

**SOZIALE GEBRAUCHSWEISEN DES INTERNETS.
EINE TECHNIKSOZIOLOGISCHE UNTERSUCHUNG
AUF EMPIRISCHER BASIS**

DIPLOMARBEIT

am

**Fachbereich Philosophie und Sozialwissenschaften (Institut für Soziologie)
der Universität Hamburg
zur Erlangung des Grades eines Diplom-Soziologen**

*[leicht geänderte Online-Version (Vers. 1.0) vom 21.07.1998 unter:
<http://www.rrz.uni-hamburg.de/intellink/>]*

vorgelegt von

Carsten Carl, Student der Soziologie (11. Sem.)

aus

Hamburg

-
- **Erstgutachter: Prof. Dr. Heinz Renn**
 - **Zweitgutachter: Prof. Dr. Klaus Eichner**
 - **Eingereicht am: 08.06.1998**
 - **Adresse des Verfassers: ---**
 - **Matrikel-Nr.: ---**
 - **Telefonisch erreichbar: ---**
 - **Per E-Mail erreichbar: Carsten_Carl@public.uni-hamburg.de**

V O R W O R T

Die vorliegende Untersuchung ist mit dem ➔„Internet“ auf mehrere Weisen verbunden: Die dieser Arbeit zugrundeliegenden empirischen Daten wurden mit Hilfe eines elektronischen Fragebogens gewonnen, der sich auf der ➔„Homepage“ des Verfassers befand und noch befindet. Insbesondere der methodologische Teil dieser Arbeit kann daher jederzeit durch Einsichtnahme in das elektronische Originaldokument beurteilt werden. Die Adresse der ‚Homepage‘ lautet: <http://www.rrz.uni-hamburg.de/intellink> . Dort können neben dem in verschiedenen Datei-Formaten vorliegenden Diplomarbeitstext alle Dateien des Umfrageprojektes ➔„heruntergeladen“ werden, was angesichts der zu erwartenden Intensivierung methodologischer Forschung im Bereich internetbasierter Umfragen sinnvoll ist. Überdies ist beabsichtigt, nach dem Studienende des Autors eine private Homepage zu betreiben, auf der das Projekt mit allen ‚Download‘-Möglichkeiten weiter zugänglich bleibt.¹

Sämtliche erwähnte Dateien und weiteres Material zur vorliegenden Untersuchung befinden sich darüber hinaus auf der beiliegenden CD-ROM – so z.B. die verwendeten Anschreiben der Umfrage, alle zitierten Online-Texte, nahezu alle zitierten ➔„WWW-Seiten“, Datendateien in unterschiedlichen Formaten, weitere Online-Texte zum Thema sowie ein Lebenslauf und Informationen zum Studium des Verfassers.² Hinweise zu den notwendigen Systemvoraussetzungen enthält die ➔„Readme-Datei“. Der Diplomarbeitstext befindet sich ebenfalls auf der CD und darf wie die Online-Version unter Angabe der Quelle elektronisch weiterverbreitet und zitiert, nicht aber verändert werden.³

Die Gestaltung dieser Diplomarbeit, d.h. z.B. die Positionierung oder Strukturierung einzelner Gliederungsteile, lehnt sich eng an GERHARDS (1991) an und ist damit dem Prinzip der „leichten Überprüfbarkeit“ (ebd., aus dem Vorwort zur 7. Aufl.) verpflichtet.

Ich danke meinen Eltern und allen Freunden, die ‚hier und da‘ zurückstecken mußten (☹), für ihre Geduld während der Bearbeitungszeit (☺).

Hamburg, d. 8. Juni 1998

Carsten Carl

¹ Dies Vorhaben hängt allerdings von entstehenden Kosten ab. Eine entsprechende Adresse kann im Moment noch nicht genannt werden.

² Diese Aussage bezieht sich natürlich auf die beim Prüfungsamt der Universität Hamburg eingereichten ausgedruckten Original Exemplare.

³ Alle Rechte liegen beim Autor.

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	2
<u>INHALTSVERZEICHNIS</u>	3
<u>LITERATURVERZEICHNIS</u>	6
<u>DARSTELLUNGSVERZEICHNIS</u>	13
EINLEITUNG	16
1. Das Internet – Vom technischen zum sozialen Phänomen	16
2. Begriffe, Untersuchungsgegenstand und Ziel der Untersuchung	17
3. Aufbau und Methoden der Arbeit	18
<u>A. THEORETISCHE GRUNDLEGUNG</u>	20
I. Zur soziologischen Theorie der Technik	20
1. Technische Artefakte als soziale Tatsache	20
2. Theorierichtungen der Techniksoziologie	22
a) Das deterministische Technikbild	23
b) Technikfolgenforschung und -abschätzung	24
c) Technikgeneseforschung	25
aa) Grundsätzliches	25
bb) Klassische Erklärungsangebote der Technikgeneseforschung	26
cc) Akteurtheoretische Konzepte	27
dd) Der evolutionstheoretische Ansatz	30
d) Medientheoretische Techniksoziologie und das Konzept der ‚Technisierung‘	31
e) Der interpretative Ansatz: Symbolfunktionen von Technik	33
f) Leitbild-Forschung	33
g) Sozialkonstruktivistische Überlegungen	38
aa) Einige Merkmale der Theorie des Sozialen Konstruktivismus	39
bb) Grundzüge konstruktivistischer Techniksoziologie	42
h) Der subjektorientierte Ansatz	45
3. Technik im Alltag	46
II. Der Computer als Gegenstand der Techniksoziologie	50
1. Zur sozialen Konstruktion des Computers	50
III. Gesamtgesellschaftliche Bedeutungsvorräte der sozialkonstruktivistischen Techniksoziologie	52
1. Einzelne Konzeptionen moderner Gesellschaften im Vergleich	52
a) Die nachindustrielle Gesellschaft	53
b) Die Risikogesellschaft	58
c) Die Erlebnisgesellschaft	62
d) Die Multioptionsgesellschaft	65
e) Der Weg in die Informationsgesellschaft?	69
aa) Die Informationsgesellschaft und das Internet	72

IV. Die Hauptthese auf gesellschaftstheoretischer Basis 75

B. VIRTUELLE SOZIALITÄT UND GESELLSCHAFTSSTRUKTUR 77

I. Internet-Utopien gesellschaftlichen Zusammenlebens 78

- 1. Freiheit 79
- 2. Gleichheit 81
- 3. Brüderlichkeit 85

II. Soziale Gebrauchsweisen des Internets 87

- 1. E-Mail und Mailinglisten 88
- 2. Usenet 96
- 3. MUDs 103
- 4. Chat 113
- 5. Homepages 123

C. ZUR THEORETISCHEN NEUBESTIMMUNG VON INTERNET-KOMMUNIKATION 132

I. Internet-Kommunikation und gesellschaftlicher Wandel 133

- 1. Die soziale Konstruktion des Technischen 133
- 2. Die technische Konstruktion des Sozialen 137

II. Modellerstellung 138

- 1. Der Nutzen- und Belohnungsansatz („Uses and Gratifications Approach“) 139
- 2. Das Modell der ‚Eigenintegration‘ 143

III. Ausformulierung von Thesen 146

D. METHODOLOGISCHE GRUNDLAGEN INTERNETBASIERTER UMFragen 147

I. Umfragemethoden im Internet 147

- 1. Newsgroups-Umfragen 149
- 2. Umfragen im World Wide Web 152
 - a) WWW-Umfragen mit E-Mail-Anschreiben 153
 - b) WWW-Umfragen ohne E-Mail-Anschreiben 155

II. Untersuchungsanordnung und -durchführung 157

- 1. Auswahlgesamtheit 157
- 2. Das Anschreiben 159
- 3. Der technische Ablauf 161

III. Zur Stichprobengüte 162

- 1. Umfang und Authentizität der Stichprobe 162
- 2. Überlegungen zur Repräsentativität 165
- 3. Rücklaufquote 170

E. PLAUSIBILITÄTSPRÜFUNG DER THESEN 171

I. Zusammensetzung der Stichprobe 171

- 1. Demographische Daten 172
- 2. Charakteristik der „Early Adoptors“ 175

II. Definitionsübernahme: ,informationstechnologische Normen‘	181
1. Die vier informationstechnologischen Normen	182
a) Erste ,informationstechnologische Norm‘	183
aa) „Free Flow of Information“	184
b) Zweite ,informationstechnologische Norm‘	187
c) Dritte, informationstechnologische Norm‘	189
d) Vierte, informationstechnologische Norm‘	191
2. ,Informationstechnologische Normen‘ als Belastung	193
a) Belastung durch E-Mails	193
b) Belastung durch vorgetäuschte Identität?	196
III. Realisierungsdruck	198
1. Ausschöpfung gesellschaftlicher Ressourcen durch das Internet	198
2. Den beruflichen Anschluß halten	200
a) Den beruflichen Anschluß halten: ,Abiturienten‘	204
b) Den beruflichen Anschluß halten: Angestellte und Beamte	207
IV. Definition des Internets als soziales Kontaktmedium	208
1. Individualisierung	210
a) Virtuelle Kontakte	210
aa) E-Mail-Kontakte	215
b) Kontakte im ,richtigen Leben‘	217
c) Anonymität	223
2. Momente der Integration	225
a) Zur Wertschätzung virtueller Kommunikation	225
b) Einstellungen zu anderen Nutzern	229
c) Integration durch Sprache	230
<u>F. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK</u>	233
<u>G L O S S A R</u>	234
<u>A N H A N G</u>	237
I. Das Anschreiben	237
II. Projektinformationen	238
III. Fragebogen – Soziale Gebrauchsweisen des Internets	239
<u>S E L B S T Ä N D I G K E I T S E R K L Ä R U N G</u>	263

L I T E R A T U R V E R Z E I C H N I S

- Afemann, Uwe (1996):** Zur Bedeutung der neuen Kommunikationstechnologien in der Dritten Welt am Beispiel des Internet. – Elektronische Publikation vom 16.04.1998 unter <http://www.rz.uni-osnabrueck.de/00index.htm> (Suchbegriff: Afemann AND Dritte AND Welt)
- Ahlers, Manfred (1985):** Bedürfnisse als Verhaltensdispositionen im kommunikationswissenschaftlichen Nutzenansatz – Eine handlungstheoretische Forschungsperspektive. – Universität München: Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades der Philosophie der Sozialwissenschaftlichen Fakultät
- Anderson, Robert H.; Shapiro, Norman Z. (1985):** Toward an Ethics and Etiquette for Electronic Mail. – Elektronische Publikation vom 29.04.1998 unter <http://www.rand.org/publications/MR/R3283/>
- Bahl, Anke (1997):** Zwischen On- und Offline. Identität und Selbstdarstellung im Internet. – München: KoPäd Verlag
- Bammé, Arno (1997):** Subjektivität in der Technologischen Zivilisation. Voraussetzungen und Formen politischer Einflußnahme. – In: Chr. Schachtner (Hg.) (1997): Technik und Subjektivität ..., S. 169-190
- Bandilla, Wolfgang (1997):** Überlegungen zu Selektionseffekten bei unterschiedlichen Formen der computergestützten Datenerhebung. – Elektronischer Abstract vom 18.02.1998 unter http://infosoc.uni-koeln.de/girlws/abstracts/fr_02.html
- Barben, Daniel (1997):** Genese, Enkulturation und Antizipation des Neuen. – Über Schwierigkeiten und Nutzen, Leitbilder der Biotechnologie zu re-konstruieren. In: M. Dierkes (Hg.) (1997): Leitbild und Technik..., S. 133-165
- Barlow, John Perry (1996):** Cyberspace Independence Declaration. – Elektronische Publikation vom 01.06.1998 unter <http://sunsite.unc.edu/netchange/hotstuff/barlow.html>
- Batinic, Bernad (Hg.) (1997):** Internet für Psychologen. – Göttingen u.a.: Hogrefe, Verlag für Psychologie
- Ders. (1998a):** Untersuchungen in den Net News - Ein FAQ [1.01]. Elektronische Publikation vom 23.02.1998 unter http://www.psychol.uni-giessen.de/~Batinic/survey/news_faq.htm
- Ders. (1998b):** Die Durchführung von Fragebogenuntersuchungen im INTERNET - ein erster Überblick [3.13]. Elektronische Publikation vom 23.02.1998 unter <http://www.psychol.uni-giessen.de/~Batinic/survey/faq3.htm>
- Ders. (1998c):** Internet-Umfragen-Newsletter [10]. Elektronische Nachricht vom 26.01.1998, erhältlich unter <http://www.psychol.uni-giessen.de/~Batinic/survey/um10.htm> (26.02.1998)
- Ders.; Bosnjak, Michael (1997):** Fragebogenuntersuchungen im Internet. – In: B. Batinic (Hg.) (1997): Internet für Psychologen.
- Bayerl, Saskia (1997):** Psychologische Untersuchungen im Internet Relay Chat. – Justus-Liebig-Universität Giessen: Semesterarbeit am Institut für Psychologie (Betreuer: Dipl. Psych. B. Batinic). – Elektronische Publikation vom 18.02.1998 unter http://www.psychol.uni-giessen.de/~Batinic/survey/irc/bat1.htm#Kap1_3
- Beck, Ulrich (1986):** Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. – 1. Aufl. 1986 – Frankfurt a. Main: Suhrkamp
- Bell, Daniel (1985):** Die nachindustrielle Gesellschaft. Aus dem Amerikan. von Siglinde Summerer und Gerda Kurz. – Frankfurt/Main; New York: Campus-Verl.
- Berger, Peter L./Luckmann, Thomas (1997):** Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. – Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag GmbH
- BDWi – Bundesministerium für Wirtschaft (1995):** Die Informationsgesellschaft. – Bonn
- Böhle, Fritz; Schulze, Hartmut (1997):** Subjektivierendes Arbeitshandeln. Zur Überwindung einer gespaltenen Subjektivität. – In: Chr. Schachtner (Hg.) (1997): Technik und Subjektivität ..., S. 26-46
- Böhm, Wolfgang; Wehner, Josef (1990):** Der symbolische Gehalt einer Technologie. Zur soziokulturellen Rahmung des Computers. – In: W. Rammert (Hg.) (1990): Computerwelten – Alltagswelten..., S. 105-129
- Böhm, Wolfgang; Olscha, Christa; Wehner, Josef; Rammert, Werner (1991):** Vom Umgang mit Computern im Alltag. Fallstudien zur Kultivierung einer neuen Technik. – Opladen: Westdt. Verl.
- Bolter, Jay D. (1997):** Das Internet in der Geschichte der Technologien des Schreibens. – In: S. Munker & A. Roesler (Hg.) (1997): Mythos Internet, S. 37-55

- Bosnjak, Michael (1997):** Internetbasierte, computervermittelte psychologische Fragebogenuntersuchungen. Verfahrensdarstellung, -diskussion und empirische Analyse ausgewählter methodischer sowie inhaltlicher Aspekte. - Aus der Reihe: Internet im Gardez! (hrsg. v. Mundorf, Prof. Dr. Norbert), Bd. 4 – St. Augustin: Gardez! Verlag Michael Itschert
- Bruchhaus, Jürgen (1994):** Sex ,n‘ Drugs ,n‘ Leuchter Report: Die Usenet News zwischen A(narchie) und Z(ensur). - Wissenschaftszentrum Berlin: WZB Discussion Paper FS II 94-509
- Bruckman, Amy (1994):** Programming for Fun: MUDs as a Context for Collaborative Learning. - Submitted to NECC '94 – Online-Publikation vom 21.04.1998 unter <http://www.uni-koeln.de/themen/cmc/text/bruck94a.txt>
- Bühl, Achim (1996):** CyberSociety: Die virtuelle Gesellschaft. In: E. Bulmahn et al. (Hg.) (1996): Informationsgesellschaft - Medien – Demokratie, S. 156-167
- Ders. (1997):** Die virtuelle Gesellschaft. Ökonomie, Kultur und Politik im Zeichen des Cyberspace. – Opladen: Westdt. Verl.
- Bühl, Walter L. (1995):** Wissenschaft und Technologie. An der Schwelle zur Informationsgesellschaft. – Göttingen: Schwartz
- Bühler-Ilieva (1997):** „Can anyone tell me how to /join#real.life?“ – Zur Identitätskonstruktion im Cyberspace. Online-Publikation unter URL http://socio.ch/intcom/t_ebuehl01.htm
- Buhr, Regina (1997):** „Wenn wir hier mal nicht Schreibmaschinen bauen, das möchte ich gar nicht mehr erleben müssen!“ – Betriebliche Innovationsdynamik und Produktleitbilder. In: Dierkes, Meinolf (Hg.) (1997): Technikgenese ..., S. 37-68
- Bulmahn, Edelgard; van Haaren, Kurt; Hensche, Detlev; Kiper, Manuel; Kubicek, Herbert; Rilling, Rainer; Schmiede, Rudi (Hg.) (1996):** Informationsgesellschaft - Medien - Demokratie. Kritik – Positionen – Visionen. - Marburg: BdWi-Verl.
- Buten, John (1996):** The First World Wide Web Personal Home Page Survey. Hrsg. vom Personal Home Page Institute. – Elektronische Publikation vom 01.04.1998 unter <http://www.asc.upenn.edu/usr/sbuten/phpi.htm>
- Canzler, Weert (1997):** Der Erfolg des Automobils und das Zauberlehrlings-Syndrom. In: Dierkes, Meinolf (Hg.): Technikgenese ..., S. 99-129
- Ders.; Helmers, Sabine; Hoffmann, Ute (1995):** Die „Datenautobahn“. Sinn und Unsinn einer populären Metapher. - In: Dierkes, Meinolf (Hg.) (1997): Technikgenese ..., S. 167-192
- Chandler, Daniel (199X):** The Construction of Identity in Personal Home Pages on the World-Wide Web. – Elektronische Publikation vom 22.04.1998 unter <http://www.aber.ac.uk/~dgc/hompgid.html>
- Clases, Christoph (1994):** Kommunikation in computervermittelten Tätigkeitszusammenhängen. Bilanzierung der Ergebnisse einer qualitativen Studie zur Nutzung und Bewertung elektronischer Postsysteme. - Elektronische Publikation vom 23.04.1998 unter http://www.ifap.bepr.ethz.ch/~clases/artikel/harburger_beitrag/inhalt.htm
- Coradi, Maja (1997):** MUDs – faszinierende virtuelle Welten. Ein Vergleich der Selbstdarstellung in Multi-User Dungeons und im „Realen Leben“ mit Hilfe von Theorien Erving Goffmans. - Elektronische Publikation vom 17.04.1998 unter http://socio.ch/intcom/t_mcorad01.htm
- Clarke, Roger (1995-1997):** NET-ETHIQUETTE. Mini Case Studies of Dysfunctional Human Behaviour on the Net. – Elektronische Publikation vom 29.04.1998 unter <http://www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/II/Netethiquettecases>
- Dierkes, Meinolf (Hg.) (1997):** Technikgenese. Befunde aus einem Forschungsprogramm. – Berlin : Ed. Sigma
- Ders.; Knie, A. (1994):** Geräte und ihr Sinn. Technikgenese im institutionellen Geflecht mächtiger Verständigungen. – In: Zapf, W.; Dierkes, M. (Hg.): Institutionenvergleich und Institutionendynamik. – Berlin: WZB-Jahrbuch 1994, S. 83-105
- Dollhausen, Karin (1993):** Neue Informationstechniken und ihre soziale Konstruktion. Der technische Wandel als soziologisches Theorieproblem. – Aachen, Techn. Hochsch.: Diss.
- Döring, Nicola (1994):** Einsam am Computer? Sozialpsychologische Aspekte der Usenet Community. – Online-Publikation vom 21.03.1998 unter <http://www.uni-koeln.de/themen/cmc/text/doering.94.txt>
- Döring, Nicola (1995):** Isolation und Einsamkeit bei Netznutzern? - Oeffentliche Diskussion und empirische Daten. – Online-Publikation vom 21.03.1998 unter <http://www.uni-koeln.de/themen/cmc/text/doering.95.txt>

- Durkheim, Emile (1991):** Die Regeln der soziologischen Methode. Hrsg. und eingeleitet von René König. – 2. Aufl. – Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Duxbury, Linda; Higgins, Chris; Staples, Sandy (199X):** An Empirical Study of Electronic Mail Usage. - Western Business School, The University of Western Ontario. - Elektronische Publikation vom 29.04.1998 unter <http://hsb.baylor.edu/ramsower/acis/papers/staples.htm>
- Dworschak, Manfred (1994):** Zauberreich aus Bits und Bytes. - Artikel aus: DIE ZEIT, Nr.41, 07.10.1994 – Am 21.04.1998 unter dem URL <http://www.uni-koeln.de/themen/cmc/text/dworschak.94.txt>
- Eckert, R.; Vogelsang, W.; Wetzstein, T.A. (1993):** Computer und Kultur. – In: Kaiser, G., Matejovski, D., Fedrowitz, J. (Hg.): Kultur und Technik im 21. Jahrhundert, S. 38-47. Frankfurt am Main : Campus
- Erickson, Thomas (1996):** The World Wide Web as Social Hypertext. – Elektronische Publikation vom 27.04.1998 unter http://www.pliant.org/personal/Tom_Erickson/SocialHypertext.html
- Flick, Uwe (1996):** Psychologie des technisierten Alltags. Soziale Konstruktion und Repräsentation technischen Wandels in verschiedenen kulturellen Kontexten. – Aus der Reihe: Beiträge zur psychologischen Forschung, Bd. 28. – Opladen : Westdt. Verl.
- Flusser, Vilém (1993):** Die Informationsgesellschaft als Regenwurm. – In: Kaiser, Gert: Kultur und Technik im 21. Jahrhundert, Bd. 1 der Schriftenreihe des Wissenschaftszentrums Nordrhein-Westfalen, S. 69-78, Frankfurt am Main: Campus Verlag
- Gerhards, Gerhard (1991):** Seminar-, Diplom- und Doktorarbeit. Muster und Empfehlungen zur Gestaltung von rechts- und wirtschaftswissenschaftlichen Prüfungsarbeiten. – 7., völlig überarb. u. erg. Aufl. – Bern; Stuttgart: Haupt (UTB-Reihe)
- Geser, Hans (1996):** Auf dem Weg zur "Cyberdemocracy"? Auswirkungen der Computernetze auf die öffentliche politische Kommunikation (Version 1). – Elektronische Publikation vom 01.06.1998 unter <http://www.unizh.ch/~geserweb/komoef/ftext.html>
- Ders. (199X):** „Yours Virtually Forever“ Death memorials and Remembrance Sites in the WWW. – Elektronische Publikation vom 19.02.1998 unter http://socio.ch/intcom/t_hgeser07.htm
- Goffman, Erving (1976):** Wir spielen alle Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. – München: R. Pieper & Co. Verlag
- Ders. (1996):** Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen. – 4. Aufl. – Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Gräf, Lorenz (1997):** Locker verknüpft im Cyberspace. Einige Thesen zur Änderung sozialer Netzwerke durch die Nutzung des Internet. In: L. Gräf & M. Krajewski (Hg.) (1997): Soziologie des Internet ..., S. 99-124
- Ders.; Krajewski, Markus (Hg.) (1997):** Soziologie des Internet: Handeln im elektronischen Web-Werk. – Frankfurt am Main; New York: Campus Verlag
- Gross, Peter (1994):** Die Multioptionsgesellschaft. – 1. Aufl. - Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hambridge, Sally (1995):** Netiquette Guidelines. Elektronische Publikation der „Responsible Use of the Network (RUN) Working Group of the IETF“. RFC1855/FYI28. Am 26.02.1998 erhältlich unter <http://www.me.chalmers.se/~hazze/rfc1855.html>
- Hård, Mikael (1997):** Genese von Techniken und betriebliche Technikpolitik: Tradition und Flexibilität im Dieselmotorenbau. In: Dierkes, Meinolf (Hg.) (1997): Technikgenese..., S. 17-36
- Häußermann, Hartmut; Siebel, Walter (1995):** Dienstleistungsgesellschaften, Erstausg. - 1. Aufl. - Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Hauptmanns, Peter (1997):** Empirische Forschung online - Grenzen und Chancen von quantitativen Befragungen mit Hilfe des Internets. - Elektronischer Abstract vom 18.02.1998 unter http://infosoc.uni-koeln.de/girlws/abstracts/fr_03.html
- Hennen, Leonhard (1992):** Technisierung des Alltags: ein handlungstheoretischer Beitrag zur Theorie technischer Vergesellschaftung. – Opladen: Westdt. Verl.
- Hillmann, Karl-Heinz (1994):** Wörterbuch der Soziologie. – 4. überarbeitete und ergänzte Aufl.. – Stuttgart: Kröner
- Hoffmann, Ute (1997):** Panic Usenet. Netzkommunikation in (Un-)ordnung. WZB Discussion Paper FS II 97-106, Berlin: Wissenschaftszentrum. – Als elektronische Publikation am 02.04.1998 erhältlich unter <http://duplox.wz-berlin.de/texte/panic/>

- Höflich, Joachim R. (1994):** Der Computer als „interaktives Massenmedium“. Zum Beitrag des Uses and Gratifications Approach bei der Untersuchung computer-vermittelter Kommunikation. – Aus: Publizistik, 39. Jahrgang, Heft 4, S. 389-408
- Hofmann, Jeanette (1997):** Über Nutzerbilder in Textverarbeitungsprogrammen – Drei Fallbeispiele. – In: Dierkes, Meinolf (Hg.) (1997): Technikgenese..., S. 71-98
- Dies. (1998):** „Let A Thousand Proposals Bloom“ – Mailinglisten als Forschungsquelle. – (erscheint in: Batinic, B.; Werner, A.; Bandilla, W. [Hg.] [1998]: Online Research. Göttingen: Hogrefe.) – Elektronische Publikation vom 29.04.1998 unter <http://duplox.wz-berlin.de/texte/gortex/>
- Holderness, Mike (1995):** The Internet and the South: Superhighway or Dirt-track? - Panos Media Briefing No. 16 – Elektronische Publikation vom 01.06.1998 unter <http://www.oneworld.org/panos/briefing/internet.htm>
- Holzer, Horst (1994):** Einführung in handlungs- und gesellschaftstheoretische Konzeptionen. – Opladen: Westdt. Verl.
- Hörning, Karl H. (1989):** Vom Umgang mit den Dingen. Eine techniksoziologische Zuspitzung. In: Peter W. Weingart (Hg.) (1989): Technik als sozialer Prozeß, S. 90-127
- Horvath, John (1998):** Die Unabhängigkeit des Internet und der Massengeist. Elektronische Publikation vom 16.04.1998 unter <http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/te/1019/2.html>
- Huber, Steff (199X):** Die Theorie sozialer Systeme und das Internet. Ein systemtheoretischer Zugriff auf soziale Systeme im Netz. – Magisterarbeit im Fach Soziologie. – Elektronische Publikation vom 29.04.1998 unter <http://rzibm01.rz.uni-augsburg.de/~steff/NetzSystem/index.htm>
- Jäckel, Michael (1992):** Mediennutzung als Niedrigkostensituation. Anmerkungen zum Nutzen- und Belohnungsansatz. - Aus: Medienpsychologie, Jg. 4 (1992), Heft 4. – Opladen: Westdeutscher Verlag
- Joerges, Bernward (1989):** Soziologie und Maschinerie. Vorschläge zu einer >>realistischen<< Techniksoziologie. In: Peter W. Weingart (Hg.) (1989): Technik als sozialer Prozeß, S. 44-89
- Joerges, Bernward (1990):** Computer und andere Dinge. Anstiftung zu soziologischen Vergleichen. - In: Rammert, Werner (Hg.): Computerwelten – Alltagswelten..., S. 39-54
- Kiesler, Sara; Siegel, Jane; McGuire, Timothy W. (1984):** Social Psychological Aspects of Computer-Mediated Communication. – Aus: The American Psychologist, Vol. 39, No. 10, S. 1123-1134
- Kirchwitz, Andreas M. (1997):** DIE NETIQUETTE. Elektronischer Newsgroups-Artikel aus de.newusers.infos vom 23.02.1998. Message-ID: <de-newusers-infos/netiquette/19980220-1@krell.snafu.de> Archive-name: de-newusers/netiquette
- Kleinstauber, Hans J. (1996):** Das Elend der Informationsgesellschaft. In: E. Bulmahn et al. (Hg.) (1996): Informationsgesellschaft - Medien – Demokratie..., S. 23-33
- Kopp, Wolfgang (1998):** Die Newsgruppen der de.alt-Hierarchie. Elektronischer Newsgroups-Artikel aus de.newusers.infos vom 23.02.1998 Message-ID: <de-newusers-infos/de-alt-newsgruppen/19980220-1@krell.snafu.de> Archive-name: de-newusers/de-alt-newsgruppen
- Krajewski, Markus (1997):** Spür-Sinn. Was heißt einen Hypertext lesen? - In: L. Gräff; M. Krajewski (Hg.) (1997): Soziologie des Internet..., S. 60-78
- Knie, Andreas (1997):** Technik als gesellschaftliche Konstruktion, Institutionen als soziale Maschinen. Perspektiven der Technikgestaltung. - In: Dierkes, Meinolf (Hg.) (1997): Technikgenese..., S. 225-243
- Knorr-Cetina, Karin (1989):** Spielarten des Konstruktivismus. Einige Notizen und Anmerkungen. – In: Soziale Welt, Jg. 40, S. 87-96
- Kubicek, H. (1996):** Deutschlands dritter Anlauf in die Informationsgesellschaft. – In: Bulmahn et al. (Hg.) (1996): Informationsgesellschaft – Medien – Demokratie..., S. 241-268
- Leber, Martin (1988):** Die Beziehungen zwischen Mediennutzungsverhalten und nicht-medialen Freizeitaktivitäten. Ansätze einer freizeitsoziologischen Weiterung des „Uses-and-Gratifications-Approach“. Dissertation zur Erlangung der Würde eines Doktors der Philosophie an der Universität Basel. – Verlag Peter Lang: Bonn u.a.
- Leggewie, Klaus (1996):** Netizens oder: der gut informierte Bürger heute. Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit? Chancen demokratischer Beteiligung im Internet - anhand US-amerikanischer und kanadischer Erfahrungen. Petersberg bei Bonn: Rede, gehalten am 9. September 1996 auf der Internationalen Konferenz über die Werte der Informationsgesellschaft. – Elektronische Publikation vom 30.05.1998 unter <http://www.iid.de/macht/beitraege/leggewie.html>

