitionen gemacht (Reminick 1983), die übrigens auch Zurawski in seiner Studie zur „virtuellen Ethnizität“ aufgreift. Elf Punkte werden als wesentliche Kriterien ausgemacht (Reminick 1983: 11; Zurawski 2000: 32):

1. A common national or geographic origin or common ancestors.
2. similar culture or customs.
3. shared religion.
4. similar race or physical features.
5. language.
6. consciousness of kind of „we feeling“, a sense of loyalty to their peoplehood.
7. Gemeinschaft relations.
8. common values or ethos.
9. involvement in a set of institutions separate from the larger political society.
10. minority status, subordinate status, or dominate status.
11. ethnic group often cited as immigrant group.

Nicht alle diese Punkte müssen immer gleichmäßig zum Tragen kommen. Kulturelle Identitätsbildungsprozesse sind auf Produzenten- und Konsumentenseite ständiges Subjekt von Diskussion, Weiterentwicklung und Veränderung, mit deren Fortschreiten einzelne Aspekte mehr oder weniger in den Vordergrund treten können. Anbieter- und Nutzerperspektive liegen dabei eng beieinander, können sich überlappen und gegenseitig beeinflussen. Welchen Quellen und Zuschreibungen dabei Wert zugeschrieben wird, entscheidet das Kollektiv, die „Weisheit der Vielen“ (Surowiecki 2004⁹).

So bleibt festzuhalten: Geht man von ethnischen Gruppen als „subjektiv geglaubte“ Gemeinschaften (Weber 1922) aus, die sich über bestimmte Zuschreibungs- und Definitionsprozesse und hierbei über die Verwendung gemeinsamer Symbole und den Glauben an eine gemeinsame Abstammung, Tradition und Kultur als Gruppe konstituieren, so kommen die auf Kolla-

9 James Surowiecki berichtet in seinem Buch „The Wisdom of Crowds“ vom Prinzip des Mittelmaßes: die Menge entscheidet demnach in der Regel klüger als der einzelne Experte in ihren Reihen.

boration angelegten Strukturen des Social Web, über die die gemeinsamen Symbole und Zuschreibungen in den Vordergrund gerückt werden können, der Bildung jener „subjektiv geglaubten“ Gemeinschaften – rein technisch betrachtet – entgegen.

4.1 Stichwort: „Digital Divide“

Dabei wäre jedoch die Annahme naiv, die prinzipielle Offenheit des Internet und – darauf aufbauend – der Web 2.0-Formate impliziere online ein von Kultur, Ethnie und Herkunft losgelöstes, gleichberechtigtes Neben- und Miteinander. Unter dem Titel „Multiculturalism and the Postmodern Media Age“ hat Mark Poster das grundsätzliche Problem bereits 1995 erfasst und beschrieben (Poster 1995: 42):

As the second media age unfolds and permeates everyday practice, one political issue will be the construction of new combinations of technology with multiple genders and ethnicities.

Dass für diese strukturelle Problematik noch keine zufriedenstellende Lösung gefunden ist, beschreibt Lisa Nakamura sieben Jahre später (Nakamura 2002: 101):

Users can express their subjectivity while mouse clicking their way through the web; they create their individual paths through the endless series of menus and hierarchical lists. [...] However, web interface design, such as that evident in web portals, reveals assumptions about users' race and ethnicity.

Die festgelegten Menüstrukturen der Online-Angebote bestimmen weiterhin die virtuellen Ausdrucks- und Identitätsbildungsmöglichkeiten der Nutzer, führt Nakamura unter dem Titel „Menu-Driven Identities“ weiter aus: „The landscape architects of the web's forking-path structures such as portals are largely white male software engineers“ (ibid.).

Wo in der Frühzeit des Internet noch optimistisch die Überzeugung vorherrschte, die neue Technik eröffne weiter gehende Möglichkeiten für den angemessenen Umgang mit (kultureller) Vielfalt¹⁰, werden nach und nach skeptische Stimmen laut, die unter der – größtmögliche (kulturelle) Offenheit suggerierenden – Oberfläche die alte, auch offline vorherrschende Begrenztheit feststellen. Donna Hoffman und Thomas P. Novak brachten die mono-

10 Siehe hierzu zum Beispiel Turkle 1997, Zickmund 2000.

kulturelle, „weiße“ Struktur des Internet 1998 unter dem Stichwort „Digital Divide“ (Hoffman/Novak 1998) in den Mittelpunkt der Diskussion um seine Nutzung; in der Studie „Falling through the Net: Towards Digital Inclusion“ stellt das U.S. Department of Commerce für das Jahr 2000 fest (U.S. Department of Commerce 2000: 33):

Groups that have historically been digital „have nots“ – individuals who come from low-income households, individuals with low levels of education, minority groups (particularly Blacks and Hispanics), and older people are participating in this dramatic increase in Internet usage, but their use rates remain below the national average.

