

2. Кочерган М.П. Основы зiставного мовознавства: пiдручник [для студ. вищ. навч. закл.] / Михайло Петрович Кочерган. – К. : Вид. центр «Академiя», 2006. – 424 с.

3. Приходько А.М. Концепти i концептосистеми в когнiтивно дискурсивнiй парадигмi лiнгвiстики / Анатолiй Миколайович Приходько. – Запорiжжя : Прем'єр, 2008. – 332 с. 25.

4. Тараненко О.О. Вiдображення суспiльного сприйняття свiту в семантицi мови / О.О. Тараненко // Мова i культура. — К.: Вид-во «Наукова думка», 1986. — С. 91–137.

Постригань А.В.

старший викладач кафедри нiмецької мови

Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

Слободзян Р.Д.

старший викладач кафедри нiмецької мови

Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

AUSWIRKUNGEN DIGITALER MEDIEN AUF INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION

Анотація. Швидкий розвиток цифрових медiа створив новi можливостi для мiжкультурного обмiну, що несе з собою як можливостi, так i проблеми. У цiй статтi висвiтлюється вплив цифрових медiа на мiжкультурну комунiкацiю та обговорюється iхнiй потенцiал i ризики.

Ключові слова: цифрові медiа, мiжкультурна комунiкацiя, мiжкультурний обмiн, вплив, культура, багатомовнiсть, соцiальнi мережi, користувачi, непорозумiння, потенцiал.

Summary. The rapid development of digital media has created new opportunities for cross-cultural exchange, bringing with it both opportunities and challenges. This article highlights the impact of digital media on intercultural communication and discusses its potential and risks.

Key words: digital media, multicultural communication, intercultural exchange, influence, culture, multilingualism, social networks, users, misunderstanding, potential.

Die digitale Revolution hat unser aller Leben verwandelt. In wenigen Jahrzehnten wurde weltweiter, sekundenschneller Datenaustausch selbstverständlich. Die interkulturelle Kommunikation wird damit ebenso erleichtert wie intensiviert. Welche Auswirkungen hat dieser mediale Wandel auf ihre Qualität? Werden kulturgeprgte Verhaltensweisen auch in den neuen Medien beibehalten? Oder kommt es zur Homogenisierung ehemals kulturspezifischer Handlungsmuster? Bildet sich im Dritten Raum der Virtualität vielleicht eine ganz neue Kultur aus?

In unserer global vernetzten Welt, in der die Kommunikation Angehöriger unterschiedlicher Sprach- und Kulturräume zur Normalität geworden ist, spielen digitale Medien eine immer groere Rolle. Dies betrifft sowohl Interaktionen im privaten als auch im öffentlichen Kontext. Als digitale Medien werden dabei einerseits Webseiten von Unternehmen und Institutionen und die Sozialen Netzwerke,

andererseits aber auch Plattformen unterschiedlicher thematischer Orientierung betrachtet, die den User*innen die Möglichkeit zur Interaktion geben.

Im Rahmen zahlreicher Studien wurde bereits gezeigt, welchen Einfluss der Gebrauch digitaler Medien auf die Sprache und die Kommunikationsgewohnheiten der Nutzer*innen haben kann. Hierbei spielt insbesondere die Tatsache eine Rolle, dass sich digitale Medien, durch einen tendenziell hohen Grad an konzeptioneller Mündlichkeit (bei oftmals medial schriftlicher Realisierung) auszeichnen, was zum Herausbilden hybrider kommunikativer Muster führen kann. Die skizzierten Entwicklungen scheinen sich sprachenübergreifend niederzuschlagen und tragen möglicherweise zu einer Nivellierung kultureller Unterschiede im Kontext der globalen digitalen Kommunikation bei. Von Relevanz bleibt dennoch die Frage, inwieweit und auf welche Weise die digitalen Medien die Kommunikation zwischen Kulturen verändert, welche kulturellen Spezifika bestehen bleiben, sich verfestigen oder neu auftreten, und ob sich ggf. neue kommunikative Muster herausbilden.