- Leslie, Jacques (1993):** Mail Bonding. E-Mail is creating a new oral culture. – Aus: WIRED 2.03 (Electrosphere). – Elektronische Publikation vom 29.04.1998 unter http://www.frivolity.com/teatime/Computers/email_wonders.html
- Luhmann, Niklas (1997):** Die Gesellschaft der Gesellschaft. – Suhrkamp: Frankfurt am Main
- Lüscher, Christoph (199X):** Zur Konstruktion von Identität im virtuellen Raum. – Universität Zürich: Seminararbeit im Rahmen des Seminars „Soziologische Annäherung an den Cyberspace“ am Soziologischen Institut. Online-Publikation vom 17.04.1998 unter <http://ourworld.compuserve.com/homepages/thisischris/Cyberseminar.html>
- Maletzke, Gerhard (1988):** Massenkommunikationstheorien. - [aus der Reihe: Medien in Forschung + Unterricht: Ser. B; Bd. 7]. – Tübingen: Niemeyer
- Merten, Klaus (1984):** Vom Nutzen des „Uses and Gratifications Approach“. Anmerkungen zu Palmgreen. – Aus: Rundfunk und Fernsehen, 32. Jahrgang, S. 66-72
- Mettler-von Meibom, Barbara (1994):** Kommunikation in der Mediengesellschaft. Tendenzen, Gefährdungen, Orientierungen. - Berlin: Ed. Sigma
- Milgram, Stanley (1993):** Das Milgram-Experiment: zur Gehorsamsbereitschaft gegenüber Autorität. – Reinbek bei Hamburg: Rowohlt
- Miller, Hugh (1995):** The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on the Internet. – Elektronische Publikation vom 18.03.1998 unter <http://www.ntu.ac.uk/soc/psych/miller/gooffman.htm>
- Mitchell, Tony; Paprzycki, Marcin; Duckett, George (1994):** Research Methods Using Computer Networks. - Elektronische Publikation vom 19.02.1998 unter <http://www.uni-koeln.de/themen/cmc/text/mitchell.94.txt>
- Mollenhauer, Klaus (1983):** Vergessene Zusammenhänge über Kultur und Erziehung. – München: Juventa Verlag
- Möller, Carsten (1997):** Freiheit im Netz. Die virtuelle Möglichkeit. Vordiplomarbeit Philosophie. – Leipzig: Hochschule für Grafik und Buchkunst, Fachbereich Medienkunst. – Elektronische Publikation vom 19.05.1998 unter <http://www.hgb-leipzig.de/projekt/student/carsten/start.htm>
- Moscovici, S. (1973):** Foreword. – In: Herzlich, C. (Hg.): Health and Illness. A Social Psychological Analysis. – S. IX-XIV. (Original 1968). London: Academic Press
- Mumford, Lewis (1963):** Technics and Civilization. – New York: Harcourt, Brace and World
- Ders. (ohne Erscheinungsdatum):** Autoritäre und demokratische Technik. In: Technologie und Politik 15. Das Magazin zur Wachstumskrise demokratischer und autoritärer Technik. Beiträge zu einer anderen Technikgeschichte, S. 12-22
- Münker, Stefan; Roesler, Alexander (Hg.) (1997):** Mythos Internet. – 1. Aufl. – F.a.M.: Suhrkamp
- Musch, Jochen (1997):** Die Geschichte des Netzes: ein historischer Abriss. – In: B. Batinić (Hg.) (1997): Internet für Psychologen, S. 27-48
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1989):** Öffentliche Meinung. Die Entdeckung der Schweigespirale. – Erw. Ausg. d. als Ullstein-Taschenbuches erschienen Ausg. – Frankfurt a. M./Berlin: Ullstein
- North, Tim (1994):** The Internet and Usenet Global Computer Networks. An investigation of their culture and its effects on new users. A Masters thesis by Tim North. – Elektronische Publikation vom 16.04.1998 unter <http://www.vianet.net.au/~timn/thesis/index.html>
- Ogburn, William F. (1946):** The social Effects of Aviation. Boston: Houghton Mifflin Co.
- Paetau, Michael (1996):** Kommunikationsweise und sozialer Raum. Zum Wandel von Sozialität in der Informationsgesellschaft. In: E. Bulmahn et al. (Hg.): Informationsgesellschaft - Medien - Demokratie..., S. 168-173
- Palmgreen, Philip (1984):** Der Uses and Gratifications Approach. Theoretische Perspektiven und praktische Relevanz. - Aus: Rundfunk und Fernsehen, 32. Jahrgang, S. 51-65
- Piening, Raimund (1995):** Electronic Mail: Ein neues Medium in seinem Verhältnis zum herkömmlichen Brief. – Universität Bonn: Hausarbeit zum Hauptseminar „Deutsche Gegenwartssprache in den neuen Medien“ bei Prof. U. Schmitz. – Elektronische Publikation vom 29.04.1998 unter <http://www.linse.uni-essen.de/esel/emails/emails.htm>
- Poelzl, Jo (199X):** Die Entwicklung der Informationsgesellschaft als self-fulfilling prophecy. – Technische Universität Berlin: Diplomarbeit – Online am 19.05.1998 unter: <http://www.medienberatung.tu-berlin.de/diplomarbeiten/YOH/Yohidx.htm>

- Ragget, Dave; Lam, Jenny; Alexander, Ian (1997):** HTML 3.2 - Neue Möglichkeiten für das Web-Publishing. - Bonn : Addison-Wesley-Longman
- Rammert, Werner (1989):** Technisierung und Medien in Sozialsystemen - Annäherungen an eine soziologische Theorie der Technik. In: P. W. Weingart (Hg.) (1989): Technik als sozialer Prozeß, S. 128-173
- Ders. (Hg.) (1990):** Computerwelten - Alltagswelten. Wie verändert der Computer die soziale Wirklichkeit? - (Sozialverträgl. Technikgestaltung; Bd. 7) - Opladen: Westdt. Verl.
- Ders. (1990a):** Computerwelten - Alltagswelten. Von der Kontrastierung zur Variation eines Themas. - In: W. Rammert (Hg.) (1990): Computerwelten - Alltagswelten..., S. 13-26
- Ders.; Wehner, Josef (1990):** Zum Stand der Dinge: Die Computerwelt und ihre wissenschaftliche Beobachtung. - In: W. Rammert (Hg.) (1990): Computerwelten - Alltagswelten..., S. 225-238
- Ders. (1993):** Technik aus soziologischer Perspektive: Forschungsstand, Theorieansätze, Fallbeispiele. Ein Überblick. - Opladen: Westdt. Verl.
- Reichert, Jo (1991):** Kontaktanzeigen in Stadtmagazinen oder die Suche nach dem anderen, den man nicht treffen will. - In: Müller-Doohm, Stefan; Neumann-Braun, Klaus (Hg.): Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation: Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie. - Bibliotheks- und Informationssystem der Universität Oldenburg, S. 251-265
- Reid, E. M. (1991):** Electropolis: Communication and community On Internet Relay Chat. University of Melbourne, Australia: Honours thesis - Elektronische Publikation vom 04.05.1998 unter <http://www.ee.mu.oz.au/papers/emr/electropolis.html>
- Renckstorf, Karsten (1989):** Mediennutzung als soziales Handeln. Zur Entwicklung einer handlungstheoretischen Perspektive der empirischen (Massen-)Kommunikationsforschung. - In: Kaase, Max; Schulz, Winfried (Hg.) (1989): Massenkommunikation: Theorien, Methoden, Befunde. - Sonderh. (30) der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, S. 314-336 - Opladen: Westdeutscher Verlag
- Rilling, Rainer (1997):** Auf dem Weg zur Cyberdemokratie. - Elektronische Publikation vom 19.05.1998 unter <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/pol/8001/1.html>
- Ronge, Volker (1984):** Massenmedienkonsum und seine Erforschung - Eine Polemik gegen „Uses and Gratifications“. - Aus: Runfunk und Fernsehen, 32. Jahrgang, S. 73-82
- Ropohl, G. (1991):** Technologische Aufklärung. Beiträge zur Technikphilosophie. - Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Rosengren, Karl Erik; Windahl, Swen (1975):** Funktionale Aspekte bei der Nutzung der Massenmedien. In: Maletzke, Gerhard (Hg.): Einführung in die Massenkommunikationsforschung, S. 169-185 - Berlin: Verlag Volker Spiess
- Rost, Martin (1996):** Die Netzrevolution. Auf dem Weg in die Weltgesellschaft. - Frankfurt am Main: Eichborn
- Rheingold, Howard (1994):** Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers. - Bonn; Paris; Reading, Mass. [u.a.]: Addison-Wesley
- Rubio, Steven (1996):** Home Page. - Artikel aus: *Bad Subjects*, Issue #24, February 1996. - Elektronische Publikation vom 24.04.1998 unter <http://english-www.hss.cmu.edu/bs/24/rubio.html>
- Schachtner, Christina (Hg.) (1997):** Technik und Subjektivität. Das Wechselverhältnis zwischen Mensch und Computer aus interdisziplinärer Sicht. - 1. Aufl. - Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Schachtner, Christina (1997a):** Die Technik und das Soziale. Begründung einer subjektivitätsorientierten Technikforschung. - In: Chr. Schachtner (Hg.) (1997): Technik und Subjektivität ..., S. 7-25
- Scherer, Brigitte (1997):** Vom Müssen zum Wollen. Arbeiten mit dem Personalcomputer. - In: Chr. Schachtner (Hg.) (1997), S. 47-68
- Schmiede, Rudi (1996):** Die Informatisierung der gesellschaftlichen Arbeit. - In: E. Bulmahn et al. (Hg.) (1996): Informationsgesellschaft - Medien - Demokratie, S. 97-108
- Schulze, Gerhard (1995):** Die Erlebnisgesellschaft: Kulturosoziologie der Gegenwart. - 5. Aufl. - Frankfurt/Main [u.a.] : Campus-Verl.
- Schütz, Alfred (1971-1972):** Gesammelte Schriften Vol. I-III. Den Haag : Nijhoff
- Seidler, Kai (1994):** Computerfreaks like 2 party. Relay Parties zwischen Virtualität und Realität. - Wissenschaftszentrum Berlin: WZB Discussion Paper FS II 96-104 - Elektronische Publikation vom 29.04.1998 unter <http://duplox.wz-berlin.de/texte/rps/>

- Specker, Roland (1997):** China und das Internet. Bringt die "Technology of freedom" die Demokratie ins Reich der Mitte? – Elektronische Publikation vom 19.02.1998 unter http://socio.ch/intcom/t_rspeek01.htm
- Spinner, Helmut F. (1994):** Die Wissensordnung. Ein Leitkonzept für die dritte Grundordnung des Informationszeitalters. Opladen: Leske + Budrich
- Stehr, Nico (1994):** Arbeit, Eigentum und Wissen. Zur Theorie von Wissensgesellschaften. – 1. Aufl. - Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Stengel, Damaris (1996):** Cybermania. Über virtuelle Welten. – In: Hartmann, Hans A.; Haubl, Rolf (Hg.): Freizeit in der Erlebnisgesellschaft: Amüsement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz, S. 245-264. – Opladen: Westdeutscher Verlag
- TELEMATICS 2C (1994):** Programm Telematikanwendungen (TELEMATICS 2C), 1994-1998. - Ein Arbeitsprogramm der Europäischen Union. - Online am 16.04.1998 unter http://www.tzm.uni-giessen.de/eu-info/telemati/work_dt.htm#Arbeitsprogramm
- TEXT1 (1998):** Was ist ein MOO? – Elektronischer Text vom 23.04.1998 ohne Autorangabe unter <http://duplox.wz-berlin.de/muh/Moo.html>
- Tietel, Erhard:** Prächtige Schriftsätze, makellose Bescheide, vollendete Formulare. - In: Chr. Schachtner (Hg.) (1997): Technik und Subjektivität ..., S. 86-105
- Tönnies, Ferdinand (1988):** Gemeinschaft und Gesellschaft. Grundbegriffe der reinen Soziologie. Neudruck d. 8. Aufl. von 1935, 2. unveränd. Aufl. – Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft
- Tschiedel, Robert (1995):** Technikfolgenabschätzung. – ein Beitrag in: Fuchs-Heinritz, Werner et al.: Lexikon zur Soziologie. – 3., völlig neu bearb. und erw. Aufl., durchges. Nachdr. – Opladen: Westdt. Verl.
- Turkle, Sherry (1986):** Die Wunschmaschine. Der Computer als zweites Ich. – Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch GmbH
- Turkle, Sherry (1998):** Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet. – 1. Aufl. – Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Verlag GmbH
- Utz, Sonja (1996):** Kommunikationsstrukturen und Persönlichkeitsaspekte bei MUD-Nutzern. - Philosophisch-Pädagogische Fakultät der Katholischen Universität Eichstätt: Diplomarbeit zur Erlangung des akademischen Grades „Diplom-Psychologin Univ.“ – Online-Publikation vom 19.04.1998 unter <http://134.176.139.60/SICP/public/onja0.htm>
- Van den Daele, Wolfgang (1989):** Kulturelle Bedingungen der Technikkontrolle durch regulative Politik. In: P. W. Weingart (Hg.) (1989): Technik als sozialer Prozeß, S. 197-230
- Vogt, Kersten (1997):** Verzerrungen im Computer-Interview? - elektronischer Abstract vom 18.02.1998 unter http://infosoc.uni-koeln.de/girlws/abstracts/sa_03.html
- Vom Lehn, Dirk:** Virtuelle Realität im öffentlichen Diskurs. Eine techniksoziologische Untersuchung zur Konstruktion einer innovativen Technologie durch die Printmedien. – St. Augustin: Gardez! Verlag Michal Itschert (nur auf CD erhältlich; elektronischer Bezug unter <http://pobox.com/~gardez> möglich)
- Watzlawick, Paul; Beavin, Janet H.; Jackson, Don D. (1990):** Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien. – 8. unveränd. Aufl. – Bern; Stuttgart; Toronto: Huber
- Weber, Max (1993):** Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus: Textausgabe auf der Grundlage der ersten Fassung von 1904/05 mit einem Verzeichnis der wichtigsten Zusätze und Veränderungen aus der zweiten Fassung von 1920. Hg. und eingel. von Klaus Lichtblau. - Bodenheim: Athenäum Hain Hanstein
- Wehner, Josef (1997):** Medien als Kommunikationspartner. Zur Entstehung elektronischer Schriftlichkeit im Internet. In: L. Gräf; M. Krajewski (Hg.) (1997): Soziologie des Internet..., S. 125-149
- Weingart, Peter W. (Hg.) (1989):** Technik als sozialer Prozeß. - 1. Aufl. - Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Weingart, Peter (1989a):** >>Großtechnische Systeme<< - ein Paradigma der Verknüpfung von Technikentwicklung und sozialem Wandel? In: P. W. Weingart (Hg.) (1989): Technik als sozialer Prozeß, S. 174-196
- Wetzstein, Thomas A. (1995):** Kultur und elektronische Kommunikation. Eine empirische Untersuchung zu den Nutzern von Computernetzwerken. Fachbereich IV - Abt. Soziologie der Universität Trier: Inauguraldissertation zum Doktor der Philosophie
- Willke, Helmut (1996):** Ironie des Staates. Grundlinien einer Staatstheorie polyzentrischer Gesellschaft. – 1. Aufl. - Frankfurt am Main: Suhrkamp

DARSTELLUNGSVERZEICHNIS

Nr.	Darstellung	Seite
1	Smileys und ASCII-Art	92
2	Zu Struktur und Objektivierung von Internet-Kommunikation (eigener Entwurf)	110
3	Das erlebnisorientierte kommunikative Risiko textbasierter Internet-Kommunikation (eigener Entwurf)	112
4	Soziale Repräsentationen technischen Wandels im Alltag (FLICK 1996, S. 121)	135
5	Das Konzept des Sozialen Konstruktivismus (FLICK 1996, S. 17)	137
6	"Alternatives Denkmodell zur Ermittlung von Folgen/Konsequenzen massenmedialer Kommunikationsprozesse („publikumszentriertes Modell") (RENCKSTORF 1989, S. 319)	140
7	„Eigenintegration' im Spannungsfeld von Individualisierungsdruck und Konformitätsbereitschaft (eigener Entwurf)	143
8	Umfrageformen im Internet (eigener Entwurf)	149
9	Internet-Umfragen im Vergleich (vgl. BATINIC & BOSNJAK 1997, S. 234)	169
10	Nutzer nach Berufsgruppen	172
11	Höchster Schulabschluß und Intensität der Computernutzung im Studium/am Arbeitsplatz	173
12	Herkunftsländer der befragten Nutzer	173
13	Alterstruktur der Nutzer	174
14	Einkommensverteilung – deutsche Homepage-Betreiber	174
15	Einkommensverteilung - Homepage-Betreiber aus Österreich	175
16	Prozessortypen	176
17	Einsatzbereiche des Computers	177
18	Zeitraum von PC-Besitz und Internet-Nutzung	177
19	Wöchentliche Internet-Nutzung in Stunden	178
20	Nutzungsintensität Internet-Dienste	179
21	Themen, über die sich die Internet-Nutzer im Internet hauptsächlich informieren	179
22	Herstellung bzw. Aufrechterhaltung einer Internet-Verbindung als Alternative zu anderen Tätigkeiten	180
23	Persönliche Bedeutung des Computers für die Nutzer	181
24	Anteil ‚wahllosen Surfens' an der Internet-Nutzung	184
25	Aussagen zum ‚Free Flow of Information'	185

26	Aussagen zum ‚Free Flow of Information‘ im Zusammenhang mit zugeschriebener Informationsverarbeitungskompetenz	186
27	Zweite ‚informationstechnologische Norm‘: Macht durch Information	187
28	Zustimmung zu Machtfaktoren im Zusammenhang mit selbst zugeschriebener Informationsverarbeitungskompetenz	188
29	Operationalisierung der ‚dritten informationstechnologischen Norm‘	189
30	Dritte ‚informationstechnologische Norm‘: ‚Freiheit‘, ‚Gleichheit‘, ‚Brüderlichkeit‘ durch ein weltweites Informationsnetz	189
31	Zustimmung und Ablehnung zu Bereichen der ‚dritten informationstechnologischen Norm‘	190
32	Vierte ‚informationstechnologische Norm‘: Persönlichkeitssteigerung durch Information	191
33	Homepage-Elemente	192
34	Belastung durch ‚informationstechnologische Normen‘ - Kommunikationsstile	194
35	Die empirischen Antwortkombinationen der Fragen 48 und 49	194
36	Kommunikationstypen (E-Mail-Nutzung) und ihr Belastungsfaktor in Abhängigkeit von Nutzungsintensität und Kontakthäufigkeit	195
37	Belastung durch ‚informationstechnologische Normen‘ - Identität	196
38	Empirischer Zusammenhang zwischen selbst vorgetäuschter und durch andere vorgetäuschte Identität (<i>Frage 53 und 54</i>)	197
39	Kommunikationstypen (Identität) und ihr Belastungsfaktor in Abhängigkeit von Nutzungsintensität und Kontakthäufigkeit	197
40	Einstellungen in % zu Aussagen darüber, ob mangelnde Beschäftigung mit dem Internet in 10-20J. zum Ausschluß von best. gesellschaftlichen Ressourcen führen wird	199
41	Der Computer als Möglichkeit, Berufschancen zu verbessern, in Abhängigkeit von der wöchentlichen Anzahl an Std. im Internet	200
42	Die Dichte von PC-Besitz und Internet-Zugang im Freundes- bzw. Bekanntenkreis in Abhängigkeit von der wöchentlichen Aufenthaltsdauer im Internet	201
43	Stellungnahme, ob das Internet zukünftig Arbeitsplätze schaffen werde, im Zusammenhang mit der Bedeutung des Computers als Möglichkeit, die Berufschancen zu erhöhen	202
44	Zustimmung zu Internet-Utopien im Zusammenhang mit der Bedeutung des Computers als Möglichkeit, die Berufschancen zu erhöhen	203
45	Bildungsgrad im Zusammenhang mit der Verwendung des Computers in Beruf/Studium u.s.w.	204
46	Zusammenhang von Schulabschluß und der Bedeutung des Computers als Möglichkeit, die Berufschancen zu erhöhen	205
47	Bedeutung des Computers im Zusammenhang mit Alter und Schulabschluß	206
48	Intensität des Computergebrauchs am Arbeitsplatz für Angestellte und Beamte	207
49	Charakteristik internetvermittelter Kontakte im ‚richtigen Leben‘	209

50	Genannte Gründe dafür, daß virtuelle ‚Kontakte‘ nicht in ‚richtige Kontakte‘ umgesetzt worden sind	209
51	Antwortreaktionen auf im Fragebogen angegebene Gründe für die mangelnde ‚Umsetzung‘ von virtuellen ‚Kontakten‘ in Begegnungen im ‚richtigen Leben‘	211
52	Die Charakteristik von virtuellen Kontakten („Gesprächen“)	212
53	‚Treffpunkte‘ für virtuelle Begegnungen	212
54	Anzahl rein virtueller ‚Kontakte‘ im Zusammenhang mit dem Glauben, das Internet erzeuge eine ‚neue Form der Gemeinschaftlichkeit‘	214
55	Die Beziehung von Zustimmungstendenz und Anzahl virtueller Kontakte	215
56	Verantwortlichkeit für den Abbruch von ‚E-Mail‘-Kontakten	215
57	Wechselnde ‚E-Mail‘-Kommunikationspartner	216
58	‚E-Mail‘-Kontakte als Belastung in Abhängigkeit von der Häufigkeit wechselnder E-Mail-Kommunikationspartner	216
59	Belastung durch ‚E-Mails‘ und Häufigkeit wechselnder ‚E-Mail‘-Kommunikationspartner in Zusammenhang mit der Anzahl bisheriger virtueller ‚Kontakte‘	217
60	Anzahl von Kontakten im ‚richtigen Leben‘	218
61	Zusammenhang zwischen Kontakten im ‚richtigen Leben‘ und telefonischen Kontakten	219
62	Initiative zu Kontakten im ‚richtigen Leben‘ / am Telefon	220
63	Die Nutzung verschiedener Internet-Dienste zur Herstellung virtueller ‚Kontakte‘ im Vergleich mit der Nutzungsintensität dieser Dienste zur Herstellung ‚richtiger‘ sozialer Kontakte	221
64	Phi-Koeffizienten für die jeweiligen Zusammenhänge zwischen virtuellen und ‚richtigen‘ Kontakten	222
65	Anonymes ‚Verhalten‘ im Internet?	224
66	Gründe für die Verwendung eines Pseudonyms	224
67	Nennung von Gründen, warum bisher keine virtuellen ‚Kontakte‘ zustandegekommen sind	226
68	Zum Authentizitätsempfinden gegenüber Internet-Kommunikationspartnern und zu eigener Authentizität	227
69	Hilfestellungen gegenüber anderen Nutzern (konkrete Fragen beantworten per ‚E-Mail‘, im Chat usw.)	228
70	Zustimmung der Nutzer zu Aussagen, ob sich ‚die Nutzer‘ untereinander in best. Bereichen ähneln	230
71	PC-Besitz und Internet-Zugang im Freundes- und Bekanntenkreis der Nutzer	231
72	Das Internet/der Computer als Gesprächsthema im Bekannten-/Freundeskreis in Abhängigkeit von der Anzahl an Personen im Bekannten-/Freundeskreis mit Internet-Zugang	232

EINLEITUNG

1. Das Internet – Vom technischen zum sozialen Phänomen

Es ist nicht übertrieben zu sagen, daß zum Zeitpunkt der Vorlage dieser Arbeit kein Tag vergeht, ohne daß nicht auch der Unkundige in den klassischen Massenmedien über die Entwicklungen, Gefahren und Potentiale des weltweiten Computernetzes Internet informiert wird. Dabei ist die Berichterstattung selten differenziert. Verantwortlich für den Niedergang von zwischenmenschlichen Kommunikationen und Kontakten, wird das Internet andernorts als die Chance dargestellt, kulturelle Barrieren abzubauen, die Weltgesellschaft vorzubereiten. Sehen die einen die Gefahr der Auslagerung von Arbeitsplätzen ins Ausland, das Zusammenbrechen der Möglichkeit nationalstaatlicher Tarifpolitik, so betonen die anderen die außerordentliche Möglichkeit, neue Arbeitsplätze zu schaffen, nicht zuletzt über die Auslagerung von Arbeit in den häuslichen Bereich oder das Online-Shopping.

Nicht nur die Medien berichten über solche Phänomene. Auch über die Werbung und den latenten Einfall in die Massenmedien werden nicht nur die User, sondern auch alle übrigen Gesellschaftsmitglieder mit dem Internet als dem gesellschaftlichen Leitbild der sog. ‚Informationsgesellschaft‘ in Kontakt gebracht. Beispielsweise kleben Schuhfirmen eine imaginäre ➔„Browser“-Oberfläche auf ihre Schaufensterscheiben⁴, große Firmen aus der Computerbranche⁵ werben fast ausschließlich mit dem Zugang zum Internet, obwohl die dazu erforderlichen ➔„Modems“ nur einen eher geringen Teil Ihres Umsatzes ausmachen dürften. Große Telefongesellschaften propagieren die „Datenautobahn“ oder gar eine „Revolution“ im Zuge zunehmender Vernetzung von Computern.

Diverse Fernsehkanäle⁶ präsentieren Sportstatistiken u.v.m. im Internet-Design bzw. bieten eine digitale ‚Feedback‘-Möglichkeit per ➔„E-Mail“⁷. Fast-Food-Restaurants⁸ stellen Internet-Terminals auf, ebenso große Kaufhausketten⁹, Billard-Cafés, Kneipen oder Diskotheken. Es entstehen eigens eingerichtete ➔„Internet-Cafés“. Softwarefirmen entwickeln ‚Browser‘-Software, die dem ➔„Desktop“ von Personalcomputern Navigationshilfen überstülpt, welche bisher ausschließlich Internet-‚Browsern‘ vorbehalten waren und von Fachzeitschriften und Anwendern nicht unbedingt als Bereicherung empfunden werden.

Das Internet wird demzufolge nicht nur an Bevölkerungsschichten herangetragen, bei denen überdurchschnittliche Computerkenntnisse erwartet werden können.

⁴ Die Firma „Görtz“ in Hamburg.

⁵ z.B. „VOBIS“, „IBM“ etc.

⁶ „DSF“, „SAT1 ran“ etc.

⁷ „AktenzeichenXY – ungelöst“, „Kopfball“ etc.

⁸ „Mc Donald's“

⁹ z.B. „Kaufhof“, „Karstadt“

Das weltweite Computernetzwerk Internet ist hervorgegangen aus dem „ARPANET“, einem militärischen Netzwerk, das ein Fortbestehen von Kommunikationskanälen während eines nuklearen Krieges sichern sollte. Zuerst nutzten also hauptsächlich Wissenschaftler das Netz. Selbst diese tauschten jedoch sehr schnell Nachrichten aus, die nicht mehr nur beruflicher Art waren.

Als das Internet für die zivile Öffentlichkeit freigegeben wurde, vernetzten sich zunächst die Universitäten, und auch hier etablierten sich alsbald Formen der computervermittelten Kommunikation, die sich z.T. gegen den Widerstand der Universitätsleitungen entwickelten: → „Newsgroups“, d.h. elektronische Diskussionsforen, in die mehr und mehr nicht nur technische oder wissenschaftliche, sondern auch alltagspraktische Debatten einfließen; → „Chat“-Systeme wie der → „IRC“, in denen die persönliche Kommunikation von Anfang an dominierte, wie es auch für den Informationsaustausch durch ‚E-mail‘ rasch der Fall war; → „MUDs“ bzw. → „MOOs“, d.h. textbasierte Rollenspiele bzw. ‚soziale Umgebungen‘; dazu verschiedene Suchsysteme und Dateitransfermöglichkeiten, die in steigendem Maße zum immateriellen Transport von persönlichen Bildern etc. genutzt wurden.

Heute präsentiert sich das Internet als enorm wachsendes Kommunikationsmedium. Viele neu hinzukommende Teilnehmer verwenden es fast kaum noch zu wissenschaftlich-technischen Zwecken, sondern in weit größerem Ausmaß als soziales- oder Unterhaltungsmedium. Die Herstellung von sozialen Kontakten zu anderen, das Konsumieren von Information an sich, ist, auch heute schon, für viele Nutzer zum Standard geworden. Ja, mehr noch: Das Internet übernimmt zusätzlich Symbol- und Orientierungsfunktionen. Es ist, mit einem Wort, zum sozialen Phänomen geworden.