An dieser Stelle ist es wesentlich, zwischen *aktiver* und *passiver* Nutzung zu unterscheiden. Wie groß ist die kulturelle Vielfalt in der Gruppe derjenigen, die Inhalte verfassen, Web-Oberflächen gestalten, Suchvorgänge strukturieren? Nakamura unterscheidet zwischen *web user* und *web builder* (Nakamura 2002: 109) und stellt für die USA fest: „If African Americans are underrepresented as web users, they are even more underrepresented as web builders.“ Am Beispiel unterschiedlicher (ethnischer) Web-Portale konstatiert Nakamura (2002: 109): „...digital culture as it exists today is a monoculture. [...] It is most decidedly not ‚multicultural‘.“

Auch das *Pew Research Center for the People and the Press* stellt in einer Erhebung der U.S.-amerikanischen Nicht-Nutzer des World Wide Web fest, dass der Anteil der Nicht-Nutzer unter den Geringverdienern mit einem Jahreseinkommen von weniger als 20.000 Dollar mit 26-30 Prozent über dem des Landesdurchschnitts liegt und Schwarze und Hispanics in dieser Gruppe überdurchschnittlich vertreten sind (Lenhart et al. 2003: 6-8).

In Deutschland hat Forschung über die Internet-Nutzung durch Migranten erst spät begonnen: Seit 2007 soll zum Beispiel ein Projekt „Online-Kompetenz für Migrantinnen und Migranten in Deutschland“ – gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend – bis 2009 die Internet-Nutzung von Migranten in Deutschland sowie bestehende Initiativen zu ihrer Förderung erfassen. Denn die Initiatoren haben erkannt: „Die Nutzung von Computer und Internet ist Basis für umfassende gesellschaftliche, politische und ökonomische Teilhabe in Deutschland“ (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2008).

Dabei wurden Daten zur Nutzung elektronischer Medien durch Migrantengruppen in Deutschland zuerst bundesweit repräsentativ in der in der ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“ erhoben. Fazit der Betrachtung der – nach ethnischen Gruppen ausdifferenzierten – Mediennutzungsdaten: Eine „ausgeprägte mediale Parallelwelt“ ist darin nicht erkennbar. Es

besteht ein enger Zusammenhang zwischen der Nutzung deutscher Medien einerseits und guten Sprachkenntnissen der Migranten andererseits (ARD/ZDF 2007: 4). Insbesondere für jüngere Migranten besitze das Internet „eine wichtige Informations- und Kommunikationsfunktion, auch als Brücke zum Heimatland“ (ibid.: 7). Jeder zehnte Migrant wurde in der Studie als Stammnutzer deutscher und heimat Sprachlicher Internetangebote gleichermaßen erfasst.

Potential für die selbstverständliche „Wanderung zwischen den Kulturen“ (Faßler 2001) mag also grundsätzlich in den Kollaborationsmöglichkeiten des Social Web liegen – eine etablierte „Weisheit der Vielen“ könnte sich zu einem gewichtigen Gegenstück dessen entwickeln, was Lisa Nakamura als *digitale Monokultur* beschreibt, ein im Idealfall gesellschaftlich und kulturell vielfältig angelegter Ordnungsmechanismus als Pendant zu bestehenden, als „weiß“ und „monokulturell“ (Nakamura 2002; Hoffman/Novak 1998) beschriebenen Suchfunktionen und Ordnungsmechanismen für die Inhalte des World Wide Web. Voraussetzung, damit diese Brücke über den *Digital Divide* geschlagen werden kann: Die kulturelle Vielfalt der Gesellschaft muss sich in der „Weisheit der Vielen“ widerspiegeln. Zwei statistische Ergebnisse lassen hierfür in Deutschland Positives vermuten: Da ist zum einen der mit 64,6 Prozent der gesamten Bevölkerung im Europavergleich relativ hoch angesiedelte Anteil der regelmäßigen Internetnutzer (das europäische Mittel liegt bei 43,4%, der weltweite Durchschnitt bei 20%)¹¹ sowie zum anderen die in der ARD/ZDF-Studie erkannte Tendenz zur interkulturellen Nutzung. Zieht man als Determinante allerdings die Nationalität anstelle des Migrationshintergrundes hinzu, wie es der 2006 veröffentlichte Wochenbericht des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung DIW tut, sieht das Bild weniger positiv aus: Zwar ist die Computernutzung durch Deutsche und Nicht-Deutsche mit 62 bzw. 61 Prozent nahezu gleich groß, mit 53 gegenüber 38 Prozent ist gleichzeitig der Anteil der Internetnutzung allerdings deutlich verschieden. Bisky und Scheele schließen hier auf eine „generell schlechtere Einkommenssituation von Migrantinnen und Migranten in Deutschland“ (Bisky/Scheele 2007: 819), der es geschuldet ist, das Nicht-Deutsche weit weniger häufig als Deutsche privat über einen Zugang zum Internet verfügen.

