

**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

**Herausgeber:** Schweizerische Gesellschaft für Volkskunde

**Band:** 100 (2010)

**Heft:** [3]

**Vorwort:** Digitale Kulturen

**Autor:** Häner, Flavio / Handschin, Martin / Eggmann, Sabine

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 13.04.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# 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%.<sup>1</sup> 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).<sup>2</sup> 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](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](http://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](mailto:haener@stapferhaus.ch), [handschin@stapferhaus.ch](mailto:handschin@stapferhaus.ch),  
[sabine.eggmann@volkskunde.ch](mailto:sabine.eggmann@volkskunde.ch)