2. Begriffe, Untersuchungsgegenstand und Ziel der Untersuchung

Wie man an der Medienberichterstattung sieht, sind es soziale Phänomene, die im Zusammenhang mit den Berichten über das Internet stehen. Um technische Phänomene geht es dabei nur insofern, als sie mit sozialen Vorgängen verknüpft sind. Beispiel: Verschlüsselungsverfahren werden nie ohne die damit verbundenen Probleme der organisierten Kriminalität geschildert, die sich abhörsichere Kommunikationsmöglichkeiten zunutze machen könnte. Insgesamt wird in der Berichterstattung das Internet oft als Folge oder Voraussetzung sozialer Erscheinungen betrachtet: als vereinsamend oder neues Kontaktmedium, als demokratiefördernd oder -gefährdend. Von zentraler Bedeutung ist, daß das Internet zu einem bedeutsamen politischen Thema avanciert ist: das Internet als Gegenstand der Medienregulierung, als Wirtschaftsfaktor, als zentrales Medium der Bildung und auch der Kultur etc.

All diese unterschiedlichen Auffassungsweisen zeigen das Internet als soziale Definition. Was das Internet als neue Technologie sein soll, das wird sozial ausgehandelt bzw. lehnt sich an sozial Ausgehandeltes, das schon vorhanden ist, an.

Dieser soziale Umgang mit einer neuen Technologie, ihre „Veralltäglicdung“ ist aus der Techniksoziologie bekannt. Dabei sind diese Definitionen nicht unabhängig von dem gesamtgesellschaftlichen Kontext, in dem sie sich vollziehen. Im Gegenteil: sie werden von diesem Kontext bestimmt.

Ziel der Untersuchung ist es, solche Definitionen in der vorhandenen Forschungsliteratur zunächst aufzuspüren und, soweit vorhanden, zu beschreiben. Eine ‚soziale Definition‘ kann dabei auch in Verhalten bestehen, z.B. in der Nutzung des Internets zur Herstellung sozialer Kontakte. Schließlich soll eine im Rahmen dieser Arbeit unter deutschsprachigen Homepage-Betreibern durchgeführte Umfrage Aufschluß darüber geben, ob und in welchem Ausmaß soziale Definitionen des Internets zum gegenwärtigen Zeitpunkt vorhanden sind.

Zuvor gilt es die Herkunft von ‚sozialen Definitionen‘ technischer Artefakte theoretisch zu ermitteln, d.h. zu untersuchen, ob sie sich auf momentan zu beobachtende, gesamtgesellschaftliche Strukturen ‚postmoderner‘ Gesellschaften zurückführen lassen. Referenzgesellschaft ist natürlich die Bundesrepublik. ‚Soziale Definitionen‘ werden als „Konstruktionen“ im Sinne des „Sozialen Konstruktivismus“, aber auch als die daraus resultierenden Verhaltensweisen aufgefaßt. Unter ‚postmodernen‘ Gesellschaften werden jene verstanden, deren Entwicklung hin zu „Industriegesellschaften“, in denen der Umgang mit Informationen noch keine größere Rolle spielt bzw. spielen soll, bereits seit längerem abgeschlossen ist, und in denen sich darum neue ‚Sinnfragen‘ ergeben, die in Form von Hoffnungen bzw. ‚sozialen Definitionen‘ geäußert werden.

Neue Formen der Anbahnung sozialer Kontakte über das Internet spielen dabei eine Rolle, und zwar solche im ‚richtigen‘, bzw. ‚realen‘ oder ‚wirklichen‘ Leben, als auch ‚virtuelle‘ Kontakte. Das ‚richtige Leben‘ ist ein Konzept, das sich an den im Internet viel gebrauchten Ausdruck „real life“ anlehnt. Es soll keine Wertung zum Ausdruck bringen, sondern solche Kontakte bezeichnen, bei denen sich zwei oder mehrere Menschen ‚persönlich‘, d.h. ‚leibhaftig‘ in der physikalisch-körperlichen Welt begegnen. ‚Virtuelle Kontakte‘ verweisen demgegenüber auf soziale Kontakte, denen keine Begegnungen in der ‚richtigen Welt‘ vorausgehen und die über ein technisches Medium wie das Internet hergestellt werden.

Weitere Begriffe werden in den entsprechenden Abschnitten erläutert. Im Glossar befinden sich Begriffserklärungen, die ➔ „entsprechend gekennzeichnet“ sind.


3. Aufbau und Methoden der Arbeit

Um zu verstehen, auf welche Weise neue Technologien wie das Internet soziale Bedeutung erlangen können, inwiefern Technisches und Soziales überhaupt miteinander verknüpft sein kann, scheint es ratsam, in **Abschnitt A.** zunächst einen Überblick über die soziologischen Dimensionen von Technik zu geben, der die Theorierichtung des „Sozialen Konstruktivismus“ umfaßt.

Da Techniksoziologen das Internet noch nicht ausreichend in den Vordergrund ihrer Forschung gerückt haben, schließt dieser Abschnitt die in der Techniksoziologie bereits etablierte Behandlung des Computers mit ein. Der einzelne Computer als Schlüsseltechnologie übernimmt schon seit längerem ähnliche symbolische und integrative Leitbildfunktionen wie das aus vernetzten Computern bestehende Internet. Die Untersuchung der momentanen gesellschaftlichen Strukturen ‚postmoderner Gesellschaften‘ bildet die dritte Komponente des ersten Abschnitts, der durch die Hauptthese der Arbeit abgeschlossen wird.

Abschnitt B. beschreibt die Funktionen, die das Internet nach Ansicht vieler Autoren aus dem Internet in unserer Gesellschaft übernehmen soll bzw. bereits übernimmt. Mithin handelt es sich bei diesen vom Verfasser als ‚Internet-Utopien‘ bezeichneten Mythen um ‚soziale Definitionen‘. Die Erkenntnisse bestehender wissenschaftlicher Untersuchungen über soziale Gebrauchsweisen des Internets werden zusammengefaßt, um die Verbindung von gegenwärtigen bzw. angestrebten gesamtgesellschaftlichen Strukturen und tatsächlicher Mediennutzung auf einer qualitativen Ebene zu belegen.

Abschnitt C. beschäftigt sich mit einer theoretischen Neubestimmung von Internet-Kommunikation. Dabei geht es um die sozialen Funktionen, die das Internet für den einzelnen, insbesondere aber für die Gesamtgesellschaft erfüllen kann. Der gängigen Auffassung, Internet-Kommunikation sei eine vereinfachte Form der ‚normalen‘ Kommunikation des ‚richtigen Lebens‘, ist zu widersprechen. Internet-Kommunikation basiert auf gesamtgesellschaftlichen Strukturen und reproduziert diese, und das sogar im Sinne einer ‚voraussetzenden Integration‘ (vgl. Abschnitt C.II.2.). Diese neue Form der Integration wird aufgrund der Dominanz des zugrundeliegenden individualistischen Mediengebrauchs als ‚Eigenintegration‘ bezeichnet und bildet die Grundlage für die Erstellung eines ‚Modells der Eigenintegration‘. Es kann als Vorstufe eines allgemeinen Schemas der sozialen Einbettung technischer Großinnovationen aufgefaßt werden und versteht sich als Erweiterung von Modellen des „Uses and Gratifications Approach“. Das ‚Modell der Eigenintegration‘ faßt die Überlegungen dieser Arbeit zusammen und orientiert die Spezifizierung von Thesen.

Abschnitt D. erläutert die methodologischen Grundlagen internetbasierter Umfragen und beschreibt die Durchführung der im Rahmen dieser Arbeit unter deutschsprachigen ‚Homepage‘-Betreibern durchgeführten Befragung im  „World Wide Web“. Dabei werden Probleme der Wahl der Umfragemethode sowie der Stichprobengüte thematisiert.

In **Abschnitt E.** werden die Thesen aus Abschnitt C.III. empirisch illustriert bzw. überprüft.

Abschnitt F. enthält eine Zusammenfassung der Ergebnisse und einen Ausblick auf zukünftige sozialwissenschaftliche Forschungsaufgaben in bezug auf das Internet.

Der **Anhang** umfaßt die Untersuchungsankündigung, im Internet veröffentlichte Vorabinformationen für die Befragten sowie den Fragebogen.

A. THEORETISCHE GRUNDLEGUNG

Die theoretische Grundlegung der Arbeit hat den Anspruch, die soziologischen Dimensionen von Technik aufzuzeigen, d.h. generell zu verdeutlichen, daß das Soziale dem Technischen nicht extern ist. Beispiele aus der Computersoziologie illustrieren dies. Soziale Faktoren, die mit der Entwicklung technischer Artefakte in Beziehung stehen, finden sich in gesamtgesellschaftlichen Theorien.

I. Zur soziologischen Theorie der Technik

Daß die Technik unweigerlich soziale Entwicklungen hervorruft, ist eine These, die den Ausgangspunkt techniksoziologischer Überlegungen markierte, aber kaum noch ernsthaft vertreten wird. Technische und soziale Entwicklungen sind miteinander verschränkt. Es mehren sich jedoch Ansätze, die die soziale Determiniertheit von Technik propagieren, ja sogar die subjektive ‚Konstruktion‘ des Technischen proklamieren. Überhaupt soll der Überblick über techniksoziologische Theorierichtungen verdeutlichen, daß bis auf die rein deterministische Variante kein Ansatz ohne die Rückbindung an (gesamt)gesellschaftliche Werte auskommt. Diese Rückbindung ist zentrale These der vorliegenden Arbeit im Zusammenhang mit dem technischen Artefakt Internet (siehe Abschnitt A.IV.).

1. Technische Artefakte als soziale Tatsache

Auch dingliche Artefakte können nach DURKHEIM (1991, S. 114) „soziale Tatbestände“ darstellen, z.B. der Verlauf einer Straße:

„Die Verkehrswege stellen nur das Bett dar, das der regelmäßige Strom der Wanderungen und des Handels sich selbst gegraben hat.“ (ebd.)

Dabei läßt sich aus soziologischer Sicht eine Straße als Technik bezeichnen, weil sie ein Produkt menschlichen Schaffens ist, das vor dem Hintergrund der dauerhaften Optimierung sozialer Mobilität einer Gemeinschaft bzw. möglichst vieler Gesellschaftsmitglieder dem individuellen Verkehrsteilnehmer Regeln auferlegt, die seine Wegstrecke in zeitlicher wie räumlicher Hinsicht sogar verlängern können.

„Unter Technik sind alle künstlich hervorgebrachten Verfahren und Gebilde, symbolische und sachliche Artefakte, zu verstehen, die in soziale Handlungszusammenhänge zur Steigerung ausgewählter Wirkungen eingebaut werden. Technik ist das gesellschaftlich institutionalisierte Ergebnis methodisch suchenden, bastelnden und erfindenden Handelns.“ (RAMMERT 1993, S. 10)

Für die Funktionsweise des Verkehrssystems als Ganzes stellt der Verlauf von Straßen und darin implizierte Regelvollzüge der meisten Verkehrsteilnehmer oftmals eine Lösung dar, die auch dem einzelnen ein Optimum an sozialer Mobilität garantiert.

Doch nicht nur physische Objekte können technischer Natur sein. In der Techniksoziologie wird darum zwischen „Technik in engerem Sinne“ und „Technik im weiteren Sinne“ unterschieden (ebd., S. 10f.). Eine Straße z.B. kann als „Technik im engeren Sinne“ aufgefaßt werden, wenn man sich den Auftrag der verschiedenen Schichten vergegenwärtigt, aus denen eine Straße besteht: Sand, Beton, Teer etc. Die Straßenverkehrsregeln jedoch sind als „Technik im weiteren Sinne“ oder „*Handlungstechnik*“ (ebd.) zu bezeichnen, weil sie nicht physischer, sondern symbolischer Natur sind und eine Struktur darstellen, die ein reibungsloses Ablaufen bestimmter Prozesse, nämlich des Verkehrsgeschehens, intendiert. Die Zweckorientierung ist dabei von entscheidender Bedeutung.

Für RAMMERT (ebd., S. 12) geht der Begriff der „Technik im engeren Sinne“ auf die „*industrielle Maschinenteknik*“, der Terminus „Technik im weiteren Sinne“ auf die „*vorindustrielle Handwerkstechnik*“ zurück. Dabei seien beide Begriffe nicht mehr spezifisch genug, um eine spezielle Techniksoziologie begründen zu können. Technische, rationalistische Verhaltensweisen zu erforschen, wie sie in bürokratischen Handlungszusammenhängen anzutreffen sind, ist z.B. längst Gegenstand der Allgemeinen Soziologie geworden.

Der Entwicklung moderner kybernetischer Maschinensysteme folgend, beherrsche daher gegenwärtig der „*informations- und systemtheoretische Technikbegriff*“ den Stand der techniksoziologischen Forschung. ROPOHL (1991, S. 18; zit. nach FLICK 1996, S. 45) unterlegt seiner Auffassung von Technik z.B. den systemtheoretischen Begriff des ‚Handlungssystems‘. Neben der „Menge der nutzenorientierten, künstlichen, gegenständlichen Gebilde (Artefakte oder Sachsysteme)“ umfasse Technik „die Menge menschlicher Handlungen und Einrichtungen, in denen Sachsysteme entstehen“ sowie „die Menge menschlicher Handlungen, in denen Sachsysteme verwendet werden“ (ebd.).

Das Internet etwa läßt sich zum einen als ein physischer Verbund von Computern, Kabeln und Satelliten auffassen („Technik im engeren Sinne“). Um diese Technik nutzen zu können, müssen jedoch auch Symboltechniken erlernt werden, z.B. das Bedienen der entsprechenden Software etc. („Technik im weiteren Sinne“). Die Vielfältigkeit der Funktionsweisen eingebundener Geräte als Spielautomaten, Informationsweiterleitungsmaschinen (sog. ➔ „Router“) etc. macht die Systemhaftigkeit des Internets deutlich, das in unterschiedliche menschliche Handlungssysteme eingebunden ist, z.B. in das Wirtschafts- bzw. Bildungssystem oder das psychische System, wenn das Internet als Unterhaltungsmedium zur Befriedigung von Neugier etc. verwendet wird. Die Techniksoziologie hat der ständig fortschreitenden Verquickung von sozialen und technischen Systemen den Begriff des „soziotechnischen Systems“ gegeben (vgl. RAMMERT 1989, S. 165).

Das soziologische Technikverständnis geht z.T. sogar so weit, daß behauptet wird, soziale und technische Welt unterlägen angesichts zunehmender Computerisierung einem grundsätzlichen Wandel hin zu einer „soziotechnischen Welt“ (vgl. WETZSTEIN 1995, S. 43).

2. Theorierichtungen der Techniksoziologie

Es kristallisieren sich zwei hauptsächliche Theorierichtungen der Techniksoziologie heraus (RAMMERT 1993, S. 9). Die „Technikgeneseforschung“ beschäftigt sich mit den sozialen Voraussetzungen der Erfindung, Durchsetzung und Verwendung von Technik, die „Technikfolgenabschätzung“ bzw. „Technikfolgenforschung“ mit den tatsächlichen oder wahrgenommenen sozialen, ökologischen, politischen und weiteren Folgen technischer Neuerungen. Die folgende Schilderung dieser Theorierichtungen spiegelt keinen chronologischen Phasenablauf wieder. Beide Konzepte existierten und existieren nebeneinander, wenngleich die soziale Genese von Technik immer mehr an Beachtung gewinnt.

Theoretisch überwunden scheint die Annahme eines technischen Determinismus zu sein, die sich jedoch bis in die achtziger Jahre hinein ebenfalls vereinzelt findet (vgl. SCHACHTNER 1997a, S. 9), und wenn auch nur als Vorwurf an das Konzept der „Technikfolgenabschätzung“.

Denkbar ist, die Anfänge der Technikgeneseforschung als „Sozialdeterminismus“ aufzufassen und zu kritisieren (vgl. ebd., S. 12f.). So ist nach MUMFORD (ohne Jahres- und Seitenangabe; zit. n. SCHACHTNER 1997a, S. 10f.) die „autoritäre Technik“, die auf der zentralisierten politischen Kontrolle unserer Zivilisation beruhe, dabei, die „demokratische Technik“ zu verdrängen. Der Begriff „demokratische Technik“ bezeichnet Techniken, die von einzelnen Menschen entworfen, ausgeübt und kontrolliert werden können. Dieser Ansatz impliziert demzufolge die Determiniertheit technischer Systeme durch soziale Strukturen.

Der Vorwurf des „Sozialdeterminismus“ trifft jedoch auf den gegenwärtigen Hauptstrang der Technikgeneseforschung, wie er z.B. von RAMMERT (1993) vertreten wird, nicht mehr zu. Ausgegangen wird vielmehr von einem Reziprozitätsverhältnis zwischen Technik und Gesellschaft. Obwohl dieser Forschungszweig das Handeln sozialer Akteure wie auch einzelner Forscher bei der Analyse technischer Entwicklungsgänge durchaus mitberücksichtigt, unterstellt SCHACHTNER (1997a, S. 13) die einseitige Betonung struktureller Erklärungsversuche und fordert einen verstärkten Einbezug von Subjektivität und Subjekt, ein Anliegen, dem sie selbst Rechnung trägt (SCHACHTNER 1997). Es stellt sich die Frage, ob man die in dem von ihr herausgegebenen Buch enthaltenen Aufsätze als „subjektivistischen Ansatz“ der Techniksoziologie klassifizieren kann. In der vorliegenden Arbeit wird so verfahren.

a) Das deterministische Technikbild

Aus deterministischer Sicht gesehen, formt Technik die Gesellschaft und führt auf diese Weise zu sozialem Wandel. Neue Techniken begründen demnach unweigerlich neue Gesellschaften.

So ist für HÖRNING (1989, S. 118) die Definition des Computers als „Informationsmaschine“ für die technikdeterministische Vorstellung verantwortlich zu machen, vor uns entstehe eine neue, eine „Informationsgesellschaft“, die sich von der „industriellen“ grundlegend unterscheide“ und sich als Reflex auf den verstärkten Einsatz von Computern ganz zwangsläufig ausbilde. Technikentwicklung und -folgen werden aus deterministischer Perspektive als exogene Prozesse dargestellt.

Damit hebt sich die technikdeterministische Perspektive z.B. klar von der VAN DEN DAELEs (1989, S. 197) ab, der im Hinblick auf die soziale Kontrolle von technischem Wandel darauf hinweist, daß die politische Duldung neuer Technologien nicht als Unmöglichkeit einer Steuerung gegenüber technischer Fortentwicklung gedeutet werden darf. Dem Technikdeterminismus hält er die Technikauslese einer technikselegierenden Gesellschaft entgegen. Nicht jedes Patent gelange zur Ausführung.¹⁰ Damit widerspricht VAN DEN DAELE (ebd.) als einer von vielen Autoren implizit OGBURNS (1946; zit. bei RAMMERT 1993) These des „cultural lag“, d.h. einer zeitlich verzögerten Anpassung der Kultur an die Technik.

Ein Beispiel für eine technikdeterministische Annahme ist die „Automationsdebatte der 50er und 60er Jahre“ (SCHACHTNER 1997a, S. 8). Verschiedene Autoren prognostizierten vor dem Hintergrund zunehmender Automatisierung schwindende Entfremdung im Arbeitsprozeß, Entlassungen, die Entlastung von nicht qualifizierter Arbeit etc. Der Technikentwicklung wurden also Folgen zugeschrieben, die zum Zeitpunkt der Analyse noch gar nicht feststanden. Dies ist das Arbeitsgebiet der Technikfolgenforschung bzw. -abschätzung, die jedoch nach dem gegenwärtigen Stand der techniksoziologischen Forschung kaum noch deterministischer Natur ist.

Es sei schon an dieser Stelle darauf hingewiesen, daß die Bewertung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien, also auch des Internets, oftmals deterministischer Natur ist, wie in der Einleitung bereits angedeutet wurde.

Dies gilt jedoch nicht durchgängig für die soziologische Fachliteratur. RAMMERT (1993, S. 127ff.) kommt aufgrund der vernetzten Struktur dieser neuartigen Technologien zu dem Schluß, daß zu ihrer Analyse der kybernetische Systembegriff unverzichtbar sei.

Grundlegendstes Merkmal technikdeterministischer Annahmen ist die implizite Behauptung, technischer Fortschritt vollziehe sich von selbst, einer „eigenen Logik“ folgend und unabhängig von soziostrukturellen Faktoren (HENNEN 1992, S. 12).

¹⁰ Man denke m.A. z.B. an den Betrieb von Solarenergie-Kraftwerken, deren Entwicklung in der Vergangenheit politisch oft blockiert worden ist.

b) Technikfolgenforschung und -abschätzung

Die Technikfolgenabschätzung („technology assessment“) ist ein Verfahren, das 1973 in den USA durch die Einrichtung des „Office of Technology Assessment“, 1989 in der Bundesrepublik durch die Gründung des „Büros für Technikfolgen-Abschätzung“ politisch institutionalisiert wurde (HILLMANN 1994, S. 864).

Es soll neue technische Entwicklungen auf ihre Umwelt- und Sozialverträglichkeit hin prüfen. Bestehende gesellschaftliche Diskurse werden aufgegriffen und erweitert, Alternativen zu neuen Technologien erörtert. Ziel der Technikfolgenabschätzung ist die Erarbeitung politisch verwertbarer Vorschläge, wie unerwünschte Technikfolgen minimiert werden können. Technikfolgenabschätzung ist also eigentlich ein politischer Begriff, eine politische Institution, macht sich bei ihrer Arbeit aber die wissenschaftlichen Erkenntnisse der Techniksoziologie, genauer: der Technikfolgenforschung, zunutze (RAMMERT 1993, S. 23f.).

Dabei trägt die Technikfolgenforschung m.E. im Kern deterministische Züge, da sie die Auswirkungen von Technik auf Gesellschaft untersucht. Demnach bestimmt der technische den sozialen Wandel. Das Zustandekommen einzelner Artefakte oder Techniken wird nicht problematisiert (JOERGES 1989, S. 58). Das hat der Technikfolgenabschätzung den Vorwurf eingetragen, Legitimationen für bestehende Techniken nachträglich zu konstruieren, anstatt Legitimation zur Grundlage für die Entstehung neuer Technologien zu machen (vgl. FLICK 1996, S. 41).

RAMMERT (1993, S. 25) hält mit Bezug auf die deutsche Industriesoziologie dagegen, daß in nunmehr „Technikfolgenforschung“ benannten, neueren Konzepten der Technikfolgenabschätzung die Beziehung von Technik und ihren Folgen nicht mehr als einfacher Kausalzusammenhang, sondern als ausgehandeltes Ergebnis organisatorisch-politischer Akteure beschrieben wird. Doch weist er die Determinismus-These für diesen wie für alle anderen techniksoziologischen Ansätze nicht ganz von der Hand:

„Es gibt allerdings eine Folge, die wir als *soziale Implikation des technischen Mediums* selbst bezeichnen.“ (ebd., S. 26)

RAMMERT (ebd.) spielt dabei auf Erkenntnisse aus der Medientheorie an, die die Beziehung zwischen der Wesensart technischer Artefakte *als Medien* und gesellschaftlichen Phänomenen im Rahmen von Ursache-Wirkungs-Zusammenhängen beschreiben.

Als ‚Medien‘ gelten dabei nicht nur die klassischen Individual- und Massenmedien wie das Telefon, Fernsehen etc., sondern auch das Automobil, Flugzeuge oder der „Bau von Kaminzügen in den mittelalterlichen Burgen“ (ebd), der für soziale Distanz zwischen Herrschaft und Gesinde sorgte. Auto und Flugzeug führten zu „erhöhten Tempoanforderungen im Alltag“ (ebd.). M.A. sind solche Kausalzusammenhänge nicht zwangsläufig. Bestehende Gesellschaftsstrukturen können als unabhängige Variable wirken, indem sie den Bedarf an bestimmten Mediationen erst erzeugen.

Nicht Autos und Flugzeuge erhöhen die „Tempoanforderungen im Alltag“, sondern globalisierte Wirtschafts- und Sozialräume fordern eine erhöhte Mobilität und den Einsatz aller gegebenen Mittel, diese zu erreichen. Eine Fahrt mit dem Auto ist nicht als solche hohem Tempo oder Empfindungen von Streß und Leistungsdruck verpflichtet, sondern vollzieht sich im gesamtgesellschaftlichen Verwendungskontext der entsprechenden Technologie. Einen derartigen konstruktivistischen Ansatz verfolgt die vorliegende Arbeit. Auch die Atomkraft ist für RAMMERT (ebd.) ein Medium, das als unweigerliche Folge „ein neues Verhältnis zur Erde und zu den nachfolgenden Generationen“ zeitigt. Dies setzt m.A. jedoch einen gesellschaftlichen Konsens über die Gefahren der Kernenergie voraus, den die Atomkraft als Energieform nicht in sich trägt.

RAMMERT (ebd., S. 38) spricht mit Bezug auf die vermeintliche Autonomie technikerzeugender Sozialsysteme an anderer Stelle selbst davon, daß es keine Technikfolgen jenseits kultureller Entwicklung gibt:

„Die *Selbstbezüglichkeit* ist immer auf eine Außenorientierung angewiesen, da es keine rein innertechnischen Werte gibt. Auch Größe, Schnelligkeit und Präzision, die sich als technische Werte anbieten, bleiben mit bestimmten zeit- und kulturgebundenen Konzepten verbunden.“ (ebd.)

Den politischen Akteuren scheint das Phänomen der sozialen Konstruktion von Technikfolgen bewußt zu sein. Die Technikfolgenabschätzung wurde um eine weitere Variante erweitert, die sog. „Akzeptanzforschung“. Sie versucht, die Gründe für bestimmte Einstellungen zur Technik in der Bevölkerung zu ermitteln, und unterbreitet nicht zuletzt Vorschläge, wie die Akzeptanz zu erhöhen ist, ohne die Technologie als solche aufgeben zu müssen. TSCHIEDEL (1995, S. 671) spricht in diesem Zusammenhang vom Vorwurf der „Akzeptanzerheischung“.

c) Technikgeneseforschung

Das Konzept der Technikgeneseforschung bietet den Vorteil, daß es die Entstehungs- und Verwendungsbedingungen neuer Technologien untersucht, worunter auch kulturelle Leitorientierungen zu zählen sind.

aa) Grundsätzliches

Im Zentrum der Technikgeneseforschung steht die Frage, wie neue Techniken entstehen. Damit grenzt sie sich deutlich von der deterministischen Sichtweise der Techniksoziologie ab. Es geht um die *soziale* Genese von Technik.

Laut RAMMERT (1993, S. 30f.) konzentriert sich eine oberflächliche Betrachtungsweise dieser Forschungsrichtung zunächst ausschließlich auf „Strukturlogiken“, die im „Anwendungskontext“ der betreffenden Technologie leicht ausgemacht, aber vorschnell auf den „Entstehungskontext“ übertragen würden. Er erwähnt die „ökonomische Logik der Verwertung“, die „Strukturlogik der Beherrschung“ sowie die „kulturellen Muster des Naturverhältnisses und des Menschenbildes“ (ebd.).

Gewinnmaximierung bestimmt die ‚Verwertungslogik‘, die Durchsetzung bestimmter Herrschaftsinteressen im Produktionsprozeß die „Strukturlogik der Beherrschung“, z.B. die Kontrolle über die Arbeitsleistung von ‚Arbeitern‘, bzw. Arbeitnehmern.

Als Beispiel für ‚kulturelle Muster‘, die in Technologien eingegangen seien, nennt RAMMERT (ebd.) die Ansicht einiger Autoren, „jüdisch-alttestamentarische, christliche und okzidental-kapitalistische Weltbilder und Traditionen“ hätten den „westlichen und modernen Techniktyp“ geprägt.

Für RAMMERT (ebd.) ist die Erklärung der Entstehung bestimmter Technologien durch derartige „Strukturlogiken“ zu einfach, da mehrere soziale Akteure zusammentreten müßten, um ihre Vorstellung neuer Techniken durchzusetzen.

Allerdings läßt sich einwenden, daß z.B. WEBER (1993) in seiner ‚Protestantischen Ethik‘ einen solchen Zusammenhang zwischen kulturellen Mustern, nämlich religiösen Orientierungen, und der Entstehung der modernen Wirtschaftsordnung, d.h. des ‚Kapitalismus‘, durchaus nachgewiesen hat. Der ‚Kapitalismus‘ stellt sich dabei als Technik der Effizienz- und Profitorientierung dar.

RAMMERT (1993, S. 34), dem die großen theoretischen Entwürfe der Technikgeneseforschung zu „wolkig“ erscheinen, fordert, im Analyseprozeß konkrete Technologien zu benennen und deren Entwicklung innerhalb ihres strukturell zugehörigen Teilbereichs der Gesellschaft zu untersuchen. Alle beteiligten Akteure, z.B. Betriebe und Forschungsinstitute, müßten miteinbezogen werden, und alle Entwicklungsphasen sind getrennt voneinander zu betrachten.