Zusätzliche Störfaktoren bei dieser materiell bedingten digitalen Spaltung der Gesellschaft sind außerdem handfeste wirtschaftliche Interessen, wie sie zum Beispiel Kulinna beschreibt, wenn er von der „Konstruktion von Ethnizität zur Durchsetzung eigener Interessen“ (Kulinna 2007: 70) spricht. Ebenso bleibt die Frage, inwieweit möglicherweise auch mit „eingewanderte“ Mediennutzungsgewohnheiten die weitere Entwicklung beeinflussen: Wie lange dauert

11 Online unter: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm> [Stand: 22.04.2008].

es, digitale Medien(welten) für sich zu entdecken, wenn dies für den eigenen Lebensalltag herkunftsbedingt bislang eher keine Rolle gespielt hat? Wie groß ist die Tragfähigkeit einer digitalen *Brücke zum Heimatland*, wenn die Internetnutzungsgewohnheiten und -möglichkeiten zwischen den beiden jeweiligen Ländern sehr verschieden sind?

5 Ausblick

Im Social Web, und hier insbesondere bei der kollaborativen Informationsorganisation, äußert sich die Weisheit der Vielen nicht nur in der Diskussion, ob der Einzelne klüger ist, vielmehr geht es um die Addition von Gleichklug. Es geht nicht darum zu zeigen, dass das Kollektiv klüger ist als der Einzelne, sondern darum, der Klugkeit des Einzelnen Gewicht zu verleihen. Vor allem die offene Struktur der Web 2.0-Formate birgt also grundsätzliches Potential für größtmögliche Offenheit bei der Diskussion um und Fortentwicklung von kultureller Identität als Basis für gesellschaftliche Integration. Die hier theoretisch dargelegten Möglichkeiten können die Grundlage bilden, auf der künftige, weiter führende Untersuchungen empirisch die tatsächliche Ausschöpfung und Nutzung dieses Potentials erfassen. Schließlich reagieren auch die „klassischen“ Medien auf „social web“-veränderte Strukturen und Bedürfnisse und beginnen, im Web 2.0-Bereich zu experimentieren und sich für neue Formate zu öffnen. In diesem Zusammenhang ist es zukunftsweisend, auch zunehmend interkulturell geprägte gesellschaftliche Strukturen von vornherein mit im Blick zu haben. Immerhin könnten die technischen Neuerungen auch jenen eine Stimme geben, die in den kollektiven Aushandlungen um Zugehörigkeit bisher ausschließlich Fremdzuschreibungen unterworfen waren. Die Sinnhaftigkeit einer empirischen Überprüfung liegt daher auf der Hand.

Literatur

- Adoni, Hanna/Caspi, Dan/Cohen, Akiba A. (2006): Media, Minorities and Hybrid Identities. The Arab and Russian Communities in Israel. Cresskill, NJ.
- Alby, Tom (2007): Web 2.0. Konzepte, Anwendungen, Technologien. München.
- ARD/ZDF 2007: Migranten und Medien 2007. Ergebnisse einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF Medienkommission. o. O.