Im Zentrum steht die Frage, ob die digitalen Medien den User*innen die Möglichkeit zu neuen (inter-)kulturellen Darstellungen eröffnen. Dies wird exemplarisch anhand der Potenziale untersucht, die die Tourismusplattform Tripadvisor, die Videoplattform YouTube sowie das Soziale Netzwerk Facebook ihren Nutzer*innen bieten.

N. Rentel und T. Schröder verfolgen in ihrem Beitrag das Ziel aufzuzeigen, auf welche Weise US-amerikanische und britische Tourist*innen, die das Schloss Neuschwanstein, eine der bekanntesten Touristenattraktionen Deutschlands, besucht haben, in ihren im Nachgang des Besuchs erfolgten Bewertungen auf Tripadvisor Bezug auf die deutsche Kultur nehmen. Die Forscher zeigen, dass die Autor*innen der Kommentare sowohl stereotype Betrachtungsweisen einnehmen, sich jedoch in anderen Fällen völlig von nationalen Stereotypen lösen.

Die Autoren des Beitrags identifizieren dabei u. a. den Gebrauch deutscher Lehnwörter, die die User*innen vermutlich mit dem Ziel verwenden, ihre guten Kenntnisse über Deutschland herauszustellen und ihre Bewertung auf diese Weise glaubwürdiger zu gestalten. Als weitere Strategie stellen N. Rentel und T. Schröder Verweise auf Mitreisende und den Vergleich mit der eigenen Kultur heraus [3].

Lukas Fiedler und Benjamin Meisnitzer betrachten in ihrem Beitrag die Interaktionen zwischen Fluggesellschaften und ihren Kund*innen auf der Social Media-Plattform Facebook.

Die global agierenden Fluggesellschaften wenden sich an ein internationales Publikum und müssen daher in ihrer Kommunikation kulturelle Unterschiede berücksichtigen und in ihre Kommunikationsstrategie implementieren. Der Beitrag vergleicht die Facebook-Auftritte von Lufthansa, Air France und TAP Air Portugal. Die Autoren zeigen, wie die drei Unternehmen mittels ihrer medialen Präsenz Werbung machen, um Marktanteile zu sichern, neue Produkte vorzustellen und mitunter auch politische Statements zu formulieren.

Dabei spielt das multimodale Format der Posts eine entscheidende Rolle. Auch in der Interaktion setzen die drei Unternehmen sprach- und kulturspezifische Strategien ein, um Follower*innen einzubinden und Nähe zur Zielgruppe herzustellen [1].

Vasilica Mocanu, Valeria González und Izaskun Elorza untersuchten in ihrem Beitrag, mittels welcher Strategien ein- und mehrsprachige Porträts von User*innen auf der Social Media-Plattform Instagram gestaltet werden. Die Autorinnen weisen nach, dass auch die Einträge, die mit dem Hashtag #monolingual gekennzeichnet sind, regelmäßig Verweise auf Mehrsprachigkeit enthalten.

Die Analyse des Datenmaterials zeigt weiterhin, dass der Konstruktion ein- bzw. mehrsprachiger sozialer Identitäten ein unterschiedlicher Stellenwert zugeschrieben wird. Während Mehrsprachigkeit im untersuchten Korpus größtenteils mit positiven Attributen besetzt ist, dominieren in Bezug auf Einsprachigkeit negativ denotierte Kommentare.

Thematisch arbeiteten die Autorinnen vier Inhaltsbereiche heraus, um die sich der Diskurs entspinnt, beispielsweise die soziale Dimension, emotionale Aspekte bzw. Einstellungen von Sprecher*innen und der Bezug auf die Mehrsprachigkeitsforschung [2].

Ob Wikipedia, Facebook, Instagram, Twitter oder Tinder – digitale Medien sind ein stetig wachsender und mittlerweile beinahe unverzichtbarer Teil unseres Alltags geworden.

Die digitalen Medien haben den interkulturellen Austausch erheblich erleichtert und ausgeweitet. Soziale Netzwerke, Messaging-Dienste und Videoplattformen ermöglichen es Menschen aus verschiedenen Kulturen, miteinander in Kontakt zu treten und sich auszutauschen. Räumliche und zeitliche Grenzen werden überwunden, wodurch neue Formen der Vernetzung und des Dialogs entstehen.