Für den Zweck der vorliegenden Arbeit reicht es aus, kurz einige klassische Ansätze der Technikgenese zu skizzieren, die die Invention neuer Technologien als allgemeines Phänomen beschreiben.

bb) Klassische Erklärungsangebote der Technikgeneseforschung

Die anthropologische Perspektive Arnold Gehlens führt die Entwicklung neuer Techniken auf die unzureichende Ausstattung des Menschen mit Organen zurück, deren Funktionen er zu ersetzen oder zu erweitern trachte (RAMMERT 1993, S. 35). Das Internet wäre in dieser Hinsicht die Erweiterung unseres Gehapparates bzw. auch unseres Gedächtnisses.

MUMFORD (1963; zit. ebd., S. 36) führt die Invention neuer Techniken auf kulturelle Leitbilder und soziale Strukturen zurück, ein Ansatz, der auch in dieser Arbeit vertreten werden soll.

S. Colum Gilfillans Studie „Sociology of Invention“ von 1935 macht drei Faktoren aus, die zur Entwicklung neuer Technologien führen (RAMMERT 1993, S. 36f.):

- die schier unendliche Verbesserung der Teilelemente einer Technik, bis die Gesamttechnik als etwas Neues gelten kann
- der hinter einer Technik stehende soziale Komplex von Management, Wissenschaftlern bzw. qualifizierten Ingenieuren oder Arbeitern etc.
- die Kombination vieler einzelner, seit längerem bestehender Techniken zu einer nur scheinbar völlig neuen, revolutionären Technologie

In diesem Ansatz steckt nach RAMMERT (ebd.) schon das erst später in der Technikgeneseforschung entfaltete Konzept der „Selbstbezüglichkeit“ technikerzeugender Sozialsysteme, die aus sich selbst heraus, z.B. durch innersystemische Kontakte zwischen Wissenschaftlern bzw. durch den Austausch wissenschaftlicher Erkenntnisse, neue Techniken schaffen. Anforderungen von ‚außen‘, z.B. von herrschenden Eliten, können in solch einem System nicht verarbeitet werden, wenn es darum geht, eine wirkliche Neukombination technischer Elemente zu erschaffen.

cc) Akteurtheoretische Konzepte

Akteurtheoretische Ansätze machen die unterschiedlichen Interessen insbesondere der ökonomischen und politischen Akteure zum Mittelpunkt ihrer Forschung. Dabei gilt es entsprechende Akteure für die Entwicklung einer konkret zu benennenden Technologie zu identifizieren und ihre Beziehungen untereinander zu untersuchen (ebd., S. 41f.).

Unter „Akteuren“ versteht RAMMERT (ebd., S. 100) „weder voluntaristisch handelnde Individuen, noch ein seine historische Mission erfüllendes Subjekt“. Sie sind vielmehr kollektive soziale Einheiten, die über gemeinsam geteilte Wertorientierungen und Zielvorstellungen verfügen. Behörden oder Unternehmen, aber auch „informelle Netzwerke“ sind „Akteure“. Die bedeutendsten sozialen Akteure repräsentieren jeweils ein gesellschaftlich ausdifferenziertes Teilsystem, z.B. den Staat, die Wirtschaft oder die Wissenschaft (ebd., S. 164 – 167).

Vorteil des Akteursansatzes ist die empirische Beschreibung von Prozessen der Genese von Technik, also der Blick auf das konkrete Beziehungsgeflecht unter den Akteuren in einer historischen Situation. Ausgangsbasis ist die Überlegung, daß die Interessen von Akteuren an einer bestimmten Technologie definiert werden durch die „strategischen Visionen“ bzw. „Nutzungskonzepte“, die sie besitzen.

Welche Akteure sind nun in der Lage, im Zusammenspiel mit anderen Akteuren ‚ihre‘ Vision als Realität hinzustellen und so zur Realität zu machen? Dies hängt z.B. von der Fähigkeit ab, eine öffentlich geführte Diskussion über die eigene Vision in Gang zu setzen, die die nötige Akzeptanz schaffen kann für die eigene Vorstellung davon, welche Technologien konkret eingeführt werden sollen bzw. dürfen.

Eine schließlich eingeführte Technologie folgt also mitnichten dem Prinzip des „one-best-way“! Dies scheint oft nur so, weil im besten Fall ein allgemein geteilter Konsens über die Sinnhaftigkeit einer bestimmten technischen Innovation hergestellt werden kann. Beispiel ist die Entwicklung des dialogischen Prinzips der Telefontechnologie, das uns heute unangreifbar erscheint, aber in den Anfängen des Telefons nicht selbstverständlich war (vgl. Abschnitt A.I.3.). RAMMERT (1993, S. 43) schildert seine Entstehungsphase wie folgt:

„Statt das Telefon zur Fernkommunikation zu nutzen, wurde es in den Anfängen zum einseitigen Übermitteln oder Empfangen von Nachrichten und Musikdarbietungen eingesetzt. Man konnte eine Nummer anwählen und Bestellungen durchgeben oder sich die Zeitung vorlesen lassen oder sich als Hörer in Theater- und Opernveranstaltungen einschalten [...]“ (ebd.)

Auch die derzeit gängige Praxis der sozialen Internet-Kommunikation ist dem technischen Phänomen selbst nicht inhärent und wäre vielleicht nie auf den Weg gekommen, wenn ein Großteil der Universitätsleitungen in den USA und anderswo das Betreiben von ‚Chat‘-Systemen oder anderen virtuellen ‚Sozialräumen‘ intensiver verfolgt hätte (siehe Einleitung) bzw. wenn die zeitgenössische Gesellschaftsstruktur nicht die kulturellen Voraussetzungen geschaffen hätte für die Akzeptanz, die ‚Konstruktion‘ derartiger ‚Sozialformen‘ (siehe Abschnitt A.I.2.g)).

Besonders der letzte Punkt deutet an, daß der Akteursansatz nicht frei sein muß von ‚strukturlogischen‘ Überlegungen, daß die „Weltauffassung“ bzw. Struktur einer Gesellschaft und das konkrete Handeln benennbarer Akteure interagieren können.

Die drei bedeutsamsten „Strukturlogiken“ sind in Abschnitt A.I.2.c]aa] bereits beschrieben worden. Obgleich RAMMERT (vgl. S. 42-44) die Ableitung technischer Entwicklungen aus diesen strukturalen Komplexen für wenig präzise erachtet, so scheinen ihm diese doch eine Wirkungskomponente darzustellen, sofern deutlich gemacht wird, daß sie durch konkrete Akteure vermittelt werden. Die Zukunft der Technikgeneseforschung sieht er in der Verbindung von akteurtheoretischem und ‚strukturlogischem‘ Ansatz (ebd. S. 46), eine Perspektive, die im auch im Rahmen dieser Arbeit eingenommen wird (siehe Abschnitt A.IV.).

RAMMERT (ebd.) gibt ein Beispiel für das Zusammenwirken beider Ansätze, ohne dies explizit zu machen. Er erwähnt den Einfluß, den die „politische Kultur“ auf die Entwicklung der Telefontechnologie hatte. Die politisch traditionell zentralistischen Tendenzen Frankreichs führten zu einer zentral organisierten Implementation des Telegraphie- und Telefonsystems durch die politischen Akteure. Die Leitungsstränge liefen in einer Zentrale zusammen, und die daran angeschlossenen Außenstellen waren nicht öffentlich zugänglich.

In den USA, in denen eine föderalistische Struktur herrschte, durften dezentrale, autonome Telefonstellen eingerichtet werden und führten daher von der kommerziellen schnell zu einer privaten Nutzung und damit wesentlich stärkeren Ausbreitung der Telefontechnologie, als dies in Frankreich der Fall war.

Dieselbe Entwicklung hat vor einiger Zeit mit Bezug auf das Internet stattgefunden, das bezeichnenderweise in den USA entwickelt wurde und sich dort sehr schnell ausbreiten konnte, wohingegen in Frankreich die politischen und ökonomischen Akteure es lange Zeit nicht für nötig hielten, das nationale → „MINITEL-System“ an das Internet anzubinden.

Die Beteiligung verschiedener Akteure an einer technischen Entwicklung führt zur Herausbildung neuer, umfassenderer Strukturen zwischen den einzelnen Teilsystemen wie Politik, Wirtschaft, Kultur bzw. ändert die bestehenden Einzelstrukturen dieser Teilsysteme (ebd., S. 97). RAMMERT (ebd.) gibt für derartige Restrukturierungsprozesse kein Beispiel. Zu denken wäre m.A. an die öffentliche Diskussion aus dem Jahre 1995 um die Versenkung der Ölplattform „Brent Spar“ durch den Ölkonzern „SHELL“.

Der Akteur „GREENPEACE“ konnte diese öffentliche Diskussion initialisieren und derart kanalisieren, daß der Konzern die Plattform nicht versenkte, sondern, im Gegenteil, kurz nach Bekanntgabe der diesbezüglichen Entscheidung ganzseitige Anzeigen in Tageszeitungen schaltete, in denen er sich für sein Vorgehen entschuldigte. Inzwischen hat die Firma sogar einen ehemaligen Umweltsenator in ihren Vorstand berufen.¹¹ Die Strategie und damit auch die Struktur des Unternehmens hat sich durch die Verflechtung mit einem Akteur aus der Umweltpolitik innerhalb eines Lernprozesses geändert.¹² Es bliebe zu klären, inwieweit sich nun auch staatliche Akteure an diese Entwicklung anpassen, etwa durch ein Verbot der Versenkung von Ölplattformen. Es entscheidet also nicht allein die ökonomische Macht darüber, ob ein Akteur seine Interessen durchsetzen kann oder nicht:

„Macht bedeutet nicht nur, Strukturen für das Handeln der anderen Akteure schaffen zu können, sondern auch vorhandene, nicht selbst erzeugte Strukturen zum eigenen Vorteil umorientieren oder nutzen zu können.“ (ebd., S. 102)

Dieser Gedanke wird in Abschnitt A.III.1.e]aa] wieder aufgegriffen. Bedeutende Industrieunternehmen wie z.B. die „DEUTSCHE TELEKOM“ greifen z.Zt. das sozialwissenschaftlich erzeugte und in den Massenmedien inzwischen als existent vorausgesetzte Konzept der „Informationsgesellschaft“ auf, um für eigene Produkte, etwa das eigene Telekommunikationsnetz, zu werben.

Nach RAMMERT (ebd.) können Akteure sogar selbst „kulturelle Bedeutungen“ schaffen, wie es m.A. gegenwärtig z.B. die Bundesregierung bzw. das Wissenschaftssystem tut, indem allerorten eben jenes Konstrukt der „Informationsgesellschaft“ als zwangsläufige Folge der Einführung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien proklamiert wird.

¹¹ Gemeint ist der ehemalige Hamburger Umweltsenator Fritz Vahrenholt.

¹² Auch eine soziale Bewegung ist als politischer Akteur aufzufassen.

Akteure konstruieren soziale Probleme bzw. soziale Phänomene wie die „Informationsgesellschaft“, d.h. sie erschaffen eine Konstruktion per definitionem. Daraufhin machen sie die Öffentlichkeit auf ihre Konstrukte aufmerksam und versuchen, sich dort die nötige Legitimation zu verschaffen (vgl. ebd., S. 103).

dd) Der evolutionstheoretische Ansatz

Nachteil der Akteursperspektive ist die Beschränkung auf die Technikgenese einzelner Technologien innerhalb begrenzter Zeiträume, so daß die Betrachtung der Entstehung übergreifender Basistechnologien aus dem Blick gerät. Solche können z.B. „die fortschreitende Automation von Maschinen“ sein, die die Grundlage bildet für viele Einzeltechnologien (ebd., S.57). Derartige „Technisierungspfade“ sind selten das Projekt konkreter Akteure und lassen sich darum besser mit den Mitteln einer sozialen Evolutionstheorie beschreiben, die sich an die Theorie sozialer Systeme Niklas Luhmanns bzw. an die dieser Theorie zugrundeliegende biologische Theorie der Evolution anlehnt.

Dabei sind nicht die materiellen technischen Artefakte selbst, sondern die „sozialen Projekte“, die sich um die Entwicklung solcher künstlichen Gebilde ranken, Gegenstand der Untersuchung (ebd., S. 173f.). Der Umgang mit einer Technik kann sich entwickeln, die Technik selbst nicht.

RAMMERT (ebd.; vgl. auch VOM LEHN 1997, S. 8ff.) unterscheidet zwischen „Variation“, „Selektion“ und „Stabilisierung“ technischer Neuentwicklungen. Das Prinzip der „Variation“ besteht in der Neukombination vorhandener Einzeltechnologien zu immer neuen Technikvarianten. Unter diesen werden dann diejenigen selektiert, die sich am besten in das Konglomerat von staatlicher Förderungswürdigkeit, ökonomischen Effizienzorientierungen, Industriestandards, sozialen Normen und anderen Faktoren einpassen lassen, also nicht zwangsläufig die technisch ausgereifteste Variante.

In der Phase der „Stabilisierung“ verbinden sich Prozesse der „Variation“ und „Selektion“ derart, daß Technologien, die sich im Sinne der angegebenen Kategorien als „erfolgreich“ herausgestellt haben, als Teil bzw. sogar Basis von Folgetechnologien vermehrt in Erscheinung treten. Sie geben der gesamten technischen Entwicklung eine Richtung, die, wie im Falle der Gentechnik zu beobachten, selbst bei schwankender Akzeptanz der Bevölkerung nur noch schwer reversibel gemacht werden kann.

Der evolutionstheoretische Ansatz hat zudem den Anspruch, jegliche „Strukturlogik“ (siehe Abschnitt A.I.2.c]aa]) zu überwinden. Die Erschaffung einer neuen Technik ist nach diesem Ansatz weder vollständig durch Akteure gesteuert, noch durch eine innewohnende Eigendynamik oder von außen vorgegebene soziokulturelle bzw. sozioökonomische Struktur determiniert. Nicht intendierte Nebenfolgen einer neu eingeführten Technologie kommen in der Theorie der sozialen Evolution nicht vor, sondern erscheinen als „Variationen“.

Die Nachteile makrosoziologischer sowie mikro- bzw. mesosozialer Ansätze werden vermieden, weil sowohl übergreifende „Technisierungspfade“ als auch rationale Wahlhandlungen einzelner Akteure gleichermaßen beschrieben werden können. Da die Grundlage des evolutionstheoretischen Ansatzes die „Variation“ ist, bleibt ungeklärt, auf welche Weise es zur Neukombination bestimmter Einzeltechniken zu „neuen“ Technologien kommt. Darum möchte RAMMERT (1993, S. 170ff.) eine Verbindung herstellen zur sozialkonstruktivistischen Theorie der Technikgenese, die das Element der sozialen Kreativität besonders berücksichtigt.

Und obwohl er die Erklärungskraft des evolutionstheoretischen Ansatzes auch darin sieht, nicht nur mikro- bzw. meso-, sondern insbesondere makrosoziologische Stufen der Technikentwicklung zu untersuchen, liegt für ihn der Vorteil einer Verbindung dieses Ansatzes mit einer sozialkonstruktivistischen Perspektive auch darin, lokale Technikentwicklungen erklären zu können. Fazit: Ohne die Rückbindung an (gesamt)gesellschaftliche Werte kommt der ‚evolutionstheoretische Ansatz‘ nicht aus.

d) Medientheoretische Techniksoziologie und das Konzept der ‚Technisierung‘

Aus medientheoretischer Sicht schlägt RAMMERT (1989, S. 152ff.) einen Technikbegriff vor, der Fragestellungen nach der Genese von Techniken genauso zulässt wie die Analyse von Technikfolgen. Technik erscheint dabei gleichermaßen als „Prozeß des Technisierens“ und „Medium sozialer Prozesse“ (ebd.).

Der technikgenerierende Vorgang der „Technisierung“ materieller Gegenstände bzw. kommunikativer Prozesse vollzieht sich innerhalb von drei Dimensionen: physikalisch-gegenständliche Existenz, Zeit und „Sinn“. Auf physikalisch-gegenständlicher Ebene werden Gegenstände der materiellen Welt in die Form eines „*Wirkungszusammenhangs*“ (ebd., S. 156) gebracht, z.B. Zahnräder und Riemen zu einer Maschine zusammengefügt. Die zeitliche Dimension bezeichnet ein Absehen vom momentanen Verwendungszweck eines materiellen oder ideellen Gegenstandes: Eine Eisenstange zu verformen, ist z.B. m.A. noch keine ‚Technik‘. Dies nach bestimmten Vorstellungen auf eine bestimmte Art und Weise immer wieder zu tun, begründet jedoch u.U. die Technik des Hufschmiedens. Auf der „Sinn“-Ebene heißt „Technisierung“, kulturelle Ideen zu kommunizieren: Die Technik des Hufschmiedens wird vorzugsweise dort angewandt, wo Pferde als Transportmittel für Menschen definiert werden, und bringt diese Auffassung von Mobilität zum Ausdruck. Die Rückbindung an gesellschaftliche Werte ist unübersehbar.

„Technisierung“ ist für RAMMERT (ebd., S. 154) also „Zustand des menschlichen Weltverhältnisses“ selbst und braucht „Medien“, um menschliche Ideen zu kommunizieren. Dies können materielle Artefakte sein, vor allem aber auch „symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien“ im Sinne LUHMANNs (1997), wie z.B. das Geld, das wie ein Filter soziale Prozesse zu steuern in der Lage ist:

Niemand wird m.A. daran zweifeln, daß eine wirtschaftliche Transaktion sich im Rahmen der Alternativen ‚zahlen‘ bzw. ‚nicht zahlen‘ zu vollziehen hat. Dank der Einhaltung dieses Handlungsprinzips konnten schließlich Banken und andere wirtschaftliche Institutionen gegründet werden.

„Technisierung“ ist demnach kein „pathologisches Phänomen“, „sondern eine notwendige und legitime Transformation von faktisch gegebener Wirklichkeit in kontingente Wirklichkeit, die Anlaß für die Ausschöpfung des sichtbar gewordenen Spielraums durch Erfindung und Konstruktion wird“, eine „Steigerung der Leistung, komplexe Sachverhalte selektiv zu bearbeiten“ (RAMMERT 1989, S. 155). Dies läßt sich m.A. auch auf die Herstellung von *zusätzlichen* Sozialkontakten über das Internet beziehen, die technisiert sind, weil man ein besonderes Wissen braucht, um sie herzustellen und vor allen Dingen: zu verwalten (vgl. zu bewußt distanziert gepflegten Kontakten im Internet Abschnitt B.II.). Es entsteht eine neue Form des Sozialverhältnisses, wie RAMMERT (1989, S. 155) es z.B. für „Radiohörergruppen“ schon seit längerem existieren sieht (ebd., S. 157).

Wissenschaftszweige können zu „technologisch generalisierten Operationsmedien“ werden, z.B. die „Elektronik“ oder die „Biotechnologie“. Diese Disziplinen stellen ‚gespeicherte‘ Lösungen zur technischen Konstruktion technischer Artefakte zur Verfügung. Die Informatik ist sicher auch dazuzuzählen. Solche technischen Medien sind Bindeglieder zwischen kommunikativen Ideen und künstlichen Objekten, gleich ob sie materieller (z.B. Computer) oder geistiger (z.B. Software) Natur sind. Neue Techniken sind also in der Lage, neuen sozialen „Sinn“ zu erzeugen:

„Die soziale Konstruktion des Technischen durch Schaffung neuer Medien ist die Voraussetzung für die technische Konstruktion des Sozialen.“ (ebd., S. 157; vgl. Abschnitt C.I.2.)

Problematisch ist RAMMERTs (1989, S. 160) technikdeterministische Sichtweise, daß Medien inhärente Wirkungen auf die Gesellschaft haben, die untrennbar mit ihnen verbunden sind:

„Und wenn z.B. ein mechanisches Förderband als Verbindungsmedium zwischen mehreren Arbeitsplätzen eingerichtet wird, wirkt es rhythmusfördernd und gruppenbildend, unabhängig davon, wie es im einzelnen ausgelegt ist.“ (ebd.)

RAMMERT (ebd.) übersieht, daß das Förderband ja gerade zu diesem Zweck eingerichtet worden ist, in diesem Fall das Medium also keinen neuen sozialen „Sinn“ erzeugt, sondern die Arbeitsnormen der Industriegesellschaft verkörpert. Ob ein Förderband zwangsläufig „gruppenbildend“ ist, sei überdies dahingestellt. Vorwiegend bleibt die Sinngebung durch technische Medien wohl auf interaktive Medien wie das Telefon oder das Internet beschränkt, da diese Techniken direkt in menschliche Interaktionen eingreifen, sich zwischenschalten.

e) Der interpretative Ansatz: Symbolfunktionen von Technik

Dieser Forschungszweig der Techniksoziologie behandelt in erster Linie die kulturellen Interpretationen von Technik. HÖRNING (1989, S. 100) schreibt über die symbolischen Funktionen von Technik:

„Technik hat nicht nur eine kulturelle Seite, sondern Kultur hat auch eine materielle Seite.“ (ebd.)

Kultur braucht als System von Bedeutungen Codes, d.h. technische Artefakte als Bedeutungsträger (ebd.). In früheren Gesellschaften erfüllte z.B. der Schmuck, den man getragen, oder das Fell, in das man sich gehüllt hat, derartige Bedeutungsfunktionen; heute ist es u.a. das Internet als Symbol einer ‚Kultur technischer Rationalität‘ bzw. als Träger der Utopie einer aufschimmernden ‚Informationsgesellschaft‘. Das technische Artefakt vermittelt in diesem Fall symbolisch die Integration in die (zukünftige) Gesellschaft. (Gesamt)gesellschaftliche Werte sind also auch für die Vertreter des ‚interpretativen Ansatzes‘ maßgebend an der Art der Verwendung technischer Artefakte beteiligt.

f) Leitbild-Forschung

Technische Neuerungen werden zumeist von „Leitbildern“ begleitet. Dabei kann es einmal um die ingenieurwissenschaftliche Seite gehen. So beschreibt BUHR (1997, S. 37ff.) den betrieblichen Niedergang eines Schreibmaschinenherstellers, der sich vom Leitbild der (elektro)mechanischen Bauweise seiner Produkte nicht trennen konnte, die als innerbetrieblicher Integrationsfaktor Firmenleitung und Belegschaft geeint hatte.

Unter „Leitbildern“ können jedoch auch die Vorstellungen verstanden werden, die sich im Prozeß der gesellschaftlichen Aneignung eines technischen Artefakts ergeben.

Das „Leitbild“-Konzept ordnet sich dabei insofern der Technikgeneseforschung unter, als danach zu fragen ist, welchen Einfluß „Leitbilder“ auf die (Fort-)Entwicklung einer neuen Technologie haben (vgl. BARBEN 1997, S. 133). Darin sollten m.A. nicht nur tatsächliche physikalische Veränderungen, sondern auch definitorische Umdeutungen bestehender Technologien eingeschlossen sein, die allerdings Rückwirkungen haben können auf physikalisch-technische Formen der Weiterentwicklung.

So ermöglichten Computernetze schon immer den Austausch von Zeichen wie Datendateien, SteuerCodes etc. Netzwerke sind aus dieser Perspektive als Übermittlungsmaschinen aufzufassen. Zum Medium sozialer Kommunikationen werden sie, wenn Nutzer damit beginnen, sie dazu zu machen, d.h. sie zum Herstellen sozialer Kontakte zu verwenden. Das geschieht nicht rein zufällig, sondern vollzieht sich vor dem Hintergrund bestehender gesellschaftlicher Strukturen.

Auf diese Weise entsteht auch ohne physikalisch-technische Änderungen eine vollkommen neue Gebrauchsweise von Technik, eine „Technik im weiteren Sinne“, die schnell zur Norm werden kann für weitere Nutzer. Sie wird zum „Leitbild“, d.h. zur gemeinsam geteilten Vorstellung, zum sozialen Konsens, was mit einer Technologie geschehen, wie sie verwendet werden soll. Dieser Konsens wird aus politischen oder ökonomischen Interessen heraus von Akteuren aufgegriffen, um eigene Bedeutungen erweitert und als Definitionsangebot an eine möglichst große Zahl potentieller Nutzer herangetragen. Die Akteure machen sich dabei ihre Fähigkeit zunutze, öffentliche Diskurse nicht nur zu initialisieren, sondern auch zu kanalisieren, d.h. Abweichungen vom „Leitbild“ als sanktionswürdigen Normbruch zu definieren. Auch sie, die Akteure, bleiben dabei jedoch an gesamtgesellschaftliche Bedeutungsvorräte gebunden (vgl. BARBEN, S. 138).

Ein einmal geschaffenes „Leitbild“ orientiert auf diese Weise die physikalisch-technische Konstruktion (vgl. ebd., S. 134), was man u.a. anhand der Entwicklung des Internets beobachten kann. Die zunehmende soziale Nutzung des Internets führt zum stetigen Ausbau dazu benötigter materiell-technischer Ressourcen, z.B. zur Erhöhung von Bandbreiten als Grundlage von Internet-Telefonie und Videokonferenzen oder zur Entwicklung neuartiger Kommunikationssoftware.

BARBEN (1997, S. 134f.) formuliert den „Leitbild“-Begriff neutral als Möglichkeit, „kommunikative Gefälle zwischen Akteuren“ zu überbrücken, wobei seiner Auffassung nach auch bestimmte Nutzergruppierungen „Akteure“ sein können. Er sieht eine Gefahr darin, Leitbilder im nachhinein theoretisch zu konstruieren, die keine Entsprechung in der sozialen Wirklichkeit haben:

„Wenn in der Diskussion um Leitbilder dieses Konzept oft ambivalent belegt zu sein scheint, liegt das wohl daran, daß es als Einfallstor für idealistische und harmonistische Konzeptionen angesehen werden kann. Dies ist dann der Fall, wenn eine Korrespondenz zwischen kognitiven Konstrukten und technischen Artefakten unterstellt oder die Harmonisierung divergierender Auffassungen angestrebt wird. Bei der Konzipierung von Leitbildern als Abbilder oder als Vorbilder handelt es sich um unwahrscheinliche Sonderfälle [...] und [...] um mögliche Fallen, in die zu treten man vermeiden sollte.“ (ebd. S. 137)

Solange der Sozialforscher „Leitbilder“ als Ausdruck von Utopien und nicht als Beschreibungen der Realität untersucht, ist also nichts dagegen einzuwenden, die wunschhaften Elemente existierender „Leitbilder“ zu analysieren.

Es gilt u.a., Interessenkonstellationen und bevorzugte Handlungsoptionen ausfindig zu machen, die in „Leitbildern“ zum Ausdruck kommen. Diese können nach BARBEN (ebd., S. 139) auch unabhängig von gesellschaftlichen Orientierungen gedacht werden, eine Sichtweise, der im Rahmen dieser Arbeit widersprochen werden soll.

Für den Fall, daß eine Technologie nicht nur für die Nutzer, sondern sogar für die Marketing-Strategen von Industriebetrieben oder Regierungsbehörden zu komplex ist, um verstanden werden zu können, bieten sich „Leitbilder“ als Orientierungshilfe an, die Verständigung ermöglicht.

Mit anderen Worten: Leitbilder tragen einen Teil zur Integration von Nutzern und Akteuren bei. Diese Integration setzt m.A. immer einen sozialen Konsens voraus, der genau dann größtmöglichen, allgemeinen Gültigkeitscharakter erreicht, wenn er mit den sozialen Grundstrukturen einer gegebenen gesamtgesellschaftlichen Formation korrespondiert.

Der dieser Arbeit zugrundeliegende „Leitbild“-Begriff ist also nicht gleichzusetzen mit Konzepten wie ‚Produktimage‘ oder ‚Produktentwicklungslinien‘. Sie werden in der Industriosozilogie auch „Produktleitbilder“ genannt. So untersuchen HÅRD (1997, S. 17ff.) und BUHR (1997, S. 37ff.), welche Integrationswirkungen selbst entwickelte Produkte innerhalb bestimmter Betriebe haben können.

Hier soll ein „Leitbild“ vielmehr als Produkt gesamtgesellschaftlich fundierter Zuschreibungen von Bedeutung verstanden werden, die für strukturelle Stabilität auf der sozialen Makroebene sorgen und über die Anhänglichkeit an ein bestimmtes technisches Artefakt hinausgehen. Es geht um die Neudefinition und damit auch Neuerfindung bestehender Technologien. Eine solche Sichtweise von „Leitbildern“ unterscheidet sich von der BARBENS (1997, S. 144), der die Begriffskategorien, die zur Kennzeichnung wissenschaftlich-technischer Forschungsabsichten innerhalb eines bestimmten Forschungsfeldes wie z.B. der Biotechnologie verwendet werden, ebenfalls dem Leitbildkonzept zuordnet. Er nennt sie „generalisiertes Leitbild“. Das „Leitbild“ der Biotechnologie ist demnach u.a. die Biotechnologie selbst bzw. bestimmte Unterkategorien der Biotechnologie wie z.B. Fermentierungsverfahren o.ä. Der Versuch BARBENS (ebd.), die Begriffe „Begriff“ und „Leitbild“ voneinander zu trennen, gelingt also nicht, ebensowenig die Unterscheidung zwischen „Leitbild“ und „Leitmotiv“. „Leitmotiv“ der Biotechnologie sei z.B. „das Generalmotiv der Kontrolle, Effektivierung, Modifikation und Konstruktion von Naturprozessen und –objekten“ (ebd., S. 145), eine Definition, die sich vom „Begriff“ der Biotechnologie nicht sonderlich unterscheidet, der besagt, „daß biologische Prozesse wissenschaftlich-technisch genutzt werden sollen“ (BARBEN, S. 144).