- Auernheimer, Georg (1988): Der sogenannte Kulturkonflikt. Frankfurt a.M. u.a.
- Badawia, Tarek (2002): „Der Dritte Stuhl“ – Eine Grounded Theory-Studie zum kreativen Umgang bildungserfolgreicher Immigrantenjugendlicher mit kultureller Differenz. Frankfurt a.M.
- Barth, Frederik (Hrsg.) (1969): Ethnic groups and boundaries. The social organization of culture differences. Bergen.
- Beck-Gernsheim, Elisabeth (2007): Wir und die anderen. Kopftuch, Zwangsheirat und andere Mißverständnisse. Frankfurt a.M.
- Berry, John W./Phinney, Jean S./Sam, David L./Vedder, Paul (2006): Immigrant youth in cultural transition: Acculturation, identity, and adaptation across national contexts. Mahwah, NJ.
- Bhabha, Homi K. (2000): Die Verortung der Kultur. Tübingen.
- Bisky, Lothar/Scheele, Jürgen (2007): Die digitale Spaltung der Gesellschaft. In: UTOPIE kreativ, H. 203 (September 2007), S. 816-825.
- Boos-Nünning, Ursula/Karakasoglu Yasemin (2005): Viele Welten leben. Zur Lebenssituation von Mädchen und jungen Frauen mit Migrationshintergrund. Münster.
- Brin, Sergey/Page, Lawrence (1998): The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual. Web Search Engine, online unter: <http://infolab.stanford.edu/pub/papers/google.pdf> [Stand: 03.04.2008].
- Brusilovsky, Peter (2008): Social Information Access: The Other Side of the Social Web. In: Geffert, William/Karhumäki, Juhani/Bertoni, Alberto/Preneel, Bart/Návrát, Pavol/Bieliková, Mária (Hrsg.): Proceedings of SOFSEM 2008. 34th International Conference on Current Trends in Theory and Practice of Computer Science. High Tatras, Slowakei, S. 5-22.
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2008): Expertise „Online-Kompetenz für Migrantinnen und Migranten in Deutschland“. Projektinfo. Online unter: http://www.kompetenzz.de/vk06/digitale_integration/migrantinnen/expertise [Stand: 19.11.2008].
- Cohen, Ronald (1978): Ethnicity. Problem and focus in anthropology. In: Annual Review of Anthropology 7, S. 379-403.
- Dannenbeck, Clemens (2002): „Selbst- und Fremdzuschreibungen als Aspekte kultureller Identitätsarbeit. Ein Beitrag zur Dekonstruktion kultureller Identität“. DJI Reihe Jugend, Band 14. Opladen.

- DIW Berlin (2006): Digitale Spaltung in Deutschland: Geringere Bildung – seltener am PC. In: Wochenbericht des DIW Berlin, Jg. 73, H. 19, 10.05.2006, S. 289-294.
- Döring, Nicola (2003): Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen, 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Göttingen u.a.
- Elwert, Georg (1989): Nationalismus und Ethnizität. Über die Bildung von Wir-Gruppen. Berlin.
- Faßler, Manfred (2001): Kulturen ohne Land? „Virtual Communities“ im Internet als Alternative zu nationalen Kulturen und Identitäten. In: Die Ausländerbeauftragte der Freien und Hansestadt Hamburg; Hamburgische Anstalt für neue Medien (Hrsg.): Medien – Migranten – Integration: elektronische Massenmedien und die Grenzen kultureller Identität. Berlin, S. 61-80.
- Gemende, Marion/Schröer, Wolfgang/Sting, Stephan (Hrsg.) (1999): Zwischen den Kulturen. Pädagogische und sozialpädagogische Zugänge zur Interkulturalität. Weinheim, München.
- Göttlich, Udo (2000): Migration, Medien und die Politik der Anerkennung: Aspekte des Zusammenhangs von kultureller Identität und Medien. In: Schatz, Heribert/Holtz-Bacha, Christina/Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk. Opladen, S. 38-50.
- Hà, Kiên Nghĩ (1999): Ethnizität und Migration. Münster.
- Hein, Kerstin (2006): Hybride Identitäten: Bastelbiografien im Spannungsverhältnis zwischen Lateinamerika und Europa. Bielefeld.
- Hoffman, Donna/Novak, Thomas P. (1998): Bridging the Digital Divide: The Impact of Race on Computer Access and Internet Use. In: Science 280, 17.04.1998.
- Ipsen, Guido (2001): HybridHyperSigns. Semiotische Parameter von Skriptstrukturen WWW-gebundener Hypertexte. Universität Kassel: Dissertation.
- Kalifa-Schor, Geula Ben (2002): Das innere Niemandsland. Migranten-Jugendliche zwischen zwei Welten. In: Rohr, Elisabeth/Jansen, Mechthild M. (Hrsg.): Grenzgängerinnen. Frauen auf der Flucht, im Exil und in der Migration. Gießen, S. 195–210.