Zudem bieten digitale Medien Zugang zu einer Vielzahl von Informationen über andere Kulturen, Traditionen und Lebensweisen. Durch die Verfügbarkeit von Online-Ressourcen, wie Websites, Blogs und Foren, können Menschen ihr interkulturelles Wissen vertiefen und ein besseres Verständnis für kulturelle Unterschiede entwickeln.

Allerdings birgt die digitale Kommunikation auch Risiken für den interkulturellen Austausch. Kulturelle Unterschiede in der Kommunikation, wie nonverbale Signale, Kontextabhängigkeit und Höflichkeitsformen, können in der digitalen Welt leicht missverstanden oder übersehen werden. Fehlende Mimik, Gestik und Tonfall können zu Missverständnissen führen, die den interkulturellen Dialog beeinträchtigen [4].

Um die Potenziale der digitalen Medien für die interkulturelle Kommunikation optimal zu nutzen und gleichzeitig Herausforderungen zu bewältigen, sind bestimmte Strategien erforderlich:

1. Entwicklung interkultureller Medienkompetenz: Es ist wichtig, Fähigkeiten zur kritischen Reflexion und Bewertung von digitalen Inhalten zu fördern. Nutzende sollten in der Lage sein, kulturelle Unterschiede in der Kommunikation zu erkennen und respektvoll damit umzugehen.

2. Förderung von Offenheit und Respekt: Eine offene und respektvolle Haltung gegenüber anderen Kulturen ist unerlässlich für einen erfolgreichen interkulturellen

Austausch. Digitale Medien sollten als Plattform für gegenseitiges Verständnis und Wertschätzung genutzt werden.

3. Kombination von digitalen und persönlichen Begegnungen: Obwohl digitale Medien den interkulturellen Austausch erleichtern, sollten sie nicht als vollständiger Ersatz für persönliche Begegnungen betrachtet werden. Eine Kombination aus digitaler und persönlicher Kommunikation kann zu einem tieferen Verständnis und einer nachhaltigeren Beziehung führen [5].

Die digitalen Medien haben zweifellos Auswirkungen auf die interkulturelle Kommunikation. Sie bieten einerseits neue Möglichkeiten für den interkulturellen Austausch und das Verständnis anderer Kulturen, andererseits bergen sie auch Risiken wie Missverständnisse und Stereotypen. Um die Potenziale optimal zu nutzen und Herausforderungen zu meistern, ist es entscheidend, interkulturelle Medienkompetenz zu entwickeln, Offenheit und Respekt zu fördern und digitale und persönliche Begegnungen zu kombinieren. Nur so kann die interkulturelle Kommunikation in der digitalen Welt erfolgreich gestaltet werden.

Список використаних джерел

1. Fiedler L., Meisnitzer B. Die Interaktion zwischen Fluggesellschaft und Kundin oder Kunde auf Facebook. – 2023. URL: <https://doi.org/10.4000/ilcea.17711>.

2. Mocanu V., González V., Elorza I. Interkulturalität und digitale Medien im Spannungsfeld. URL: <https://ages-info.org/fr/2023/06/13/annonce-de-parution-ilcea-n-51-interkulturalitat-und-digitale-medien-im-spannungsfeld-dir-d-dias-n-rentel/>.

3. Rentel N., Schröder T. Sprache und digitale Medien. – Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften. – 2018.

4. Röser J., Großmann N. Alltag im Internet und Fernsehen. Fallstudie zum Medienhandeln junger Paare. – In: Thomas, Tanja (Hg.): Medienkultur und soziales Handeln. Medien – Kultur – Kommunikation. – Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008. – S. 91–103.

5. Schlobinski P. Sprache, Kommunikation und digitaler Wandel. – Berlin / Boston: De Gruyter, 2020. S. 3–33.

Приходько Н.Г.

старша викладачка кафедри німецької мови

Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

Микал Т.А.

старша викладачка кафедри німецької мови

Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

DIE FREMDSPRACHE UND INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION

Im Prozess des Fremdsprachenerwerbs spielt interkulturelle Kommunikation eine wichtige Rolle, darüber hinaus gewinnt sie neue Bedeutung unter Berücksichtigung der Globalisierung der Welt. Beim Überschreiten der Grenzen, beim steigenden