Der Unterschied zwischen BARBENS (1997) und dem hier vertretenen Leitbild-Begriff liegt darin begründet, daß BARBEN (1997) stärker die tatsächliche Nutzung und Zielorientierung einer Technologie in den Vordergrund stellt. So ermittelt er als aktuelles „Leitbild“ seines Forschungsgegenstandes das „Leitbild der fermentativen Biotechnologie“ (ebd., S. 152), also eine tendenziell eher technologische Größe.

In der vorliegenden Studie soll jedoch jegliche Attribution von Zielen und Wünschen, die sich auf ein technisches Artefakt bezieht, als „Leitbild“ bezeichnet werden, sofern diese Zuschreibung sozial geteilt ist, d.h. sich an allgemein geltende Wertvorstellungen anschließen läßt. Dabei spielt es für die Definition keine Rolle, ob diese subjektiven „Leitbilder“ von Akteuren zur Durchsetzung eigener Interessen funktionalisiert werden oder nicht. Die Begriffsbestimmung aus dem folgenden Beispiel kann also nicht bestätigt werden:

„Wenn [...] das Motiv fortschreitender wirtschaftlicher Nutzbarmachung biologischer Prozesse in der Form dargestellt wird, als würde ihm das Ziel der Bewältigung der menschlichen Probleme Krankheiten, Hunger und Umweltzerstörung zugrunde liegen, handelt es sich nicht um das übergreifende Leitbild der Biotechnologie, sondern lediglich um Artikulationen *generalisierter Nutzenversprechen*.“ (BARBEN 1997, S. 146)

Empirisch mag es zwar richtig sein, daß große Teile der Bevölkerung biotechnologischen, insbesondere gentechnologischen Entwicklungen skeptisch gegenüberstehen, nur orientieren sie sich dabei an den gleichen Werten wie die biotechnologische Industrie in ihren Kampagnen: an der grundlegenden Auffassung der Erhaltenswürdigkeit menschlichen Lebens.

Das „Leitbild“ einer Technologie hat darum meist zwei Aspekte, die konträr sind, sich aber auf gleiche gesellschaftliche Wertvorstellungen beziehen. Dieser Gesichtspunkt sollte nicht übersehen werden, obgleich zumeist ein Aspekt die öffentliche Diskussion dominiert und entweder die Gefährdung oder die Bekräftigung des in Frage stehenden gesellschaftlichen Wertes unterstreicht.

Im Falle der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien bzw. des Internets werden im Rahmen dieser Arbeit drei seit der Aufklärung bestehende gesellschaftliche Werte identifiziert, die den öffentlichen Diskurs beschäftigen: ‚Freiheit‘, ‚Gleichheit‘ und ‚Brüderlichkeit‘ (vgl. Abschnitt B.I.). Gerade die Industriesoziologie hat darauf hingewiesen, daß der Appell an Traditionen bzw. traditionale Werte dazu benutzt wird, neuen, fremdartig wirkenden Technologien einen Sinn zu verleihen, d.h. sie in bestehende soziale Strukturen einzupassen (vgl. HÅRD 1997, S. 17f.). Das Internet z.B. wird entweder als freiheitsfördernd oder –einschränkend beschrieben. Politische Meinungsfreiheit steht gegen den „gläsernen Bürger“. Grundlage solcher Betrachtungsweisen ist der Wert der ‚Freiheit‘. Andere sehen im Internet die Chance, Bildung für alle kostengünstig verfügbar zu machen, und stehen damit denen gegenüber, die die Gefahr der Entstehung neuer Informationseliten heraufziehen sehen.. Damit vertreten sie das Prinzip der ‚Gleichheit‘. Der Gedanke der Förderung sozialer Einbeziehung benachteiligter Minderheiten durch elektronische Kommunikation ist so verbreitet wie die Angst vor einer zunehmenden Ausgrenzung solcher Minderheiten durch diese Technologie. Derartigen Überlegungen liegen Ideen der ‚Brüderlichkeit‘, d.h. der Solidarität zugrunde. Merkmal all dieser diametral entgegengesetzten Positionen ist der Bezug auf jeweils den gleichen gesellschaftlichen Wert sowie eine deterministische Perspektive.

BARBEN (1997, S. 151) sieht diese Polarität in öffentlichen Diskussionen über neue Technologien auch, spricht ihr aber den „Leitbild“-Charakter ab bzw. möchte die Frage, ob ein „Leitbild“ vorherrscht oder nicht, empirisch beantworten. Ihn scheint die mangelnde Eindeutigkeit öffentlicher Technologiedebatten zu irritieren, denn „[...] es soll mit dem Leitbildbegriff das bezeichnet werden, was tatsächlich orientierende Funktion besitzt und anleitet“ (ebd.). Dieser Anspruch wird in der Tat nur in den seltensten Fällen erfüllt sein. In allen übrigen Fällen haben die verschiedenen Akteure unterschiedliche Ansichten über technologische Neuerungen, die sich allerdings alle am jeweils tangierten gesellschaftlichen Wert orientieren.

Für BARBEN (1997, S. 158) müssen „Leitbilder“ Wahrheitsgehalt besitzen, um diesen Begriff zu verdienen, und können deshalb im Grunde nur rückwirkend als solche identifiziert werden. Aus der Perspektive der Gegenwart heraus gelten „Leitbilder“, die sich als nicht zutreffend erwiesen haben, nach BARBEN (ebd.) als „positive oder negative Projektion“. M.A. sind „Leitbilder“ hingegen weder falsch noch wahr, weil sie sich auf Vermutungen über Technikfolgen beziehen, die in der Zukunft liegen.

„Leitbilder“ sollten darüber hinaus auch von „Nutzerbildern“ geschieden werden, die Vermutungen von Produktentwicklern enthalten, welche Eigenschaften die potentiellen Nutzer eines technischen Produktes besitzen könnten (vgl. HOFMANN, S. 71ff.).

Der im Rahmen dieser Arbeit verwendete „Leitbild“-Begriff kommt dem CANZLERs (1997, S. 99ff.) nahe. Mit Bezug auf die Entwicklung des „Artefaktes Automobil“ definiert er ein „Leitbild“ als „permanente und verbindliche Verständigung der involvierten Akteure sowohl über Anforderungen an die realistisch erscheinende technische Konfiguration als auch über den kollektiv gewünschten Sinn“ (ebd.). Wenn für CANZLER (1997) die maßgeblichen Akteure bei der „Konstruktion“ eines Artefaktes auch im besonderen Maße „wirtschaftliche, politische und Statusinteressen“ berücksichtigten, so mißt er der „gesellschaftlichen Sinnkonstitution“ (DIERKES & KNIE 1994, ohne Seitenangabe, zit. nach CANZLER 1997, S. 102) des Artefaktes doch entscheidende Bedeutung bei. In bezug auf das „Leitbild“ der (Auto)Mobilität spricht er von der Notwendigkeit „einer Zusammenschau von kollektiver Aneignung des Artefaktes und politisch-administrativer Förderung“. M.a.W.: Akteursinteressen spielen eine große Rolle im Prozeß der Definition technischer Artefakte wie z.B. des Automobils, sind aber wie andere „gesellschaftlich-kulturelle Megatrends“ (ebd. S. 114) in hohem Maße abhängig von gesamtgesellschaftlichen Strukturen:

„Insbesondere die ‚zeitlich-räumliche Entbettung‘ individuellen Handelns, was Giddens als einen der die Moderne konstituierenden Trends diagnostiziert [...], hat im Universal-Automobil einen selbstverstärkenden technischen Ausdruck gefunden.“ (ebd.)

Artefakte symbolisieren geradezu gesamtgesellschaftliche Werte:

„Individuelle Freiheit, sozialer Fortschritt und technische Natur- und Raumbeherrschung waren unmittelbar mit dem Auto verbunden.“ (ebd.)

Daß der „Leitbild“-Begriff für CANZLER (1997) Ausdruck der sozialen Konstruktion technischer Artefakte wie z.B. des Automobils ist, zeigt auch die Betonung der Tatsache, daß im Nachkriegsdeutschland der fünfziger Jahre kritische Stimmen unterdrückt wurden, die auf die möglichen volkswirtschaftlichen Folgekosten wachsenden Verkehrsaufkommens hinwiesen.

Das Automobil galt als „Hoffnungsträger für eine bessere Zukunft“, bei Nutzern wie auch bei den Akteuren, die als ‚Promotoren‘ der Technologie fungierten. Technisch rationale Alternativen wie z.B. der ergänzende Ausbau des Bahnsystems rückten in den Hintergrund (ebd., S. 113).

Es hat sich m.E. schließlich ein Verkehrssystem ausgebildet, das sich so ausgeformt hat, weil es mit gesellschaftlich relevanten Werten wie ‚Mobilität‘ und ‚Eigenständigkeit‘ etc. in Einklang gebracht werden konnte. Es *sollte* so werden, ohne daß es unbedingt die ‚beste‘, weil rationalste oder einzige Möglichkeit gewesen wäre.

Die Evolution einer Technologie verläuft oft ungeregt und wird von den verschiedensten Einflußgrößen mitbestimmt (zum evolutionstheoretischen Ansatz vgl. Abschnitt A.I.2.c]dd)). Welche Technikvarianten ausgewählt werden und sich stabilisieren, darüber entscheiden u.a. technikbegleitende „Leitbilder“, die natürlich nicht den initialen Impuls darstellen, eine Technologie zu erschaffen, deren Verwendungsweise aber so umstrukturieren können, daß auf der Grundlage öffentlicher Diskussionen eine neue Technikvariante entstehen kann; denn nicht nur das physikalisch-technische Artefakt, sondern auch die Regeln des Umgangs mit einem Artefakt verstehen sich im Sinne der Techniksoziologie als ‚Technik‘ (vgl. Abschnitt A.I.1.).

Die Begriffsschöpfung für „Leitbilder“ wird dabei zumeist von Akteuren aus Wissenschaft, Wirtschaft oder Politik vollzogen (ebd., S. 175). CANZLER, HELMER & HOFFMANN (1997, S. 167ff.) untersuchen die technikgenerierende Wirkung der Metapher „Datenautobahn“ für die Internet-Technologie. Diese Metapher wurde nicht zuletzt durch die Reden des amerikanischen Vizepräsidenten Al Gore von Akteuren aus der Politik als Definitionsangebot in Umlauf gesetzt.

„Wettbewerbsvorteile herausfahren“ und durch „Hochgeschwindigkeitskommunikation“ einen „Vorsprung“ erringen, der „im Rennen um die Zukunft entscheidend“ sein könnte (ebd., S. 183) – dies sind Attributionen des Internets, die sich an die Erfolgskriterien der Technologie ‚Autobahn‘ anlehnen und insbesondere an einen nebulösen ‚Fortschritt‘ appellieren.

CANZLER, HELMER & HOFFMANN (ebd., S. 176ff.) verweisen demgegenüber auch auf die negativen Konnotationen der „Datenautobahn“: Staus, Abgase etc. Doch geht es nach den Werbeslogans der großen Telekommunikationsunternehmen, dann könnte die Netzkommunikation der „Informationsgesellschaft“ sogar diese Probleme lösen helfen, da ein vermehrter Transport von Informationen materielle Transporte zunehmend ersetzen würde (ebd., S. 184 u. S. 194). Die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien werden mithin als Allheilmittel gegen gesellschaftliche Probleme hingestellt.

g) Sozialkonstruktivistische Überlegungen

In der vorliegenden Arbeit wird die These vertreten, daß das Internet als technisches Artefakt in seiner Verwendung und Funktionsbestimmung innerhalb der Gesellschaft sozial konstruiert ist. Der Begriff der sozialen Konstruktion von Technik wird von einigen Autoren (vgl. z.B. RAMMERT 1993) u.a. im Sinne einer soziokulturellen Rahmung der physikalisch-technischen Herstellung materieller Artefakte verstanden.

So ist anzunehmen, daß die Entwicklung von Computer und Internet auf gesamtgesellschaftliche Strukturen zurückzuführen ist (siehe Abschnitt A.III.).

Der Begriff läßt sich darüber hinaus als kulturell überformte Aneignungsweise einer materiell bereits existierenden Technologie auffassen. D.h., bestehende Technologien werden von den Technikverwendern umdefiniert. Es entstehen ganz neue Umgangsstile, deren materielle Grundlage zunächst unverändert bleibt.

M.a.W.: Die „Technik im engeren Sinne“ bleibt bestehen, jedoch wird sie überformt von einer Regel- und Symbolwissen umfassenden „Technik im weiteren Sinne“, die die Verwendungsweisen der materiellen Artefakte neu festlegt. Die kulturelle Überformung wird bei den meisten Autoren als milieuabhängig angesehen, hier jedoch gesamtgesellschaftlich verstanden.

Dabei werden diese gesamtgesellschaftlich vorgegebenen Werte, die ja noch nicht spezifisch auf technische Gegenstände bezogen sind, nicht einfach nur übernommen, sondern zur Grundlage der Ausformulierung soziotechnischer, hier: ‚informationstechnologischer Normen‘ herangezogen (zum Begriff der ‚informationstechnologischen Normen‘ siehe Abschnitt A.III.1.e[aa]). Dem Prozeß der sozialen Konstruktion kommt bei der Erschaffung solcher Normen durch soziale Akteure hierbei die entscheidende Bedeutung zu, und darum soll die Theorie des ‚Sozialen Konstruktivismus‘ kurz umrissen werden.

aa) Einige Merkmale der Theorie des Sozialen Konstruktivismus

KNORR-CETINA (1989, S. 86) unterscheidet fünf „Spielarten“ des Konstruktivismus: den „Sozialkonstruktivismus“, den „kognitionstheoretischen Konstruktivismus“, das „empirische Programm des Konstruktivismus“, die „vom kognitionstheoretischen Konstruktivismus beeinflusste Systemtheorie“ sowie den „mit der Psychotherapie verbundenen kommunikationstheoretischen Konstruktivismus“. Als Ausgangspunkt konstruktivistischen Denkens in der Soziologie gilt für KNORR-CETINA (ebd.) und DOLLHAUSEN (1993, S. 72ff.) Marx' Überlegung, daß bestehende Sozialverhältnisse verändert werden können, wenn die Menschen ihre Lage kritisch reflektieren und die soziale Wirklichkeit gemäß entwickelter Theorien, die nichts anderes als Konstrukte sind, umzugestalten suchen.

BERGER & LUCKMANN (1997) gehen in ihrem als „sozialkonstruktivistisch“ zu bezeichnenden Ansatz grundlegend davon aus, daß die gegebene Sozialordnung das Resultat der gedanklichen Erzeugung der Menschen ist, die innerhalb dieser Ordnung leben bzw. gelebt haben.

Dabei sorgen drei Prozesse dafür, daß Menschen, unter ihnen auch diejenigen, die die grundlegenden Bestandteile eines sozialen Verbundes nicht mitkonstruiert haben, konstruierte Strukturen auf Dauer akzeptieren: „Institutionalisierung“, „Objektivierung“ und „Legitimierung“.

Von „Institutionalisierung“ sprechen BERGER & LUCKMANN (ebd., S. 58), wenn sich gleich oder ähnlich Handelnde wechselseitig in gleichen oder ähnlichen Handlungen bestätigen und diese dadurch zur sozialen Norm machen.

Über einen „generationsüberschreitenden Prozeß der Objektivierung“ (DOLLHAUSEN 1993, S. 75) wird sozialen Institutionen daraufhin jeglicher Anschein genommen, bloß ein willkürliches Produkt menschlicher Überlegungen zu sein. Zu diesem Zweck müssen sie Autoritätsmacht beanspruchen. Über Prozesse der „Legitimation“ wird dieser Anspruch verfestigt.

Problematisch an BERGER & LUCKMANNs (1997) Ansatz sowie sozialkonstruktivistischen Konzeptionen generell ist nach DOLLHAUSEN (1993, S. 77) der externalisierte Standpunkt des „Beobachters“, z.B. des Sozialforschers, der seine Rolle „als Konstrukteur seines Beobachtungsgegenstandes“ nicht durchschaut und seine Schlüsse fälschlicherweise als ‚wirklich‘ einstuft, obwohl sie seiner eigenen Phantasie bzw. seinen eigenen Kognitionen entstammen.

Diesen Schwachpunkt hat der aus den Erkenntnissen von Neurobiologie und Kognitionspsychologie zusammengesetzte „kognitionstheoretische“ bzw. „Radikale Konstruktivismus“ erkannt. Er betrachtet Vorstellungen von einer ‚objektiven Realität‘ als Konstruktion, weil die äußere Umwelt eines Menschen bzw. eines Gehirns niemals direkt der Erkenntnis zugänglich sei. Umweltreize werde im Gehirn, das als geschlossenes System operiere, kognitiv „Sinn“ zugewiesen. Jedes Individuum nimmt dabei der Theorie nach eine von anderen prinzipiell unabhängige Position ein, was nach DOLLHAUSEN (ebd., S. 82) eine große Schwäche dieses Ansatzes darstellt. Soziale Prozesse können nur über Umwege erklärt werden:

„Wenn sich zwei oder mehrere Kommunikationspartner gleichzeitig und gemeinsam ‚einreden‘, daß sie interagieren und verstehen, konstituieren sie eine Kommunikationssituation und können auf eine genauere Prüfung des Gesagten, auf Rückfragen und Zusatzerklärungen verzichten.“ (ebd.)

Dem techniksoziologischen Ansatz der vorliegenden Arbeit wird eine Synthese aus „Sozialkonstruktivismus“ und „kognitionstheoretischem Konstruktivismus“ zugrunde gelegt: Soziale Ordnungen sind demnach von vielen gemeinsam konstruiert, jedoch trägt jedes Individuum an solchen Konstruktionen großen Anteil, weil es sie ‚nachkonstruiert‘ bzw. ‚mitkonstruiert‘ – ein ureigener individueller Akt mit sozialen Folgen. Das Individuum leistet „Konstruktionsarbeit“ (KNORR-CETINA 1989, S. 92). Die Synthese von Konstruktionen sozialer Gebilde auf subjektiver *und* objektiver, sozialstruktureller Ebene zu einem parallelen sozialpsychologischen Vorgang findet sich bei FLICK (1996, S. 17) im Zusammenhang mit der sozialen Konstruktion technischen Wandels.

Er führt in kognitionstheoretischer Manier aus, daß Gegenstände geistiger oder materieller Art nicht direkt erfahrbar sind, sondern nur über den Weg der Interpretation. Sie sind also nicht Abbilder der Wirklichkeit, sondern *subjektive* Konstrukte. Selbst aus psychologischer Sicht steht für FLICK (1996, S. 16) „subjektive Bedeutung“ dabei aber nicht allein.

Hinzu kommen „objektivierte‘ Bedeutungen“, „[...] die von den dafür ‚zuständigen‘ Instanzen – nach den archaischen Mythen und den großen Religionen aktuell v.a. die verschiedenen Wissenschaften – verliehen und auf unterschiedlichen Wegen – den Medien, Bildung etc. – vermittelt werden.“

Nach SCHÜTZ (1971, S. 8; zit. nach FLICK 1996, S. 20), dem Wegbereiter der Wissenssoziologie, ist das Bild, daß sich die Menschen von der Welt machen (ihr ‚Alltagswissen‘), abhängig von den Interpretationen, die durch Erziehungsinstitutionen vermittelt werden. Erziehungsinstitutionen sind der Ort, wo „subjektive“ und „objektivierte Bedeutungen“ zusammentreten. Das Individuum behält dabei die Möglichkeit zur selbsttätigen, individuellen (Nach-)Konstruktion der angebotenen Welt-Definitionen, denn:

„man lehrt mich auch, typische Konstruktionen in Übereinstimmung mit dem Relevanzsystem zu formen, das von dem anonymen, gemeinsamen Standpunkt der Eigengruppe übernommen wird“ (SCHÜTZ 1971, S. 15; zit. nach FLICK 1996, S. 20).

M.a.W.: Das Subjekt konstruiert sein Wissen von der Welt nicht allein durch bloße Übernahme von Fremdinterpretationen, sondern paßt die eigenen Entwürfe des Alltags („kognitionstheoretische“ Komponente) den allgemeiner ausformulierten Konstruktionen der Bezugsgruppe an („sozialkonstruktivistische“ Komponente), ist also zugleich selbsttätig und normativ gebunden.

Zu den „objektivierten Bedeutungen“ zählen auch die gesamtgesellschaftlichen Entwürfe der Soziologen: die „nachindustrielle Gesellschaft“ (BELL 1985), die „Risikogesellschaft“ (BECK 1986), die „Dienstleistungsgesellschaft“ (HÄUBERMANN & SIEBEL 1995), die „Erlebnisgesellschaft“ (SCHULZE 1995), die „Multioptionsgesellschaft“ (GROSS 1994), die „polyzentrische Gesellschaft[...]“ (WILLKE 1996), die „Wissensgesellschaft“ (STEHR 1994; SPINNER 1994) sowie „Mediengesellschaft“ (METTLER-VON MEIBOM 1994) und im Zusammenhang mit den modernen Informations- und Kommunikationstechnologien „Weltgesellschaft“ (ROST 1996) bzw. „Informationsgesellschaft“ (W.L. BÜHL 1995) oder „virtuelle Gesellschaft“ (A. BÜHL 1996; A. BÜHL 1997).

All diese Theorien sind im Sinne der Wissenssoziologie Konstruktionen, die aber nicht willkürlichen Charakter besitzen, sondern an die Konstruktionen des alltäglichen Wissens der Menschen anknüpfen, was für SCHÜTZ (1971, S. 46; zit. nach FLICK 1996, S. 24) sogar eine unbedingte Notwendigkeit darstellt, um die soziale Wirklichkeit zu erfassen. Aus diesem Grunde wurden in der dieser Arbeit zugrundeliegenden Befragung die Visionen abgefragt, die die Nutzer des Internets mit der Zukunft desselben verbinden.

FLICK (1996, S. 147ff.) glaubt nicht, daß sich Konstruktionen mittels quantitativer Verfahren ermitteln lassen, und verwendet selbst das „episodische Interview“. In der Tat beschränkt sich das Universum möglicher Konstrukte im Fragebogen auf die vorgegebenen Antwortalternativen. Doch besaßen die Befragten trotz allem die Möglichkeit, sich ablehnend oder zustimmend gegenüber bestimmten gesellschaftlichen Visionen zu ‚verhalten‘, so daß die eingenommenen Haltungen zumindest als wahlfrei einzustufen sind.

Bei der Konstruktion der Fragen wurden darüber hinaus die Sachverhalte berücksichtigt, die nach dem derzeitigen Stand der Techniksoziologie die Konstruktionen der Befragten bei der Enkulturation neuer Technologien zumeist dominieren: die Hoffnung auf bzw. die Teilhabe am sozialen Wandel durch Technik bzw. durch soziale Gebrauchsweisen technischer Artefakte.

bb) Grundzüge konstruktivistischer Techniksoziologie

Wie die vorangegangenen Abschnitte gezeigt haben, zeichnet sich die Technikgeneseforschung durch eine Vielzahl konkurrierender Ansätze aus, doch keiner von ihnen ist in der Lage, die Entstehung umfassender Basistechnologien und kleinerer technischer Neuerungen oder Umdeutungen bereits bestehender Technologien gleichermaßen zu erklären. Alle Ansätze vertreten jedoch gleichermaßen die Ansicht, daß kulturelle Orientierungen bei der Selektion oder der Verwendungsweise von Technik eine entscheidende Rolle spielen. Dies Element wird allerdings meist nicht explizit als „sozialkonstruktivistisch“ bezeichnet.

Der Verfasser hat diese Bezeichnung lediglich bei RAMMERT (1993, S. 172 sowie 1989, S. 145) gefunden. Obwohl RAMMERT (1993, S. 173) einen einseitigen ‚sozialen Determinismus‘ technischer Neuerungen ablehnt, spielt die Aneignungsweise, d.h. die definitorische Neukonstruktion einer physikalisch-technisch bestehenden Technologie auch für ihn eine wichtige Rolle:

„Erst die Regeln des Umgangs mit einer Technik machen daraus eine gesellschaftliche Größe...“ . (ebd.)

Dennoch denkt RAMMERT (ebd.) vorwiegend an die Entstehung physikalisch-technischer Neuschöpfungen und weit weniger an Umdefinitionen existierender Techniken. Die Definitionsmacht sieht er eindeutig bei gesellschaftlich relevanten Akteuren:

„Ich erinnere daran, daß neue Techniken nicht im gesellschaftsleeren Raum entstehen und daß kulturelle Modelle und Visionen der sozialen Akteure in sie eingehen. So könnte man sich vorstellen, daß die Geringschätzung der Arbeit in theokratischen Gesellschaften die Technikentwicklung eher an religiösen und theatralischen Aspekten, in militärischen Gesellschaften eher an Kriegs- und Verteidigungszielen orientiert haben.“ (ebd., S. 135)

Für den Erklärungsansatz der vorliegenden Arbeit von Bedeutung ist die Abhängigkeit der Definitionsprozesse sozialer Akteure von gesamtgesellschaftlichen Orientierungen. D.h., daß Regierungsbehörden oder große Industrieunternehmen wie die ‚DEUTSCHE TELEKOM‘ nicht willkürlich die Bedeutung einer Technik definieren können:

„Sie [die Akteure, Anm. d. Verf.] erzeugen auf dem Hintergrund ihrer Erfahrungen, Interessen und kulturellen Orientierungen Interpretationsmodelle der sozialen Wirklichkeit und bilden in Lernprozessen Rationalitätsstandards für ihr Handeln heraus.“ (ebd., S. 101)

Akteure entwerfen Pläne und Vorstellungen von der Gestaltung neuer Technologien, müssen sich mit solchen „Technikprojekten“ bzw. „Leitorientierungen“ aber im Rahmen eines „[...] kulturellen Kampfes um Sinngebung bewähren und durchsetzen [...]“ (ebd., S. 169). Eine solche Sinngebung ist der bewußten Steuerung durch einzelne Akteure entzogen. Im Gegenteil müssen Akteure auf vorhandene Sinnkomplexe reagieren, die sich auf gesamtgesellschaftlicher Ebene als Visionen herausbilden. WEINGART (1989a, S. 192f.) schreibt:

„Neue Techniken setzen Erwartungen und Kalküle kontingent, was wiederum zur Reformulierung neuer Erwartungen und Kalküle führt, die ihrerseits die Entwicklung neuer Techniken orientieren.“ (ebd.)

Die Genese einer neuen Technik schließt also immer an schon vorhandene Technologien an, jedoch nicht direkt, sondern über den Umweg der Hoffnungen, die mit diesen bereits bestehenden technischen Artefakten verbunden werden.

KNIE (1997, S. 225ff.) verbindet den Technik- mit dem Institutionen-Begriff. Technisches Regelwissen, z.B. die ‚thermodynamischen Hauptsätze‘, wird in relativ stabilen Regelsystemen, in Institutionen gespeichert, die handlungsleitenden Charakter besitzen. Wie alle sozialen Institutionen sind diese Regelsysteme technischen Inhalts sozial erzeugt, d.h. konstruiert:

„Der ‚geniale Trick‘ der Naturwissenschaften besteht ja nun darin, daß die Beobachtung der Natur immer so justiert wird, daß sie mit den Deutungskonzepten kompatibel ist. Es kann immer nur das gefunden werden, was paßt!“ (ebd., S. 236)

Besonders die ‚thermodynamischen Gesetze‘ seien nicht zuletzt „religiösen Bedürfnissen“ nach Harmonie, Stabilität und göttlicher Ordnung entsprungen (ebd.).¹³ Wenn Technik nicht als sinnvoll definiert wird, dann wird sie auch nicht eingesetzt.

Dazu einige Beispiele: Die Innovation von Produkten galt noch im Mittelalter als abweichendes Verhalten, ebenso neue wissenschaftliche Erkenntnisse, insofern sie nicht in das kulturelle Selbstverständnis paßten (VAN DEN DAELE 1989, S. 200). Stromstöße haben bei Einführung der Elektrotechnik dazu geführt, die Akzeptanz dieser Technologie in Frage zu stellen, heute sind sie als bei unsachgemäßer Verwendungsweise auftretende ‚normale Vorfälle‘ definiert, die nicht mehr hinreichen, den Einsatz dieser Technik generell abzulehnen (ebd., S. 208). Ähnliche Prinzipien lassen sich bei der Festlegung von Strahlendosen oder Abgaswerten feststellen. Es entscheidet jeweils eine meist von Behörden oder wissenschaftlichen Instituten vorgelegte Definition darüber, ab welchen Mengen von einer Gefährdung auszugehen ist. Grundsätzlich gilt also: Technik ist ohne Bedeutungszuschreibung von ‚außen‘ nicht denkbar (HÖRNING 1989, S. 97). Dennoch meinen einige Autoren, daß auch der ‚Soziale Konstruktivismus‘ in der Techniksoziologie der Gefahr ausgesetzt ist, Technik als exogenes Phänomen aufzufassen.