- Keupp, Heiner/Ahbe, Thomas/Gmür, Wolfgang (1999): Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identität in der Spätmoderne. Reinbek.
- Kim, Hak-Lae/Breslin, John/Yang, Sung-Kwon/Kim, Hong-Gee (2008): Social Semantic Cloud of Tag: Semantic Model for Social Tagging. In: Proceedings of the 2nd KES International Symposium on Agent and Multi-Agent Systems: Technologies and Applications. Incheon, Korea, S. 83-92.
- Kulinna, Mattias (2007): Ethnomarketing in Deutschland. Die Konstruktion von Ethnizität durch Marketingakteure. Frankfurt a.M.
- Lenhart, Amanda/Horrigan, John/Rainie, Lee/Allen, Katherine/Boyce, Angie/Madden, Mary/O'Grady, Erin (2003): The Ever-Shifting Internet Population: A new look at Internet access and the digital divide. Washington: The Pew Internet & American Life Project, 16.04.2003.
- Mecheril, Paul (2003): Prekäre Verhältnisse. Münster u.a.
- Müller, Daniel (2005): Ethnische Minderheiten in der Medienproduktion. In: Geißler, Rainer/Pöttker, Horst (Hrsg.): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie. Bielefeld, S. 223-238.
- Nakamura, Lisa (2002): Cybertypes. Race, Ethnicity and Identity on the Internet. New York, NY.
- Otyakmaz, Berrin Özlem (1996): Jenseits des Kulturkonflikts - Lebenswelten junger türkischer Migrantinnen in der Bundesrepublik. In: Frauen in der einen Welt – Zeitschrift für interkulturelle Frauenalltagsforschung, H. 1/1996.
- Pascht, Arno (1999): Ethnizität: Zur Verwendung des Begriffs im wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Diskurs. München.
- Polat, Ülger (1998): Soziale und kulturelle Identität türkischer Migranten der zweiten Generation in Deutschland. Hamburg.
- Porombka, Stephan (2001): Hypertext. Zur Kritik eines digitalen Mythos. München.
- Poster, Mark (1995): The Second Media Age. Cambridge.
- Rheingold, Howard (1993): The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. Reading, MA.
- Reinhardt, Jan D. (2005): Medien und Identität. In: Jäckel, Michael (Hrsg.): Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder. Wiesbaden, S. 33-46.

- Reminick, Ronald A. (1983): *Theory of Ethnicity. An Anthropologist's Perspective*. Lanham, Md.
- Simon, Bernd/Mummendey, Amélie (1997): Selbst, Identität und Gruppe: Eine sozialpsychologische Analyse des Verhältnisses von Individuen und Gruppen. In: Simon, Bernd/Mummendey, Amélie (Hrsg.): *Identität und Verschiedenheit. Zur Sozialpsychologie der Identität in komplexen Gesellschaften*. Göttingen, S. 11-38.
- Stanger, Barbara (1994): *Leben zwischen zwei Stühlen. Türkische Mädchen in Deutschland*. Mannheim: Förderverband e.V.
- Surowiecki, James (2004): *The Wisdom Of Crowds: Why The Many Are Smarter Than The Few And How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies And Nations*. London.
- Teobaldelli, Paolo (1997): *Text/Hypertext: Critical Thoughts towards a non-objectvistic non-subjectivistic Conceiving of Communication*, online unter: <http://www.members.tripod.com/~guercio/hyper1.htm> [Stand: 15.04.2008].
- Toffler, Alvin (1987): *Die dritte Welle: Zukunftschance*. München.
- Treibel, Annette (1999): *Migration in modernen Gesellschaften*. 2., völlig neu bearb. und erw. Auflage. Weinheim u.a.
- Turkle, Sherry (1997): *Life in the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York, N.Y.
- U.S. Department of Commerce (2000): *Falling Through the Net: Toward Digital Inclusion. A Report on Americans' Access to Technology Tools*. Online unter: <http://search.ntia.doc.gov/pdf/fttn00.pdf> [Stand: 18.10.2008].
- Weber, Max (1922): *Wirtschaft und Gesellschaft*. Tübingen.
- Zickmund, Susan (2000): *Approaching the Radical Other: The Discursive Culture of Cyberhate*. In: David Bell and Barbara Kennedy (Hrsg.): *The Cybercultures Reader*. New York, N.Y., S. 237-253.
- Zurawski, Nils (2000): *Virtuelle Ethnizität. Studien zur Identität, Kultur und Internet*. Frankfurt a.M.