¹³ KNIE (1997, S. 236) faßt die technische Aussage des Ersten Hauptsatzes der Thermodynamik so zusammen: „Die Gesamtenergie in einem geschlossenen System aus mechanischer, chemischer, thermischer, elektrischer oder potentieller sonstiger Energie ist immer konstant.“

Nicht die Technik forme die Gesellschaft, nicht die Gesellschaft konstruiere die Technik über soziale Verständigungsprozesse - in Wahrheit seien Technik und soziale Umwelt untrennbar miteinander verbunden (JOERGES 1989, S. 77), es entstehen „großtechnische Hintergrundsysteme“ bzw. „Objektsysteme“ (HÖRNING, S. 108). In diesen verzahnten Systemen finden Determinierungs- genauso wie Definitionsprozesse statt. Recht, Politik, Wirtschaft, Kultur, alle entscheidenden Sozialsysteme versuchen ihre Definition über den Verwendungssinn einer neuen Technologie durchzusetzen, und alle werden sie von dieser Technologie beeinflusst:

„Ohne eine...organisatorische Kopplung zwischen Menschen und technischen Artefakten...hat Technik keine soziale Relevanz, keine soziale Wirkung.“ (WEINGART 1989)

Das Internet ist dafür das beste Beispiel: Es soll neue Märkte eröffnen (Wirtschaftssystem), Arbeitsplätze und demokratische Transparenz schaffen (politisches System), Bildung leichter zugänglich und günstiger machen (Erziehungssystem). All diese Ansprüche, an deren Verwirklichung gearbeitet wird, sollen aber nicht um den Preis verletzter Grundrechte in die Tat umgesetzt werden (Rechtssystem). Im Sinne einer sozialkonstruktivistischen Techniksoziologie wäre zu diskutieren, ob solche Definitionen zwangsläufig aus schon bestehenden Technologien abgeleitet werden müssen, oder sogar als a priori vorhanden aufgefaßt werden könnten.

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit ist zunächst die Betrachtung von Umdefinitionen bereits existenter Techniken auf Seiten der Technik-Nutzer ausreichend:

„Die Nutzer und Nutzerinnen von Technik entscheiden letztlich, ob die von Ingenieuren in die Maschine hineinkonstruierten Eigenschaften tatsächlich auch realisiert werden.“ (DIERKES & KNIE 1997, S. 11)

Analog zum Lebensstilkonzept sind mit Blick auf die Verwendung von Technik unterschiedliche „Umgangsstile“ auszumachen, deren Existenz verdeutlicht, daß die Nutzer einer Technologie diese neu zu definieren vermögen, ohne in Einstellung und Verhalten vollkommen durch bedeutsame Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik determiniert zu sein:

„Was eine Technik für eine Gesellschaft ist, steht nicht von vornherein und für immer fest, entsteht vielmehr aus [...] Umgangsstilen der Nutzer.“ (RAMMERT 1993, S. 161)

Diese subjektorientierte Sichtweise geht in ihrer ‚postmodernen‘ Variante soweit zu behaupten, daß einzelne Individuen oder Gruppen von Individuen über das Medium der Technik völlig neue Lebensvisionen zu entwickeln beginnen und auf diese Weise sich selbst als einzelne Menschen unabhängig von gesellschaftlichen Strukturen neu konstruieren, d.h. „eigensinnig[e]“ Lebensstile entwerfen:

„Technik ermöglicht nicht nur die rationale Verfolgung gegebener Ziele [sog. ‚Technikbilder‘] und die Fortsetzung und Modifikation bestehender kultureller Muster [...], sondern befähigt die Menschen auch, neue Ziele zu entwerfen und sogar sich selbst neu zu definieren. Als Subjekte, die in einem besonderen sozialen Zusammenhang leben und ihr Leben immer auch spontan führen, interpretieren sie Technik durchaus eigensinnig.“ (ECKERT, VOGELSANG & WETZSTEIN 1993, S. 39)

Demgegenüber wird in der vorliegenden Arbeit nicht davon ausgegangen, daß Visionen oder auch Selbstdefinitionen unabhängig von gesamtgesellschaftlichen Strukturen gedacht werden können.

Die Umgangsweisen der Nutzer mit der Technik in den Mittelpunkt der Betrachtungen zu stellen, macht sich am konsequentesten der subjektorientierte Ansatz zur Aufgabe, dessen gegenwärtige Entwicklung mit der Struktur moderner Gesellschaften in Verbindung gebracht werden kann, die den Blick auf das Individuum lenkt. Dieser aktuellste aller dargestellten Ansätze soll darum im folgenden Abschnitt etwas genauer erörtert werden.

h) Der subjektorientierte Ansatz

Der hier als ‚subjektorientiert‘ bezeichnete Ansatz behandelt vorzugsweise die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien wie z.B. den Computer und ist interdisziplinär ausgerichtet. Betrachtet wird die mikrosoziologische bzw. psychologische Ebene. Dabei ist die „Interaktivität“ der neuen Maschine Computer maßgeblich für die Einführung des Subjektbegriffes, da eine fortlaufende Konfrontation mit dem Gerät eine bloß mechanische Bedienungsweise unmöglich macht:

„Die Subjekte sind aufgefordert, ihr Denken, ihr formal-logisches Denken permanent mit der Maschine zu verschränken. Es handelt sich um einen schöpferischen Prozeß [...].“ (SCHACHTNER 1997a, S. 16f.)

In den persönlichen Umgang mit der Maschine strömen Emotionen ein, der Computer z.B. wird personifiziert. Die individuellen Umgangsweisen mit der Technik sind von Subjekt zu Subjekt unterschiedlich (ebd., S. 20):

„Subjektivität bezeichnet keinen festen Zustand, sondern ein dynamisches Verhältnis des Individuums zu sich selbst und zu der es umgebenden Sozial- und Dingwelt [...].“ (ebd. S. 21)

Sozialstrukturelle Aspekte spielen dabei praktisch keine Rolle, jedenfalls vordergründig nicht. Jedoch ist m.A. ein subjektivistischer Technikbegriff erst im Zeitalter gesellschaftlicher Individualisierung möglich. Man erkennt dies daran, daß die subjektivitätsorientierte Technikforschung das Verhältnis von menschlichem Subjekt zu technischem Objekt nicht nur analysiert, sondern sich zum Ziel gesetzt hat, dies Verhältnis zugunsten des Subjekts bewußt zu fördern. Dies komme dem technischen Fortschritt zugute, der sich „in Interaktion mit den Subjekten entwickelt“ (ebd., S. 22).

BÖHLE & SCHULZE (1997, S. 26ff.) beklagen den in modernen Gesellschaften vorherrschenden zweckrationalen Arbeitsbegriff, der nicht natürlich gegeben sei, sondern vor allen Dingen als „Leitbild“ fungiere. Die subjektiven Anteile des Arbeitenden würden zwar gesehen, aber als dysfunktional definiert. Ausgangsbasis des modernen Arbeitsbegriffes sei demnach das „gespaltene‘ Subjekt“. Aus einer empirischen Studie über die Bediener computergesteuerter Werkzeugmaschinen ist jedoch hervorgegangen, daß subjektive Elemente das Verhältnis zu technischen Artefakten ganz entscheidend mitprägen, z.B. wenn akustische Eindrücke frühzeitig vor einer Überlastung der Maschine warnen. Eine Erweiterung des gängigen Arbeitsbegriffes um eine subjektorientierte Komponente scheint BÖHLE & SCHULZE (S. 43) darum angemessen:

„Zur Bewältigung der Produktionsaufgaben ist ein subjektivierendes und gefühlsmäßiges Arbeitshandeln notwendig, wird aber bei der herkömmlichen Technik nicht angemessen berücksichtigt und eher behindert.“ (ebd.)

Das Zitat ist keine Zustandsbeschreibung, sondern ein Appell an die zukünftige Technikgestaltung. Daran wird erneut die Geschichtlichkeit bzw. die Leitbildorientierung des subjektorientierten wie überhaupt aller Technikbegriffe deutlich.

BAMMÉ (1997, S. 169ff.) versucht eine Verbindung herzustellen zwischen der individuellen Subjekthaftigkeit des einzelnen und der Integration der einzelnen Individuen in politische Prozesse. Er geht davon aus, daß die Technologie die Ökonomie als Ordnungsprinzip der modernen Gesellschaft ablöst, schon allein deshalb, weil die Menschen vor dem Hintergrund sich abzeichnender Folgewirkungen moderner Technologien für die Umwelt gezwungen seien, politisch zusammenzuarbeiten. Zu diesem Zwecke brauche der einzelne Bürger Zeit, die er dank des rationellen Einsatzes von Techniken in Arbeit und Haushalt ebenfalls der Technologie verdanke. Die Freisetzung von Zeit ermögliche ein Mehr an Subjektivität und Reflexivität, das organisatorisch abgesichert werden muß, z.B. durch Diskussionen in kleinen, unabhängigen Bürgergruppen. BAMMÉ (1997) beschreibt zwar keinen Zustand, sondern lediglich einen Anspruch; doch sein Ansatz zeigt, daß die subjektorientierte Techniksoziologie gesellschaftliche Integration auf der Basis von Subjektivität nicht für unmöglich hält. Daß eine solche Verbindung von Individuum und Gesellschaft im Falle der Internet-Kommunikation sogar schon Praxis ist, zeigen die Abschnitte B. und E. der vorliegenden Arbeit.

3. Technik im Alltag

Das Kapitel techniksoziologischer Betrachtungen abschließend, soll an dieser Stelle ein Überblick gegeben werden über Theorien, die sich mit Technikverwendung im Alltag befassen.

Diese selbständige Teildisziplin der Techniksoziologie vereint viele Elemente der genannten Ansätze in sich, zeichnet sich jedoch dadurch aus, daß vorwiegend Artefakte und Handlungssequenzen aus dem alltäglichen Bereich zum Forschungsgegenstand gemacht werden, z.B. die Waschmaschine. Das Verhältnis von individuellem Nutzer und Technik steht also wie beim subjektorientierten Ansatz im Vordergrund. Eine solche Betrachtungsweise bietet sich für den Umgang der Nutzer von Computern bzw. des Internets besonders an, da diese beiden Technologien in erheblichem Umfang den Alltag ihrer Verwender strukturieren, wie die empirischen Daten aus Abschnitt E. zeigen werden. ‚Alltag‘ im Sinne der Techniksoziologie meint den Freizeitbereich der Menschen, also den Zeitraum, in dem keine Erwerbsarbeit geleistet wird. Hausarbeit jedoch wird durchaus als Phänomen des Alltags eingestuft. Nach RAMMERT (1993, S. 182f.) beherrschen zwei Erklärungsmuster die Diskussion um das Verhältnis zwischen Technik und sozialem Wandel im Alltagsleben:

„Rationalisierung und Modernisierung heißen die Stichworte auf der einen Seite, Kultivierung und postmoderne Pluralisierung auf der anderen.“ (ebd.)

Die eine Hälfte der Vertreter der Rationalisierungsthese ginge von einer erfolgreichen Mechanisierung und damit einhergehenden Erhöhung der Freizeit im Alltag aus. Demgegenüber beklage die andere Hälfte einen Verlust individueller Gestaltungsräume aufgrund steigender technischer Standards, die die Zeitgewinne effektiven Technikeinsatzes aufzehren würden.

Auch die Anhänger der These von der ‚Postmoderne‘ spalten sich in zwei Lager. Bezugspunkte sind dabei der „Eigensinn, der sich nicht berechnen läßt“ sowie die „Vielfalt kultureller Wirklichkeiten, die sich nicht ineinander übersetzen lassen“ (ebd., S. 183). Das optimistisch gestimmte Lager betont die Angleichung von Alltagstechnik an die unterschiedlichen kulturellen Milieus. Die Kultur könne sich dank der Technik, die sie sich zum Untertan macht, weiterentwickeln. Die pessimistisch eingestellte Gruppierung mahnt demgegenüber eine gleichmachende „Kolonialisierung“ alltäglicher Lebensräume an, die kulturelle Vielfalt zerstört.

Das Phänomen der „Leitbild“-Debatte findet sich also auch hier. Polare Positionen beziehen sich auf identische gesellschaftliche Werte; in diesem Fall auf Rationalisierung (Rationalisierungsthese) bzw. gesellschaftlichen Pluralismus (These der ‚Postmoderne‘). Die These von der ‚Postmoderne‘ ist dabei die geschichtlich jüngere und geht tendenziell stärker davon aus, daß die Strukturen des Alltags die Technikverwendung bestimmen und nicht umgekehrt. Die Geschichtlichkeit des Technikbegriffes, seine Abhängigkeit von der ihm zugrundeliegenden Konzeption von Gesellschaft tritt abermals offen zutage.¹⁴ Anders als in den übrigen Teildisziplinen der Techniksoziologie betont gerade die alltagsorientierte Forschung die An- und Zueignung von Technik durch die Individuen, die im Alltag direkt mit der Technik konfrontiert werden.

¹⁴ Auch der im Rahmen der vorliegenden Arbeit verwendete Technikbegriff ist nicht frei von dieser Geschichtlichkeit.

Die Aneignung erfolgt dabei wie in allen anderen beschriebenen techniksoziologischen Konzepten auch nicht unabhängig von gesamtgesellschaftlichen Werten, sondern auf der Basis von „*kulturellen Modelle[n]*“, z.B. des „*American Way of Life*“ im Nachkriegsdeutschland der fünfziger und sechziger Jahre (ebd., S. 189).

Wie stark kulturelle Orientierungsvorgaben die Aneignung einer Technik beeinflussen können, zeigt die Einführung neuer Haushaltsgeräte wie z.B. der Waschmaschine, des Kühlschranks etc. Sie führten gerade in Deutschland für Frauen nicht zur Freisetzung von Zeit und Mitteln, sondern zu einer Erhöhung der Ansprüche an die „Verschönerung des Heims“ und an bestehende Sauberkeitsnormen (ebd., S. 190/191). Die Frau konnte die Möglichkeiten zur Selbstbestimmung vor dem Hintergrund eines festgefügtten Rollensystems nicht nutzen. Höchst bedeutsam für die Etablierung vieler technisierter Artefakte und Symbolwelten im Alltag der Menschen war das Modell der Individualisierung:

„Erst dieser Wertewandel vom Gemeinwohl zur privaten Wohlfahrt schuf den kulturellen Hintergrund für die Ausbreitung eines neuen Typs von Technik, welcher die individuelle Freiheit steigern sollte [...]“ (ebd.)

Bestimmte Techniken können nur dann in den Alltag Eingang finden, wenn dieser die entsprechenden sozialstrukturellen Voraussetzungen dafür bietet. Sich mit einem Automobil vom Wohnort selbstbestimmt und willkürlich fortzubewegen, setzt das Bedürfnis voraus, für sich zu sein; ‚objektive‘ Zeitgewinne stellen sich nur vermeintlich ein: Die erhöhte (Auto)Mobilität evoziert den Anspruch, weitere Anfahrtswege zum Arbeitsplatz oder zum Einkaufen in Kauf nehmen zu müssen, der Internet-Zugang fordert die Berücksichtigung möglichst vieler, möglichst schwierig zu recherchierender Online-Publikationen in wissenschaftlichen Arbeiten.

Das kulturelle Modell des „*konsumeristischen Paradigmas*“, das die Abkehr von der Güter-Versorgung der Menschen durch eine gemeinschaftliche, ländlich-lokale Produktionsweise hin zur marktwirtschaftlichen Individualversorgung durch Industriegüter bezeichnet, macht das Bedürfnis nach privat zu verwendenden Technologien überhaupt erst denkbar (vgl. RAMMERT 1993, S. 205).

RAMMERT (ebd., S. 197ff.) untersucht die Auswirkungen von „Kommunikationskulturen“ auf die Einführung des Telefons in unterschiedlichen Ländern (vgl. Abschnitt A.I.2.c)[cc]). Erst das Aufweichen von „Standesschranken“ und „Förmlichkeit“ führten im Rahmen einer zunehmenden Individualisierung in unterschiedlichem Ausmaß dazu, „neue private Kommunikationsbedürfnisse“ durch die verstärkte Einführung der Telefontechnologie zu befriedigen. Gesamtgesellschaftliche Strukturen haben also in diesem Fall erheblichen Anteil an der „*Kultivierung einer Technik*“ gehabt, der jedoch die „*Vergesellschaftung einer Technik*“, d.h. die öffentliche Vermittlung von privaten und staatlichen Interessen, vorausgehen muß (ebd. S. 247).

Dabei durchlief das Telefon seinerzeit in einem längeren Zeitraum die Entwicklungsstufen, für deren Bewältigung das Internet wesentlich weniger Zeit benötigte: vom „Transportkonzept“ über das „Radiokonzept“ zum „Verständigungskonzept“.

Informationen wurden zunächst lediglich von einer Zentralstelle zu wenigen Empfängern befehlsartig weitergeleitet („Transportkonzept“). Computernetzwerke erlaubten in Analogie zunächst die Steuerung einzelner Computer von einem Zentralrechner aus.

Ein nächster Schritt war die einem Massenpublikum eröffnete Möglichkeit des selbstbestimmten Abrufens von Informationen („Radiokonzept“). Im Internet war es analog dazu schon bald möglich, zu jeder Zeit von jedem Rechner aus Informationen von anderen Rechnern abrufen zu können. Eine soziale Kommunikation wäre spätestens zu diesem Zeitpunkt technisch schon möglich gewesen, erfolgte aber mit der Entwicklung von ‚Chat‘-Systemen und anderen virtuellen Umgebungen verzögert. Die Entsprechung zu einem derartigen interaktionistischen Gebrauch liegt auf Seiten des Telefons im „Verständigungskonzept“, d.h. der dialogischen, sozialen Kommunikation.

Dies „Verständigungskonzept“ wird auch in Bezug auf das Internet immer mehr „technische Praxis“, die den kulturell definierten Umgang mit einer Technik bezeichnet und abhängig ist von „nationalen Stile[n]“ und „gruppenspezifischen Haltungen“. So dauerte es in Großbritannien besonders lange, bis sich die Telefontechnologie dort gegenüber einem förmlichen Kommunikationsmodell durchsetzen konnte:

„Die intime Stimme eines Fremden am Ohr mußte von einem klassenbewußten Engländer als geschmacklos und der anonyme Einbruch in die Privatsphäre als dreistes Überspringen der Standesgrenzen empfunden worden sein. Wurde aus Geschäfts- oder Prestigegründen doch ein Telefonapparat in der Wohnung installiert, dann hielt man sich [...] durch das Hauspersonal das Telefon [...] vom Leibe.“ (ebd., S. 260)

Es wird deutlich, daß auch die Perspektive, Technikverwendung im Alltag zu beobachten, die soziale Konstruktion technischer Artefakte nicht unbetrachtet läßt:

„Zur Debatte steht nicht ein *sachliches Artefakt*, sondern der *sozial definierte Umgang* mit ihm [...].“ (ebd., S. 264)

Öffentliche Technikdebatten stellen dabei das Ringen um solche Definitionen dar. Es fällt auf, daß der Technikbegriff nicht nur geschichtlich, sondern auch abhängig von der Untersuchungsebene ist. Betrachtet man die Individualebene, konzentriert sich die Forschungsabsicht zwangsläufig auf die individuellen, d.h. nicht gruppenspezifischen, nicht unmittelbar durch Akteure beeinflussten Aneignungsweisen von Technik, die schließlich als gesamtgesellschaftlich vermittelt dargestellt werden, soll der Erklärungsansatz seinen soziologischen Charakter behalten.

M.a.W.: Die handlungstheoretische „Subjekt- und Teilnehmerperspektive“ (FLICK 1996, S. 46), die die Techniksoziologie des Alltags einnimmt, ist eine theoretische Konstruktion, die um die Betrachtung der Konstrukte von Individuen nicht herumkommt, weil sie den Einfluß von Großgruppen oder sozialen Akteuren per definitionem nicht vorsieht und nur im nachhinein als relevant konzeptioniert.

FLICK (ebd., S. 49) sieht die techniksoziologische Alltagsforschung insgesamt in einem „theoretischen Bermuda-Dreieck zwischen Rationalisierung und Kulturalisierung“.

D.h., es kann nicht entschieden werden, ob die Technik den Alltag rationalisiert oder der Alltag die Technik kulturalisiert (vgl. auch HENNEN 1992, S. 4). Im Rahmen dieser Arbeit soll für das Internet keine entsprechende Antwort gefunden, sondern selektiv der Versuch unternommen werden, die Entstehung kultureller Aneignungsweisen von Technik theoretisch zu erklären, empirisch zu beschreiben und mögliche Rückwirkungen auf gesellschaftliche Strukturen zu erörtern. Dabei soll der sozialkonstruktivistische mit dem akteurtheoretischen Ansatz verbunden werden, um empirische Handlungsinstanzen benennen zu können.

II. Der Computer als Gegenstand der Techniksoziologie

Die Computertechnologie ist zur gesellschaftlichen Tiefenstruktur geworden. Viele computergesteuerte Geräte sickern unbemerkt in den Haushalt ein, nicht nur der PC. Auch eine Internet-Anbindung wird dem Nutzer durch einen Personal Computer vermittelt, oft den eigenen. Insofern hat eine techniksoziologische Betrachtung des Internets an einer Soziologie des Computers anzusetzen, was sich angesichts der momentanen Literaturlage zur Soziologie des Internets zusätzlich empfiehlt.

1. Zur sozialen Konstruktion des Computers

Nach BÖHM et al. (1991, S. 14) wird der Computer kulturell definiert, er ist Symbol, „Ausweis für anderes“ (ebd., S. 17; vgl. auch JOERGES 1989, S. 61). Allein schon der Kauf eines PC wird angesichts der sich ständig weiterentwickelnden Technologie zum „Rekordstreben“, die Maschine selbst zum Instrument „sozialer Distinktion“ (JOERGES 1990, S. 43). Der Kauf eines Computers ist also nicht Privatsache, sondern ist immer auch eine Befolgung gesellschaftlicher Normvorgaben und Ausdruck der soziokulturellen Identität seiner Besitzer (vgl. ebd.). In der individualisierten Gesellschaft hat der Computer orientierende Funktion (BÖHM et al. 1991, S. 26), indem er die „Teilhabe an kulturellen Leitbildern“ und „Modernisierungsparadigmen“ ermöglicht (ebd., S. 22; insbesondere BÖHM & WEHNER 1990, S. 116), in diesem Fall am ‚Leitbild Informationsgesellschaft‘ (vgl. BÖHM et al. 1991, S. 39ff. und Abschnitt A.III.1.e[aa]):

„Wir haben [...] erwähnt, daß normative Modernisierungskonzepte wie die ‚Informationsgesellschaft‘ als vereinfachende Selbstbeschreibung der Gesellschaft die semantische Unterfütterung anvisierter Technologiepfade darstellen. Als solche verweisen sie auf die unlösbare Verschränkung des technischen Wandels mit kulturpolitischer Legitimation durch visionäre und konsensstiftende Technikbilder.“ (BÖHM et al. 1991, S. 23)

Insbesondere die Industrie schürt hier den Mythos „Computeranalphabet“ und definiert die Nichtbefassung mit dem Computer als ‚Risiko‘ im Hinblick auf die berufliche Zukunft ‚in Zeiten gesellschaftlichen Wandels‘ (vgl. BÖHM et al. 1991, S. 59; vgl. auch RAMMERT 1990a, S. 23). RAMMERT & WEHNER (1990, S. 230) gehen soweit zu behaupten:

„Die Computerwelt erscheint so gesehen als kapitalistisches Projekt gesellschaftlicher Rationalisierung [...]“ (ebd.)

‚Computern‘ erscheint als „kulturelles Kapital“. Dadurch entsteht „Stigmatisierungsdruck“ (BÖHM et al. 1991, S. 60) bzw. „Anpassungsdruck“ (ebd., S. 187), der auf die ‚Verweigerer‘ ausgeübt wird (vgl. Abschnitt B.II.5).

Es entstehen, um an dieser Stelle vorzugreifen und einen neuen Begriff des Verfassers der vorliegenden Untersuchung einzuführen, ‚informationstechnologische Normen‘, die, wenn sie befolgt werden, Anerkennung in einer Gesellschaft verheißen, deren grundlegendstes Strukturmerkmal die Individualisierung ist (siehe Abschnitt A.III.1.e]aa]).

Die Norm, an der fortschreitenden Computerisierung moderner Gesellschaften zu partizipieren, wird auch vom subjektorientierten Ansatz techniksoziologischer Forschung aufgegriffen. Mit Bezug auf ein Forschungsprojekt, das die Einführung des Computers in die öffentliche Verwaltung begleitet hat, heißt es:

„Scham vor Kollegen und Kolleginnen aus der ‚freien Wirtschaft‘, die man kaum in der PC-losen Amtsstube zu empfangen wagt, weicht der Hoffnung, nun endlich mithalten zu können und nicht länger wegen altmodischen Arbeitsweisen belächelt zu werden.“ (SCHERER 1997, S. 53)

SCHERER (1997, S. 54ff.) beschreibt die Anpassung an den Zwang zur Informatisierung durch Computer psychoanalytisch als Prozeß der „psychische[n] Umarbeitung“. Mitarbeiter, die gezwungen sind, sich mit dem neuen Arbeitsgerät Computer auseinanderzusetzen, reden sich ein, dies auch zu wollen, um die Situation erträglich zu halten. Dabei ist die psychoanalytische Sichtweise nicht losgelöst von der gesellschaftlichen Struktur:

„Nicht nur die Veränderungen am Arbeitsplatz, auch die gesellschaftliche Bedeutung des Computers, die unter anderem darin besteht, daß er überall zu finden ist und man sich wie ein menschliches Auslaufmodell fühlt, wenn man keine Ahnung von der neuen Technik hat, trägt zur Motivationsaneignung bei.“ (ebd., S. 59f.)

Der Computer wird zum Symbol für gesellschaftliche Problemlagen, z.B. das Problem der Modernisierung, und soziale Konfliktlagen im Betrieb (vgl. FLICK 1996, S. 61f.). Als „evokatorisches Objekt“ (TURKLE 1986) provoziert er Assoziationen, die u.a. die gesellschaftliche Stellung des einzelnen reflektieren. Die Angst vor dem ‚Systemabsturz‘ des Computers wird zur Metapher für die Angst vor dem gesellschaftlichen Abgrund, z.B. der Arbeitslosigkeit und damit auch der Isolation (vgl. SCHERER 1997, S. 59).

BÖHM et al. (1991, S. 29ff.) verfolgen in der Frage, wer „Stigmatisierungsdruck“ erzeugt, den Akteursansatz (vgl. Abschnitt A.I.2.c]cc]). Unter „Akteuren“ werden zumeist größere soziale Einheiten verstanden, die die Macht zur Definition von Technik besitzen, z.B. Computerhersteller.

„Akteure“ können aber auch Akteure des Alltags sein, wie z.B. verschiedene Anwenderverbände (BÖHM et al. 1991, S. 23). Deren normative Strukturen hängen allerdings von den Sinnstrukturen ab, die die gesellschaftlich bedeutsamen Akteure aus Wirtschaft, Politik und Kultur an sie herantragen:

„Selbstverständlich gehen wir davon aus, daß diese Alltagsräume auch von außen vorstrukturiert werden, durch die technischen, ökonomischen und symbolischen Angebote, die von verschiedenen kollektiven Akteuren gemacht werden.“ (ebd.)

Dem „Stigmatisierungsdruck“ übergeordnet ist ein gewisser Zwang zur Informatisierung, d.h. zur Ausnutzung vorhandener Computerressourcen und damit zur Erhöhung des Informationsaufkommens, ohne die Sinnhaftigkeit zu erhöhen (vgl. zu dieser ‚informationstechnologischen Norm‘ Abschnitt A.III.1.e]aa]). TIETEL (1997, S. 94f.) beschreibt die Abkehr von der eigentlichen Kommunikationsabsicht, die die Einführung des Computers in eine öffentliche Verwaltung erzeugen kann, wenn bei der Gestaltung von Amtsschreiben versucht wird, die technischen Möglichkeiten des Computers auszureizen:

„Der Computer ermöglicht auch die Distanzierung vom Inhalt von Verwaltungsakten, indem er tendenziell statt der Arbeitsaufgabe sich selbst, das Arbeits-Mittel, als neue Herausforderung in die Mitte der Arbeit schiebt.“ (ebd.)

Schnell werden die neuen Möglichkeiten, die der Computer bietet, in Anforderungen umgewandelt, so daß eine reale Effizienzsteigerung oftmals in Frage steht (vgl. ebd., S. 99ff.).

III. Gesamtgesellschaftliche Bedeutungsvorräte der sozialkonstruktivistischen Techniksoziologie

Wie die Ausführungen zur soziologischen Theorie der Technik gezeigt haben, existiert kein Konzept, das nicht zumindest ansatzweise die Rückbindung an gesamtgesellschaftliche Werte enthält. Dies gilt um so mehr für den sozialkonstruktivistischen Ansatz, und zwar teilweise sogar für seine neurobiologisch fundierte Variante. Doch welches sind die Werte, die unsere gegenwärtige Gesellschaft dominieren? Die Abschnitte A.III.1.a] bis A.III.1.e] machen es sich zur Aufgabe, übergreifende, gesellschaftliche Superstrukturen zu identifizieren, an denen sich nicht nur die Konstruktionen von Weltbildern, sondern auch solche der Technikverwendung und der Bedeutung von Technik orientieren.

1. Einzelne Konzeptionen moderner Gesellschaften im Vergleich

Um übergreifende gesellschaftliche Wertstrukturen herauszukristallisieren, sollen fünf der bekanntesten soziologischen Konzeptionen von Gesellschaft miteinander verglichen werden.

BELLs (1985) „nachindustrielle Gesellschaft“, erschienen 1973, markiert den Anfangspunkt einer Betrachtung von Gesellschaft, die die ausgedehnte Auflösung tradierter Arbeitsformen und die damit einhergehende Freisetzung der Individuen wenige Jahrzehnte nach dem Zweiten Weltkrieg in den Mittelpunkt ihres Erkenntnisinteresses stellt. BELL (ebd.) erscheinen solche Prozesse der Individualisierung noch überwiegend fremd und dysfunktional. Er erwähnt sie nur vereinzelt, weil sie sich erst vereinzelt ereignen.

BECKs (1986) „Risikogesellschaft“, erschienen 1986, stellt das Phänomen der Individualisierung als dominierende gesellschaftliche Struktur dar, die jedoch mit „Risiken“ verbunden ist. Neue Formen der Integration sieht BECK (ebd.) erst im Entstehen begriffen.

In SCHULZEs (1995) „Erlebnisgesellschaft“, erschienen 1992, sind die Individuen von nahezu jeglicher Last existentieller Bedrohung befreit. Daß jeder nach der eigenen Glückseligkeit strebt, darin sind sich alle einig. Die an Interessen orientierte „Szene“ wird zum Prototyp der Sozialstruktur des letzten Drittels unseres Jahrhunderts.

BECK (1986) und SCHULZE (1995) beziehen sich bei ihren Analysen vorwiegend auf die bundesdeutsche Gesellschaft, wohingegen GROSS (1994) in seiner „Multioptionsgesellschaft“ (erschieden 1994) seinen Begriff des radikalen, alle individuell erdenklichen Optionen verwirklichenwollenden Subjekts als internationales Phänomen auffaßt.

Sichtbar wird die Entwicklung zu einer zunehmenden Individualisierung seit Mitte bzw. Ende der sechziger Jahre. Diesen gesellschaftlichen ‚Trend‘ greift das Konzept der ‚Informationsgesellschaft‘ auf, verknüpft ihn jedoch einseitig mit den Hoffnungen auf die gestalterische Kraft der technischen Artefakte neuer Informations- und Kommunikationstechnologien. Sich im Rahmen bisheriger sozialwissenschaftlicher Erkenntnisse bewegend, ist dies Konzept mehr als alle anderen bisher bloßes Konstrukt.

a) Die nachindustrielle Gesellschaft

BELL (1985, S. 374) bekennt sich ganz bewußt zur Konstrukthaftigkeit seines Gesellschaftsentwurfes einer „nachindustriellen Gesellschaft“, der als „Idealtypus“ Veränderungen der „Axialprinzipien“ moderner Gesellschaften zu beschreiben versucht. „Axialprinzipien“ sind gesellschaftliche Strukturelemente, die entscheidende Bedeutung für den gesamtstrukturellen Aufbau einer Gesellschaft besitzen. Es sind Einzeldimensionen, die einen Vergleich unterschiedlicher Gesellschaften gestatten, im Falle „nachindustrieller Gesellschaften“ die „Verlagerung von der Güterproduktion auf Dienstleistungen“, die „zentrale Stellung der neuen, wissenschaftlich fundierten Industrien“ sowie die „Entstehung neuer technischer Eliten und eines neuen Schichtungsprinzips“ (ebd.).

Hinsichtlich dieser Einzeldimensionen ließen sich zum Erscheinungszeitpunkt des Buches (1973) nur die USA eindeutig als „nachindustriell“ bezeichnen, wobei sich auch die sozialistischen Gesellschaften dem Trend nach in diese Richtung entwickelten.

Die „nachindustrielle Gesellschaft“ bezeichnet also keine konkrete Gesellschaft, sondern stellt ein analytisches Konzept dar, das sich auf die Untersuchung der „Sozialstruktur“ einer Gesellschaft beschränkt, die BELL (ebd., S. 29f.) von der herrschenden „Kultur“ unterscheidet.

Obwohl er sein Konzept nicht zuletzt als Vorhersage angelegt hat und von konkreten Gesellschaften zu abstrahieren sucht, bezieht er sich doch implizit auf empirische gesellschaftliche Phänomene, ohne diese explizit zu nennen. Diese Phänomene stammen vorwiegend aus dem Bereich der Veränderung kultureller Wertvorstellungen, die sich sozialstrukturellen Entwicklungen entgegenstimmten:

„Meiner Meinung nach [...] kommt hier [...] ein Aspekt ins Spiel, eine ‚Kulturkrise‘, die sich allein aus der Tatsache ergibt, daß durch die axialen Prinzipien der Wirtschaft Effizienz und funktionale Rationalität betont und die Menschen auf Rollen und ihre Eignung dafür festgenagelt werden sollen, während die Kultur Selbstverwirklichung und Selbstgenuß fordert und sich dadurch in direkten Widerspruch zur techno-ökonomischen Ordnung begibt.“ (ebd., S. 16)

BELL (vgl. ebd., z.B. S. 369) denkt anscheinend an die Hippie-Kultur der späten sechziger und frühen siebziger Jahre, da er von dem Wusch nach Rauschzuständen, Extasen im allgemeinen und der ‚sexuellen Revolution‘ spricht. Er erwähnt die Studentenproteste der späten sechziger Jahre sowie zwei Schlagwörter seiner Zeit, die „Notwendigkeit des Engagements“ und „nachbürgerliche Werte“ (ebd., S. 17).

Die „Kulturkrise“ besteht ihm zufolge (ebd., S. 30) darin, daß in „nachindustriellen Gesellschaften“ soziale Struktur, politische Ordnung und kultureller Sektor nicht mehr durch gemeinsame Werte verbunden sind. Dabei scheint er die soziale Struktur zumindest der modernen Gesellschaften mit ihren Wirtschaftsordnungen gleichzusetzen, den „der oberste Gesichtspunkt der Sozialstruktur der heutigen westlichen Gesellschaft“ heißt „Wirtschaftlichkeit“ (ebd.). In der Politik lautet das dominierende Prinzip „Partizipation und Mitbestimmung“, in der Kultur „Selbstverwirklichung und Entfaltung der eigenen Person“ bzw. besteht aus „Tendenzen [...], die, da sie auf eine Steigerung des Selbst zielen, einen zunehmend antinomischen und anti-institutionellen Trend aufweisen“ (ebd. S. 30f.). Es fällt auf, daß zwei dieser drei gesellschaftlichen Dimensionen, nämlich Politik und Kultur, die Stärkung des Individuums gegenüber wirtschaftlichen Strukturen, also durchaus gemeinsame Werte betonen.

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit werden, anders als bei BELL (1985), gerade die kulturellen Werte als ‚gesamtgesellschaftliche Strukturen‘ angesprochen, die Politik und Wirtschaft beeinflussen, wenn auch nicht determinieren. Nach einem ähnlichen Schema hat ja WEBER (1993) in seiner ‚Protestantischen Ethik‘ die Zusammenhänge zwischen kulturellen Mustern in Gestalt religiöser Orientierungen und der Entstehung der Wirtschaftsordnung ‚Kapitalismus‘ untersucht (vgl. Abschnitt A.I.2.c]bb)).

Die Frage, ob die Gesellschaftsstruktur die Kultur oder die Kultur die Gesellschaftsstruktur determiniert, möchte BELL (1985, S. 361) bewußt vermeiden, weil die Einheit zwischen Gesellschaftsstruktur und Kultur in dem Moment erloschen sei, als ‚der Kapitalismus‘ „durch Massenproduktion und Massenkonsum die protestantische Ethik zerstörte und an ihrer Stelle eifrig eine hedonistische Lebensweise förderte“ (ebd., S. 363). M.a.W.: Entgegen seiner Absicht bezieht BELL (ebd.) dennoch Stellung. Die Wirtschaftsstruktur hat kulturelle Werte determiniert. Und ‚den Kapitalismus‘, mithin die Wirtschaftsstruktur selbst, führt auch BELL (ebd.) implizit auf Max Webers Prinzip der Rationalisierung zurück, also auf eine kulturelle Struktur.

Obwohl BELL (1985) zunehmendes individualistisches Verhalten innerhalb der Gesellschaft feststellt, das er sogar auf sozialstrukturellen Einfluß („den Kapitalismus“) zurückführt, bezeichnet er solche Verhaltensformen einerseits als „radikal“ und andererseits als „Ausbreitung einer neuen Klasse von Intellektuellen“ (ebd., S. 364). Sie

„[...] ist ihrer Selbsteinschätzung nach zwar weniger radikal als ‚liberal‘, verfißt aber nichtsdestoweniger auf ‚persönliche Freiheit‘ beruhende, zutiefst antibürgerliche Werte“ (ebd., S. 366).

Auf der einen Seite erklärt BELL (ebd., S. 364) das Phänomen, das wir heute als ‚Individualisierung‘ bezeichnen, psychologisch als „Solipsismus“¹⁵ oder als Streben des Ich nach Göttlichkeit. Auf der anderen Seite ist es für ihn aber „Ideologie“, „der als kulturell schick geltende ‚Modernismus‘“ oder „Gegenkultur“, also durchaus ein Ereignis sozialer Natur, das sogar sozialen Wandel bewirken kann:

„Aber sie [„kulturelle Ideen und Stilrichtungen“, Anm. d. Verf.] bilden doch das notwendige Vorspiel für einen Wandel, da ein Wandel im Bewußtsein – in den Werten und den moralischen Betrachtungsweisen –, die Menschen über kurz oder lang veranlaßt, auch ihre sozialen Gruppierungen und Institutionen zu ändern.“ (ebd., S. 365)

Insgesamt scheint es so, als ob BELL (1985) die sich abzeichnenden Formen pluralistischer Lebensstile nicht einordnen kann, weswegen er den Faktor ‚Kultur‘ in seiner Analyse der „nachindustriellen Gesellschaft“ nur sekundär behandelt. Dennoch zeichnet sich bei ihm schon im Jahre 1973 die individualisierte Gesellschaft ab, wie sie heute von so vielen Soziologen konstatiert wird, ja BELL (ebd., S. 367) selbst geht an einer Stelle sogar soweit, die Formen sich lösender traditionaler Bindungen zum charakteristischen Strukturmerkmal „nachindustrieller Gesellschaften“ zu machen, ein Phänomen, das er aufgrund der mangelnden Fähigkeit, es richtig einzuschätzen, als bedrohlich empfindet:

„Die nachindustrielle Gesellschaft indessen kann (von den wenigen, die sich dem Tempel der Wissenschaft weihen, abgesehen) keine transzendente Ethik anbieten, sondern gerät durch ihre antinomische Haltung in einen immer radikaleren Autismus, der letztlich die Gemeinschaft mit ihren Möglichkeiten der Partizipation zerstört. Diese Gesellschaft verfügt über kein tragfähiges Glaubenssystem – der eigentliche Grund für ihre Widersprüchlichkeit und die schwerste Bedrohung für ihren Fortbestand.“ (ebd.)

¹⁵ Philosophische Lehre, nach der die Welt für den Menschen nur aus seinen Imaginationen zusammengesetzt ist

Diese Individualisierung hat sich m.A. zwar nicht erst nach dem Zweiten Weltkrieg herausgebildet, hat jedoch in diesem Zeitraum einen so hohen Stellenwert errungen, daß die Nachkriegszeit und besonders die Jahre nach dem (wirtschaftlichen) Wiederaufbau als entscheidender Entwicklungszeitraum angesehen werden können, auch in den Vereinigten Staaten. Die momentan zu beobachtende enorme kulturelle Differenzierung wäre in der ersten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts sicher noch nicht möglich gewesen. Waren Hippies oder langhaarige Studenten in den sechziger Jahren noch gesellschaftliche Angstfaktoren, so gibt es in den neunziger Jahren kaum noch einen Lebensstil, der derart verwirren könnte.

BELL (ebd., S. 369) erkennt zwar sowohl die Anfänge der Individualisierung als auch deren steigende Bedeutung im zwanzigsten Jahrhundert, benennt sie sogar („Individualismus“), unterschätzt aber ihre Bedeutung als dominierende Strukturprinzipien moderner Gesellschaften und kann ihre Extremformen (Hippies, Drogenexzesse etc.) darum nur als dysfunktional einstufen.

Strukturierendes Grundmerkmal aller modernen Gesellschaften ist für BELL die Errichtung einer Wissensordnung, einer „Meritokratie“, die er für die USA anhand einer steigenden Zahl qualifizierter Schulabschlüsse nachweist (ebd., S. 140). Entscheidungen, zumal politischer Natur, müßten sich über die Anbindung an wissenschaftliches Wissen legitimieren. Selbst in sozialistischen Gesellschaften entstünde einer Art Klasse der Wissenden. Wissen wird zur Grundlage sozialer Schichtung und damit zur sozialen Norm:

„Zunächst ging es in erster Linie um Chancengleichheit, weckt doch die nachindustrielle Gesellschaft im Menschen die Angst, den Bildungslift zu verpassen und damit von den sozial privilegierten Plätzen ausgeschlossen zu bleiben.“ (BELL 1985, S. 303)

Dem individualistischen Prinzip der ‚Chancengleichheit‘ steht jedoch das kollektivistische Prinzip der *„Gleichheit der Ergebnisse“* (ebd., S. 303) gegenüber, das nicht nur gleiche Startchancen, sondern überdies auch das garantierte Recht auf Wissensgüter wie z.B. Studienplätze proklamiert. Für BELL (1985) ist dies eine Form von Kollektivismus, von ‚Gleichmacherei‘, die er kritisiert. Denkt man jedoch an die faktische gesellschaftliche Situation von Minderheiten in den USA während der Jahre vor 1973, dann erscheint die Forderung nach mehr politischer Mitbestimmung m.A. nicht im Lichte einer Schwächung, sondern im Gegenteil als eine Forderung nach Stärkung des Individuums, dessen ethnische Herkunft bei der Besetzung beruflicher Positionen keine Rolle mehr spielen sollte. Nichtsdestoweniger verursacht politische Mitbestimmung genauso wie einige andere Strukturmerkmale moderner Gesellschaften auch Kosten.

Waren in den ‚vorindustriellen‘ und ‚industriellen‘ Gesellschaften materielle Güter ‚knapp‘, so bringt die „nachindustrielle Gesellschaft“ neue Formen der Knappheit hervor, die sich auch als Kostenprobleme fassen lassen: „Informations-, Koordinations- und Zeitkosten“ (ebd., S. 353ff.). „Informationskosten“ entstehen, weil bei einer steigenden Menge an Information sinnvolle von sinnlosen Informationen geschieden, intellektuell verstanden, übermittelt und kognitiv verarbeitet werden müssen.

„Koordinationskosten“ umfassen Kosten der „Partizipation“ sowie solche der „Interaktion“. Erstere ergeben sich angesichts des steigenden politischen Mitbestimmungsrechtes von Bürgern, das sich m.A. auf steigende Individualisierung zurückführen läßt. „Interaktionskosten“ entstehen, weil die Zahl an Kommunikationen mit anderen Mitmenschen wächst. Die Bewältigung der materiellen Umwelt hat zugunsten des „Spiel[s] zwischen Personen“ an Bedeutung verloren, und Kommunikationstechnologien sorgen dafür, daß die Menschen mehr, aber dafür lose Bekanntschaften hegen. BELL (1985) problematisiert den Begriff des „Freundeskreis[es]“, der genau diese Form der Sozialbeziehung ausdrückt und angesichts der Notwendigkeit des Arbeitsplatzwechsels oder anderer Formen der Mobilität immer bedeutsamer erscheint.

„Planung“ und „Regulierung“ sind zwei weitere Formen neu entstandener „Koordinationskosten“, die sich m.A. ebenfalls im Zuge fortschreitender Individualisierung ergeben haben. In Zeiten, in denen das Individuum über seine Aktivitäten frei verfügen kann, d.h. z.B. Ausflüge in Naturschutzgebiete unternimmt, unbeschränkt automobil ist etc., werden politische Begrenzungsverfahren paradoxerweise wieder wichtiger.

Am bedeutsamsten sind die in die Höhe schießenden „Zeitkosten“, weil sich die übrigen Kostenformen, die genannt worden sind, auf sie zurückführen lassen. Das Übermaß an Wahl- und Freizeitmöglichkeiten in „nachindustriellen Gesellschaften“ erzeugt eine neue Form des Zeitdrucks, die nicht mehr mit der Erhaltung des täglichen Lebens, sondern mit der Pflege erworbener Konsumgüter und freiwilliger Selbstverpflichtung in Freizeitvereinen etc. zu tun hat. Es entsteht eine allgemeine Bevorzugung von zeitsparenden Handlungsoptionen:

„Das aber bedeutet, daß sich in der Überflußgesellschaft das Kriterium des Nutzens durch die Hintertür der Zeit wieder einschleicht, daß der Mensch in seiner Freizeit zum homo oeconomicus wird.“ (BELL 1985, S. 360)

Die Selbstreflexivität des Menschen nimmt also aufgrund vermehrter Wahlmöglichkeiten an Bedeutung zu und steigert seine Individualität. Vorgegebene Handlungsmuster spielen immer weniger eine Rolle. Dies Charakteristikum moderner Gesellschaften hat GROSS (1994) zum Gegenstand seiner „Multioptionsgesellschaft“ gemacht, deren Triebfeder u.a. die Zeitknappheit ist (GROSS 1994, S. 154). Wobei man nur deshalb Zeit spart, um mehr Handlungsoptionen zu besitzen und mehr Zeit ‚verschwenden‘ zu können (ebd., S. 155). Die „Multioptionsgesellschaft“ ist genau wie BELLs (1985) „nachindustrielle Gesellschaft“ eine Knappheitsgesellschaft, weil das Gefühl, nicht genug zu haben, von der Teilhabe an bestimmten gesellschaftlichen Optionen ausgeschlossen zu sein, das permanente Gefühl der Unterversorgung mit Optionen hervorruft. Aus dieser permanenten Knappheitssituation erklärt GROSS (1994, S. 276) das Entstehen virtueller Simulationswelten, wozu ja heute auch die Dienste des Internets gehören; in ihnen sind die Möglichkeiten natürlich unbegrenzt:

„Mehr Wissen, mehr Innovationen, mehr Gerechtigkeit, mehr Bildung, alles muß schneller, wenn möglich gleichzeitig passieren.“ (ebd., S. 372)

– Das klingt nach einer exakten Beschreibung der Hoffnungen, die derzeit mit dem Internet verbunden werden! Zusammenfassend bleibt festzuhalten, daß sich ein Wandel hin zu gesellschaftlicher Individualisierung *als dominierendem Strukturprinzip* in den Jahren nach dem zweiten Weltkrieg vollzogen und gegen Ende der sechziger Jahre einen vorläufigen Höhepunkt erreicht hat, insbesondere in den USA. BELL (1985) hat diese Entwicklung erkannt, ihr jedoch dysfunktionalen Charakter zugeschrieben. Die in den Abschnitten A.III.b] bis A.III.e] geschilderten Gesellschaftsentwürfe hingegen sehen in der Individualisierung das entscheidende Ordnungsprinzip moderner bzw. ‚postmoderner‘ Gesellschaften.

b) Die Risikogesellschaft

Für BECK (1986, S. 205) ist die „Individualisierung“, wie sie sich in den vergangenen zwei Jahrzehnten vor Erscheinen seines Buches in der BRD entwickelt habe, der „Anfang eines neuen Modus der Vergesellschaftung“ und damit zentrale Struktur zeitgenössischer Gesellschaft. Individualistische Verhaltensformen werden, anders als bei BELL (1985), nicht mehr als dysfunktional, aber immerhin noch als „Risiko“ aufgefaßt. So bedrohen gesellschaftliche Mobilitätsanforderungen an Mann und Frau die integrative Funktion der Familie:

„Genau hieran wird deutlich, wie die konsequente Durchsetzung der Industriegesellschaft deren eigene Lebensgrundlagen – hier die ‚eheständische‘ Ungleichheit der Geschlechter in der Kleinfamilie – gefährdet bzw. aufhebt.“ (ebd., 127)

Die Aufhebung, bzw. Überwindung der ‚Industriegesellschaft‘ ist für BECK (ebd., u.a. S. 250ff.) allerdings keine Gefahr, solange sie sich im Prozeß „reflexiver Modernisierung“ vollzieht, d.h. Institutionen geschaffen werden, in denen Menschen über die Gefahren der Industriegesellschaft nachdenken, sie in Chancen verwandeln können, z.B. Bürgergruppen oder andere politische Organe, die vor Einführung von neuen Technologien über mögliche Risiken beraten.

„Individualisierung“ ist kein neues Phänomen, sondern läßt sich schon in der Renaissance ausmachen. Darum geht BECK (ebd., S. 206f.) von einem „ahistorischen“ Individualisierungsmodell aus und unterscheidet darin drei grundlegende Dimensionen, nämlich „Freisetzungsdimension“, „Entzauberungsdimension“ sowie „Kontroll-“ bzw. „-Reintegrationsdimension“. Zwei davon sind hier von Interesse.

Die „Freisetzungsdimension“ bezeichnet die Herauslösung der Menschen aus sozialen Klassen, wofür die zunehmende Beschäftigung von Frauen, Lohnangleichung sowie sozialstaatliche Absicherung verantwortlich zu machen sind. Die sozialen Nahräume wie Familie oder Nachbarschaft verlieren an Bedeutung. Herstellung und Aufrechterhaltung sozialer Kontakte werden zu einer Angelegenheit der Selbstbestimmung. Die Sozialbeziehungen bekommen den Charakter des Flüchtigen, Unverbindlichen:

„In dem schematisch bekundeten Interesse füreinander wird das Ansinnen an mehr gleich mit abgelehnt.“ (ebd., S. 187)

Die Verantwortung für die Sicherung des eigenen Lebensunterhaltes wird in das Individuum hineinverlegt:

„Es entstehen der Tendenz nach individualisierte Existenzformen und Existenzlagen, die die Menschen dazu zwingen, sich selbst – um des eigenen materiellen Überlebens willen – zum Zentrum ihrer eigenen Lebensplanungen und Lebensführung zu machen.“ (ebd., S. 117)

Die individualisierten Individuen lasten soziale Ungleichheiten nicht mehr dem Gesellschaftssystem, z.B. bestimmten Klassenkonstellationen an, sondern empfinden diese als individuelles Versagen. Arbeitslosigkeit erscheint als selbstverschuldet und wird von den Gesellschaftsmitgliedern als individuell verspürtes Risiko übernommen.

Für BECK (vgl. ebd., S. 122ff.) erklärt sich das Phänomen der „Individualisierung“ grundlegend aus ökonomischen Faktoren. Ein „Klassenbewußtsein“ kann nicht entstehen, weil eine Art „Fahrstuhl-Effekt“ dafür gesorgt hat, daß die Einkommenssituation aller Gesellschaftsmitglieder um den gleichen Faktor angehoben worden ist, so daß selbst diejenigen, die relativ gesehen am wenigsten Konsumchancen haben, nicht das Bedürfnis zur Solidarität mit gleich Schwachen entwickeln. Arbeitslosigkeit wird zum „Zwischenereignis“ (ebd., S. 148), zum Phasenerlebnis, das nicht hinreicht, ein Klassenbewußtsein o.ä. zu begründen. Arbeitsämter wickeln ‚Einzelfälle‘ ab. Aus „Klassenwelten“ werden also „Freizeitwelten“ bzw. „ungleiche Lebensstile“ (ebd., S. 125), d.h. neue Formen der Integration, wie sie auch SCHULZE (1995) feststellt.

Die Anforderungen des Arbeitsmarktes haben zu einer Bildungsexpansion ohnegleichen geführt, die dafür gesorgt hat, daß nach dem Zweiten Weltkrieg, noch stärker aber in den siebziger Jahren in einigen wenigen Ländern eine Form der Individualisierung entstanden ist, die alle Lebensbereiche in bisher ungekanntem Ausmaße durchdringt, auch die ehemals letzte Bastion von Gemeinschaftlichkeit¹⁶, die Familie:

„Es entsteht der Typus der ‚Verhandlungsfamilie auf Zeit‘, in der sich verselbständigende Individuallagen ein widerspruchsvolles Zweckbündnis zum geregelten Emotionalitätsaustausch auf Widerruf eingehen.“ (BECK 1986, S. 118)

Diese Form der Integration ist das Grundmodell sozialer Zusammenschlüsse nach SCHULZE (1995). Doch wie auch BELL (1985) deutet BECK (1986, S. 151f.) denkbare Integrationsmöglichkeiten der Individuen nur an. Er stellt die Frage, was geschieht, wenn soziale Ungleichheiten sich verschärfen und Klassensolidarität nicht mehr möglich ist:

„Entstehen oder begünstigen Individualisierungen vielleicht neue Arten von (z.B. massenmedial vermittelten) Gruppenbildungen, die einem ganz anderen Rhythmus folgen, aber auch andere Reichweiten haben?“ (ebd.)

¹⁶ ‚Gemeinschaftlichkeit‘ ist an dieser Stelle zu verstehen als emotional gefärbtes Verwandtschaftsverhältnis gegenüber bloßer ‚Vergesellschaftung‘ (vgl. Tönnies 1988).

Eine solchen integrierenden Effekt hat, so die These dieser Arbeit, das Internet, welches zwar nicht allen Nutzern die gleichen Medieninhalte vermittelt, aber als Massenmedium fungiert, indem sein Gebrauch allen Usern gleichermaßen das Gefühl der Teilhabe am Leitbild der ‚Informationsgesellschaft‘ vermittelt (siehe Abschnitte A.III.1.e]aa] und A.IV.). BECKs (ebd.) „Suche nach neuen Sozialidentitäten“ ist Prognose, nicht Diagnose. Er nimmt SCHULZE (1995) Prinzip der „Innenorientierung“ vorweg. Gerade junge Menschen würden auf der Suche nach ‚Selbstverwirklichung‘ in bezug auf ihre Handlungsoptionen verhaltensunsicher werden und sich die Frage stellen: „Bin ich wirklich glücklich?“ (BECK 1986, S. 156). Es entsteht eine neue „Ethik, die auf dem Prinzip der ‚Pflichten gegenüber sich selbst‘ beruht“ (ebd., S. 157). Das eigene Ich wird zum Bezugspunkt der Handlungen, und zwar auch im Hinblick auf die Gestaltung von Sozialbeziehungen. So verändern private Beziehungen bzw. deren Gestalter, die Individuen, Sozialstruktur bzw. erhalten diese, je nachdem. Schließlich ist das Privatleben ein Bereich, auf den die Politik keinen unmittelbaren Einfluß hat.

Obwohl BECK (1986) neue Formen der Integration individualisierter Individuen ausmacht, beziehen sich diese Feststellungen auf die Zukunft. Zum Erscheinungszeitpunkt des Buches fänden Prozesse der „Institutionalisierung“ und „Standardisierung“ individueller Lebensformen statt, die sich auf der Ebene der „Kontroll- bzw. Reintegrationsdimension“ bewegen (ebd., S. 119):

„Eben die Medien, die eine Individualisierung bewirken, bewirken auch eine Standardisierung.“ (ebd., S. 209)

Solche Medien leiten sich alle direkt oder indirekt vom Arbeitsmarkt ab: Geld, Recht, Mobilität, Bildung etc. Individualisierung liefert die Menschen also paradoxerweise der „Außensteuerung“ aus:

„Die entstehenden Existenzformen sind der vereinzelte, sich seiner selbst nicht bewußte Massenmarkt und Massenkonsum für pauschal entworfene Wohnungen, Wohnungseinrichtungen, Gebrauchsartikel, über Massenmedien lancierte und adoptierte Meinungen, Gewohnheiten, Einstellungen, Lebensstile.“ (ebd., S. 212)

Die Menschen ordnen sich also Strukturen unter, die sie selbst nicht geschaffen haben, auch wenn dies unter tätiger Mithilfe des Individuums geschieht, das unter Handlungsoptionen wählen kann: Meinungen, Gewohnheiten, Einstellungen etc. sind pluralisiert. Mit dieser Ansicht nähert sich BECK (vgl. 1986, S. 212) SCHULZE (1995, S. 75ff.) an, für den Individualisierung ebenfalls eine Form der Vergesellschaftung ist, die sich besonders im Konsum stilbildender „Erlebnisangebote“ herauskristallisiert. Nur betont SCHULZE (1995) stärker die „Innenorientierung“, also die weitgehende Unabhängigkeit der Individuen von jeglichen prägenden, äußerlichen Strukturen, wohingegen für BECK (vgl. 1986, S. 210ff.) das Verhalten der individualisierten Individuen sogar institutionenabhängig ist. Sozialrechtliche Reglementierungen wie tarifliche Lohnverhandlungen, Sozialhilfegesetzgebung oder die Eintrittsbedingungen des Renten- oder Bildungssystems wirken auf das Handeln des einzelnen vorstrukturierend.

Selbst die ‚Erlebnisangebote‘ des Fernsehens sind durch Fernsehanstalten, den Rundfunkvertrag etc. vorstrukturiert, wiewohl sie zugleich vereinzeln, weil sie den selektierenden Medienkonsumenten die freie Wahl zwischen Medienangeboten lassen, die in einer individualistisch geprägten Mensch-Maschine-Interaktion konsumiert werden.

Diese „*individuell-institutionell schizophrene Struktur*“ (ebd., S. 213) wird m.A. durch die sozialen Gebrauchsweisen des Internets aufgebrochen, da Inhalte im →„WWW“ zu einem großen Teil von Privatleuten bereitgestellt werden und selten zwei Nutzer die gleichen Inhalte konsumieren. Laut BECK (ebd., S. 219) lassen die die ganze Welt umspannenden Mediennetzwerke, worunter sich 1986 das Internet noch nicht gänzlich befand, eine „*Fernmoral*“ entstehen, da man dazu gezwungen wird, das wahrgenommene Schicksal anderer Menschen medial zu teilen und permanent zu überdenken:

„Bei gleichzeitiger Versenkung in die Unbedeutendheit wird er [der einzelne, Anm. d. Verf.] auf den scheinbaren Thron eines Weltgestalters gehoben. Während die Regierungen (noch) im nationalstaatlichen Gefüge handeln, wird die Biographie schon zur Weltgesellschaft hin geöffnet. Mehr noch: die Weltgesellschaft wird *Teil* der Biographie, auch wenn diese Dauerüberforderung nur durch das Gegenteil: Weghören, Simplifizieren, Abstumpfen zu ertragen ist.“ (ebd.)

Diese Sichtweise trägt Züge der hier vertretenen These von der integrativen Kraft sozialer Gebrauchsweisen des Internets. Eine Geisteshaltung gegenüber dem Mediengebrauch führt zur Ausbildung von Vorstellungen über andere Menschen, die jedoch im Falle der klassischen Massenmedien nicht intersubjektiv geteilt werden können, wohingegen das Internet die Möglichkeit bietet, den Mediengebrauch anderer Individuen interaktiv direkt zu erfahren, z.B. durch Beobachtung oder Teilhabe an privaten ‚Homepages‘, ‚Chat‘-Sitzungen, ‚Newsgroup‘-Diskussionen, →„Mailinglisten“ o.ä.

Für BECK (ebd.) ist die mediale Konfrontation mit den Schicksalen anderer Menschen „Dauerüberforderung“, womit er wahrscheinlich an die Schreckensbilder täglicher Nachrichtensendungen denkt. Das Internet bietet demgegenüber die Möglichkeit, an den privaten Alltagsschicksalen von Individuen zu partizipieren bzw., bei der vorhandenen Flüchtigkeit dieser Kontakte, am symbolischen, leitbildorientierten Mediengebrauch dieser Individuen.

Abschließend ist zu sagen, daß BECK (1986) gegenüber BELL (1985) Individualisierung eindeutig als solche erkennt und nicht mehr gänzlich als dysfunktional einstuft. Nur stellt sie sich ihm dennoch als potentiell „Risiko“ dar und ist seiner Ansicht nach verantwortlich zu machen für „verdrängte Gesellschaftlichkeit“, die sich in Bürgerinitiativen Bahn bricht, um der beschriebenen institutionenabhängigen „*Kontrollstruktur* von Individuallagen“ zu entgehen.

Diese politische Dimension verdeutlicht den Anteil an Individualisierung, der in den gesamtgesellschaftlichen Forderungen nach ‚Freiheit‘ und ‚Gleichheit‘ enthalten ist. ‚Freiheit‘ meint immer ‚individuelle Freiheit‘, ‚Gleichheit‘ immer individuelle ‚Gleichheit‘. BECK (1986, S. 178f.) weist diesen Zusammenhang anhand von Konflikten in Ehe und Partnerschaft nach.

Ehepartner können ihrem eigenen, aus der Gesamtgesellschaft an sie herangetragenen Anspruch auf ‚Freiheit‘ und ‚Gleichheit‘ kaum gemeinsam gerecht werden, weil vor allem Frauen als bisher ausgeklammerte Gruppe diese Rechte nun individuell einfordern:

„Was als ‚Terror der Intimität‘ erscheint und beklagt wird, sind also – gesellschaftstheoretisch und gesellschaftsgeschichtlich gewendet – *die Widersprüche einer im Grundriß der Industriegesellschaft halbierten Moderne*, die die unteilbaren Prinzipien der Moderne – individuelle Freiheit und Gleichheit jenseits der Beschränkung von Geburt – immer schon geteilt und qua Geburt dem einen Geschlecht vorenthalten, dem anderen zugewiesen hat.“ (ebd., S. 179)

Wie auch BELL (1985) sieht BECK (1986, S. 198ff.) die Gefahr einer vollkommen egalisierten, und d.h. hier: individualisierten Gesellschaft, in der der oder die „*Alleinstehende*“ zur letzten sozialen Gruppe wird. Während BELL (1985) eine derartige Entwicklung schlichtweg verdammt, ist sie für BECK (1986) unausweichlich und soll durch institutionelle Lösungen (z.B. Sozialhilferegulungen) oder neue Formen des Zusammenlebens abgemildert werden.

c) *Die Erlebnisgesellschaft*

Die moderne Gesellschaft ist nach SCHULZE (1995) durch das Prinzip der Wahlverwandtschaften gekennzeichnet. Man ordnet sich Gruppen zu, von denen man sich erhofft, daß sie die gleichen Interessen hegen wie man selbst. So bilden sich Erlebnismgemeinschaften, die gemeinsam dem Prinzip der „Erlebnisrationalität“ verpflichtet sind, d.h. die Umwelt so zu verändern trachten, daß sie zu ihren inneren Zuständen paßt. Eine Integration von Erlebnisegoisten wird möglich und schafft eine neue gesellschaftliche Struktur. Die Subjektorientierung geht dabei sehr weit. Sie funktioniert nach einer „psychophysischen Semantik“, die „innenorientiert“ ist und sich damit von geschichtlich vergangenen „außenorientierten Semantiken“, z.B. der „ökonomischen Semantik“, abhebt (vgl. ebd., S. 249ff.).

Eine ‚Semantik‘ ist das grundsätzliche soziale Orientierungsmuster einer Epoche, der Prototyp sozialer Kategorisierung. Ein Beispiel SCHULZES (1995): Man stelle sich zwei Millionäre vor. Der eine, ein „konservativer Millionär“, verhält sich hierarchischen Rollenverpflichtungen entsprechend, wohingegen der andere, ein „kreativer Millionär“, seinen Reichtum nicht als Instrument der Statusabsicherung benutzt, sondern den die „Jagd“ nach seinem Geld anspornt. Man stelle sich desweiteren einen „kreativen Armen“ vor, der bewußt Sozialhilfeleistungen bezieht, um nach „Freiheit und Selbstverwirklichung“ zu suchen. Nach der aktuell herrschenden „psychophysischen Semantik“ bilden „kreativer Millionär“ und „kreativer Armer“ eine soziale Kategorie, weil sie beide dem Prinzip der innerpsychischen Erlebnisorientierung verhaftet sind. „Erlebnisse“ sind dabei noch nicht einmal abhängig von der jeweiligen Situation, in der sie empfunden werden (ebd., S. 735). Sie sind Konstruktionen.

Situationen, und dazu gehören auch soziale Situationen mit darin interagierenden anderen Individuen, werden so manipuliert bzw. selegiert, daß sie das gewünschte innerpsychische Erlebnis evozieren (vgl. ebd.). Die „Erlebnisorientierung“ wird zur „normalen existentiellen Problemdefinition“ (ebd., S. 231ff.) des zeitgenössischen Menschen und löst damit den Kampf um bloßes (ökonomisches) Überleben ab.

Auch für SCHULZE (1995) ist also die Ausgangslage seiner Konzeption von Gesellschaft die historisch einmalige Befreiung der Individuen von ökonomischen Zwängen. Die Integration der Erlebnisindividualisierten erklärt sich dann aus der Notwendigkeit heraus, bestimmte Erlebnisvorstellungen nur mit Hilfe von anderen zu realisieren zu können, z.B. ein Fußballspiel oder die Diskussion eines Kinofilms nach dem Kinobesuch. In SCHULZES (1995) Menschenbild funktionalisieren sich die Menschen gegenseitig.

Daraus entstehende Sozialbindungen haben in höchstem Maße den Charakter des Freiwilligen, Selbstbestimmten und sind in keiner Weise von außen vorstrukturiert. Ganz im Sinne der in dieser Arbeit vertretenen These der ‚Eigenintegration‘ (siehe Abschnitt A.IV.) bezeichnet SCHULZE (1995, S. 76) solche Figurationen als „Selbstbindung“:

„Regional diffuse Milieus und Szenen [...] sind Vergesellschaftungsformen am Ende des 20. Jahrhunderts, mit denen ein Individuum nur dann in Berührung kommt, wenn es die Verbindung selbst mitherzustellen hilft, etwa durch Anknüpfen oder Vermeiden bestimmter Kontakte, durch Nähe oder Distanz zu bestimmten Stilelementen, durch Aufsuchen oder Umgehen bestimmter Lokalitäten. Mit der stärkeren Beteiligung des Individuums sinkt nicht notwendig die Verbindlichkeit sozialer Strukturen. Möglich ist sogar das Gegenteil: Selbstbindung kann größere normative Kraft entfalten als der Zwang der Verhältnisse.“ (ebd.)

In BECKs (1986, S. 159) „Risikogesellschaft“ kommen solche zutiefst subjektorientierten, sozialstrukturell ungebundenen Sozialformen vorzugsweise nur im Zusammenhang mit politischem Aufbegehren, jugendlicher Identitätssuche oder dem Erproben neuer Beziehungsmodelle vor, sind also ähnlich wie bei BELL (1985) einer gesellschaftlichen Avantgarde vorbehalten. Für SCHULZE (1995) jedoch ist die Abkopplung individuellen Verhaltens von gesellschaftlichen Institutionen der Normalfall.

Die Individuen integrieren sich über die jeweilige Bevorzugung eines bestimmten „alltagsästhetischen Schemas“ (ebd., S. 732f.). „Alltagsästhetische Schemata“ sind soziale Konstruktionen (ebd., S. 127) von mehreren Individuen, die sich als virtuelle Großgruppen auffassen lassen, und geben kulturelle Interessenkonstellationen wieder. SCHULZE unterscheidet in der BRD zwischen „Hochkulturschema, Trivialschema, Spannungsschema“. Die Angehörigen einer Gruppe, die sich an einem dieser Schemata orientieren, zeigen die gleichen Konsummuster, den gleichen kulturellen Geschmack etc., kurz: den gleichen „Stil“. Sie erkennen und suchen einander, um entsprechende Erlebnisempfindungen in sich auszulösen:

„Persönlicher Stil ist ein evidenten und signifikantes Zeichen bei der Konstitution sozialer Milieus unter den Bedingungen von Erlebnisorientierung und Beziehungswahl.“ (ebd., S. 746)

Der freiwilligen „Beziehungswahl“ geht die Identifizierung ‚Gleichgesinnter‘ anhand „milieuindizierender Zeichen“ voraus, z.B. anhand von Sprachcodes (vgl. ebd., S. 177f.). Diese Beziehungsstruktur ist m.A. Grundlage für die soziale Nutzung des Internets. Weniger die ausgetauschten Inhalte als vielmehr die Demonstration der Tatsache, daß das Internet überhaupt beherrscht wird, ist manchmal die Grundlage virtueller Mitteilbarkeit. Darum reicht schon das verschwommene Gefühl, daß andere, unbekannte Menschen von der eigenen ‚Homepage‘ Notiz nehmen werden, vielen als im Innern *erlebte* Bestätigung der Zugehörigkeit zur kommenden ‚Informationsgesellschaft‘ aus. Das Internet ist der ‚soziale Ort‘, an dem ein Maximum an Freiheit in der Beziehungswahl mit einem hohen Maß an symbolischer Integration vereinbart werden kann. Dies ist zugleich die Grundstruktur der „Erlebnisgesellschaft“. SCHULZE (ebd., S. 77) selbst hält eine virtuelle Integration über Medien für möglich, wenn er dabei auch noch nicht an das Internet gedacht hat:

„Neue, psychisch schwierigere Formen von Gesellschaft kristallisieren sich heraus: gewählte Beziehungen, regional und temporal punktualisierte Kontakte, revidierbare Koexistenzen, fluktuierende Zeichenkosmen, indirekte Gemeinsamkeiten, wie sie etwa durch ähnlichen Konsum konstituiert werden, durch Zugehörigkeit zum selben Publikum [...] durch Vorführung von Gesellschaft in den Medien. Auch so können soziale Strukturen und intersubjektiv geteilte Deutungsmuster entstehen.“ (ebd.)

Gerade der „Versuch völliger Eigenständigkeit“ der Individuen begründet eine Gesellschaftsstruktur, denn wenn alle ungleich sein wollen, dann gleichen sie sich zumindest in dieser Eigenschaft (ebd., S. 77). Fortschreitende Individualisierung ruft den Willen zur Gemeinschaftlichkeit hervor, der jedoch sicher nicht auf eine Retraditionalisierung hin angelegt ist, da eine zu intensive sozialstrukturelle Überformung ihrerseits den Wunsch nach Individualismus entstehen läßt:

„Wie erzwungene Gemeinsamkeit eine Individualisierungstendenz erzeugt, so die Entgrenzung des Lebens eine Bereitschaft zur Gemeinsamkeit.“ (ebd., S. 78)

Für SCHULZE (1995) sind also Isolationsgefühle ebenso wie für BECK (1986, S. 188 bzw. S. 194) gesellschaftlich bedingt. SCHULZE (1995, S. 76) nimmt Züge der „Multioptionsgesellschaft“ GROSS‘ (1994) vorweg. Das einzelne Subjekt werde immer mehr auf sich selbst verwiesen, weil es seine Entscheidungen allein fällen müsse. Die Zahl der Optionen steige. Doch damit, so SCHULZE (1995) wächst eben auch der Wunsch nach Orientierung, die, da äußerliche Orientierungen nicht mehr bestehen, ebenfalls im Individuum selbst hergestellt werden muß, und zwar durch die angesprochene „Selbstbindung“. Das ist „Konformitätsbereitschaft ohne Zwang und Sanktionen“ (ebd.). Sie wird in dieser Arbeit als Grundlage für den Vorgang der ‚Eigenintegration‘ betrachtet (siehe Abschnitt C.II.2.).

GROSS (1994, u.a. S. 25f.) kritisiert SCHULZES (1995) „Gemeinsamkeit trotz Individualisierung“, weil er sie implizit für eine Konstruktion des Sozialforschers hält, und hat den Anspruch, die Auflösung jeglicher institutionellen Bindung des Individuums nachzuweisen, die Spontaneität des einzelnen absolut zu setzen.

d) Die Multioptionsgesellschaft

GROSS (1994) unterscheidet sich in seiner „Multioptionsgesellschaft“ von der „Risikogesellschaft“ BECKs (1986; erschienen 1986) und SCHULZEs „Erlebnisgesellschaft“ (1995; erschienen 1992) durch einen radikaleren Subjektbegriff, der die Existenz neuer Bindungsformen im Zuge fortschreitender Individualisierung zunächst einmal ausschließt. Eine Integration von Erlebnispartnern in kulturelle Milieus (SCHULZE 1995) erscheint ihm genausowenig möglich wie BECKs (1986) „reflexive Moderne“, in der sich die Individuen aus Einsicht freiwillig in ihren Möglichkeiten beschränken (vgl. GROSS, S. 25f.).

Als „*allgemeine Struktur*“ (ebd., S. 28), als „*immergleichen Vorgang*“ (ebd., S. 42) aller zeitgenössischen Gesellschaften konstatiert er die Multioptionalität von Handlungsalternativen bzw. den Drang der Gesellschaftsmitglieder, möglichst alle nur erdenklichen Handlungsoptionen zu verwirklichen:

„Was im Titel schwach aufleuchtet, ist ein tief in die Gesellschaften eingemeißelter und ins Herz des Menschen implantierter Wille zur Steigerung, zum Vorwärts, zum Mehr.“ (ebd., S. 11)

Auf den ersten Blick ist hierin kein Widerspruch zu SCHULZE (1995, S. 77) zu entdecken, der ja ebenfalls die Individualisierung selbst zur gesellschaftlichen Grundstruktur erhebt. Nur ist das Streben nach „völliger Eigenständigkeit“ aus SCHULZEs (1995) Perspektive nur ein „Versuch“. GROSS (1994, S. 11) hingegen hält diesen Drang für anthropologisch und darum auch durch Appelle an die ökologische oder soziale Vernunft der Menschen kaum abzumildern:

„Insofern das Bedürfnis nach Exploration, nach Neugier, nach Sensation kein historisches Akzidens, sondern ein anthropologisches Agens zu sein scheint, die Differenz zwischen Wirklichkeit und Möglichkeit also im einzelnen selber angelegt ist, findet sich die dualistische Ontologie [von Wirklichkeit und Möglichkeit, Anm. d. Verf.] gewiß in jedem einzelnen wieder.“ (ebd., S. 348)

Diese Auffassung steht der SCHULZEs (1995) gegenüber, der die soziale Bedingtheit und vor allem die soziale Einbindung von Erlebnisorientierung hervorhebt. Doch die „Multioptionsgesellschaft“ hat auch soziale Ursprünge, die als „Grundvorgänge“ die „neuzeitliche Geschichte“ und damit wohl auch die Struktur der Optionalisierung angetrieben haben: „Technisierung, Kommerzialisierung, Demokratisierung und Reflexionskraft“ (vgl. GROSS 1994, S. 116).

Empirisch belegt GROSS (1994) die ungezügelte Umsetzung von Möglichkeiten durch die Schilderung von Einzelfällen. Er beschreibt den Wandel von der Massenproduktion zur sprunghaften Herstellung immer ausgefallenerer, immer nutzloserer Produkte, die Vielfalt von Berufen, Lebensstilen, Arbeitszeitmodellen, Freizeitaktivitäten u.v.m. Aber auch die mannigfaltigen Formen der Kriminalität oder des Selbstmordes sind für GROSS (1994) in der modernen Gesellschaft zur Option geworden.

Der Tod des Menschen wird nicht mehr hingenommen, sondern als Möglichkeit definiert, die sich durch präventive oder ambulante Maßnahmen hinausschieben läßt. Reproduktionstechniken und Geschlechtsumwandlungen stellen Geschlecht und Zeugung in Frage. Die Mobilisierung kennt keine Grenzen mehr: Niemand will mehr bleiben, wo er ist! Der Weltraum wird besonders von US-amerikanischen Wissenschaftlern zum „sechsten Kontinent“ erklärt (GROSS 1994, S. 375).

Diese gesellschaftliche Grundstruktur erklärt m.A. die Beliebtheit des Internets, das die Möglichkeit bietet, sich in den unterschiedlichsten Ländern zu *wähnen*. Daß dies nicht ‚wirklich‘ so ist, wird nicht unbedingt als Verlust empfunden. Denn die Optionierung von Handlungsalternativen geht von empfundenen „Erlebniswelten“, vom individuellen Denken aus (vgl. ebd., S. 63). Darin stimmt GROSS (1994) mit SCHULZE (1994) überein.

Alles, was die Individuen denken, wird mit dem Anspruch verbunden, verwirklicht zu werden. Die Welt stellt nach GROSS (ebd., S. 12) nur noch einen „korrigierbaren Irrtum“ dar. Er nimmt damit eine nicht explizit gemachte konstruktivistische Haltung ein, die auch seine anthropologischen Erklärungsversuche des Wunsches nach der Verwirklichung erdachter Möglichkeiten auszeichnet. Das einzelne Individuum ist demnach in ‚der Moderne‘ dafür verantwortlich, sich einen Handlungsrahmen zu schaffen, Sinn zu konstituieren:

„Nachdem Gott die Position räumen mußte, die Zukünfte optioniert und die Vergangenheiten obsolet geworden sind, tritt das *Subjekt* in die Lücke. Wahrheit ist deren Wahrheit und deren Beobachtungen sind zu beobachten und zu beschreiben.“ (ebd., S. 22)

GROSS (1994) geht also genau wie BECK (1986) und SCHULZE (1995) von einer individualisierten Gesellschaftsstruktur aus. Der Privatbereich der Menschen ist nicht mehr vom Zugriff der sozialen Kontrolle bedroht, jeder darf sich ‚richtig ausleben‘ (vgl. ebd., S. 316).

Insofern profitiert die zunehmende Nutzung des Internets von der gesellschaftlichen Struktur der Optionalisierung, weil darin höchst private Träume oder Ängste sichtbar gemacht werden können: Schwule ‚outen‘ sich, AIDS-Infizierte bekennen sich zu ihrer Krankheit, Sammler zu ihren Leidenschaften.¹⁷ Die Veröffentlichung recht intimer Bilder ist absolut kein Tabu, die Bekanntgabe persönlicher Daten, Interessen, ‚neutraler‘ Bilder etc. ist Standard. Das Mögliche, d.h. die Akzeptanz der eigenen, konstruierten Selbstdarstellung durch andere Internet-Nutzer, fällt mit dem Wirklichen, d.h. den in Schrift und Bild veräußerlichten Gedanken über sich selbst, zusammen. Dieser Zusammenhang ist in der ‚wirklichen‘ Welt kaum denkbar.

Die Rückbindung individuellen Verhaltens an kulturelle Werte oder kirchlichen Glauben spielt in der „Multioptionsgesellschaft“ keine Rolle mehr.

¹⁷ Dies sind nur einige Beispiele, denen ich beim Durchsehen privater ‚Homepages‘ begegnet bin. Aus verständlichen Gründen möchte ich an dieser Stelle keine Adressen nennen.

Traditionen werden vielmehr zu Optionen – z.B. zur Begeisterung für ostasiatische Meditationstechniken oder zur Erlebnisreise nach Lateinamerika.

Standes-, Klassen- oder Schichtgrenzen verlieren ihre orientierende, aber gleichzeitig hemmende Wirkung. Mehr und mehr muß das Individuum darum aus sich selbst heraus Handlungsabsichten entwickeln:

„Angesichts der multiplen Optionen einerseits und der verblaßten Selbstverständlichkeiten andererseits, also weder mehr wissend, was er eigentlich will, noch glaubend, was er soll, tut sich in der Tat eine Leere auf, die den Menschen heute immer wieder auf *sich selbst zurückwirft*, zurückverweist.“ (ebd., S. 109)

Die Hochschätzung des Individuums geht soweit, daß eine Veränderung des Krankheitsbegriffes alle diejenigen Handlungen, die mit dem Bild des sich selbst kontrollierenden Menschen nicht in Übereinkunft gebracht werden können, vom Individuum als ‚krankhaft‘ abgespalten werden. Dies wird besonders im Strafrecht deutlich:

„Wer jemanden tötet, kann nur unzurechnungsfähig sein.“ (ebd., S. 91)

GROSS‘ (1994, S. 110) Verständnis von Individualisierung ist also radikaler als das SCHULZES (1995), auf den er sich direkt bezieht:

„Die Stelle, wo sich das Subjekt kollektiven Schematisierungen öffnet und wie von einer unsichtbaren Hand hineingeführt wird oder hineingleitet in selbstgeschaffene Ordnungen, lenkt den Blick eher weg von jener anderen Stelle, wo es sich wie besessen auf alles stürzt, um es zu bearbeiten, zu verbessern, zu korrigieren.“ (ebd.)

Eine Integration von Erlebnisegoisten zu interessengetriebenen sozialen Milieus schließt GROSS (1994) demnach aus. Das Individuum hat seine Selbstisolation auszuhalten, wenn es seine individuellen Konstruktionen in die Wirklichkeit umzusetzen versucht, auch gegen die Widerstände anderer. Dabei kommt es mit der Zeit zu einer „selbstmörderischen Selbst- und Fremdüberforderung“ (ebd., S. 111).

GROSS (1994, S. 181-183) versucht, sich von der gängigen Definition der Individualisierung abzuheben, die lediglich die „genügsame Selbstproduktion“ personaler Identität umfasse. Moderne Identität zeichne sich, darüber hinausgehend, als „Realisierungs- und Weltverbesserungswut“ aus. Sie ist aggressiv, weil sie nicht nur sich selbst erzeugt, sondern auch andere Ideen oder Menschen vernichtet, um bestehen zu können. Individualisierung ist nach GROSS (1994) gleichzusetzen mit einer nahezu gewissenlosen Realisierung erdachter Möglichkeiten.

Fast hat es den Anschein, als ob GROSS (1994) die neurobiologische Richtung des ‚radikalen Konstruktivismus‘ (vgl. Abschnitt A.I.2.g[aa]) vertritt. Doch kommt auch er um einen sozialintegrativen Ansatz nicht herum: Auch die individualisierten Individuen sind noch eingebunden in soziale Strukturen. Sie ordnen ihre gedanklichen Wünsche, man könnte sie auch Konstruktionen nennen, einer sozial geteilten Auswahl an Konstruktionen unter:

„Die konstruktivistische Wirklichkeitsauffassung, die behauptet, die ‚Wirklichkeit werde nicht ge-, sondern erfunden‘, hat zumindest recht darin, daß die gefundenen Wirklichkeiten konstruktiv zum Passen gebracht werden müssen. Aus den Trümmern und Abbruchmaterialien, den religiösen, ideologischen und kulturellen Resten werden von Fall zu Fall behelfsmäßige Gebrauchsgegenstände geschaffen.“ (ebd, S. 182)

Diese Sichtweise wird auch in der vorliegenden Arbeit vertreten. Die Struktur der Individualisierung selbst ist mittlerweile zur kulturellen Wertvorstellung, zur Tradition geworden und beeinflusst die Wirklichkeitsauffassung der Menschen, nicht zuletzt die Umgangsweisen mit technischen Artefakten wie dem Internet. Um das Internet einordnen zu können, wird es als Medium kultureller Wertvorstellungen benutzt, auf die sich die Nutzer bei ihrem Mediengebrauch beziehen. Diese kulturellen Wertvorstellungen, an die sich die Nutzer anpassen, werden nicht zuletzt von Akteuren aus Wirtschaft und Politik an sie herangetragen. Der Internet-Gebrauch wird also sozial reglementiert und ist nicht von vornherein festgelegt bzw. objektiv vorgegeben. Auch GROSS (1994, S. 183) bezweifelt die Existenz der Objektivität sozialer Strukturen:

„Die letztere [d.h. die Objektivität, Anm. d. Verf.] wird kommunikativ als Intersubjektivität aufgelöst, die Frage nach der Wahrheit ist ersetzt durch die Frage, ob es paßt!“ (ebd.)

Dabei wird die Anpassungsbereitschaft anthropologisch als „*Versagensangst*“ gegenüber den vielen verschiedenen denkbaren Handlungsoptionen begründet (ebd, S. 182). Dem Wechselverhältnis von Optionalität und „*Versagensangst*“ entspricht das innere Spannungsverhältnis zwischen „*Weltsucht*“ und „*Weltflucht*“ (vgl. ebd., S. 191), das m.A. im Internet aufgehoben scheint: Viele Möglichkeiten, virtuelle Kontakte zu knüpfen, viele private, ja höchst intime Berichte und Bilder anderer Menschen bestehen unter dem Vorbehalt, sich nicht verantworten zu müssen für die eigenen Ansichten oder Vorlieben, unerkannt zu bleiben, den Computer einfach ausschalten zu können. „*Weltflucht*“ ist dabei kein psychologisches Phänomen, sondern „kulturtypisches Verhalten“ (ebd., S. 231), gesellschaftlich bedingte „*Isolationsangst*“ (Abschnitt C.II.2.).

GROSS (1994, S. 359) sagt zwar, daß sich keine gemeinsamen Werte finden ließen, auf die sich die Individuen der modernen Gesellschaft einigen könnten. Doch erkennt er selbst, daß die Akzeptanz der prinzipiellen Offenheit einer Gesellschaft trotz allem eine Übereinkunft darstellt:

„Einigen kann man sich nur auf die *offene* Gesellschaft, in der die Steigerung der Optionen in allen Kontinenten, Ländern, Lebensbereichen und die Steigerung der Teilhabe an ihnen für alle, in allen Lebenslagen und bezüglich aller drängenden Probleme, des ungeteilten Beifalls sicher sein kann.“ (ebd.)

Ähnliches sagt im Grunde SCHULZE (1995), allerdings in bezug auf kulturelle Milieus. Die Individualisierung, die auch bei SCHULZE (ebd.) die Realisierung von Erlebnisooptionen darstellt, wird als allgemeine Struktur akzeptiert. Erlebnispartner finden sich aufgrund gleicher Interessen zusammen, ohne sich übergeordneten Traditionsbeständen zu unterwerfen.

Bei GROSS (vgl. 1994, S. 112) ist das Individuum in seinen Beziehungswahl ebenfalls frei und macht sich seine Sozialpartner zu Objekten, wird außerdem fortlaufend selbst als Objekt funktionalisiert, so daß eine Art der Sozialbeziehung entsteht, die man nach SCHULZE (1995) durchaus als eine Form von sozialer Integration auffassen kann. Man könnte diese Figuration mit BELL (1985) auch als „Zeitalter des Sozialen“ bezeichnen. Wie GROSS (vgl. 1994, S. 125) ist für BELL (ebd.) der ‚direkte‘ Bezug zum Mitmenschen entscheidend, ohne daß sich Wertvorstellungen dazwischen drängen könnten. Der Mensch ist auf „*sich selbst und die anderen*“ zurückgeworfen (vgl. GROSS 1994, S. 125).

Individualisiert und frei, hat der Mensch dennoch „Verschmelzungs-Träume“ (ebd., S. 252), die nach GROSS (ebd.) aber lediglich die Belastung durch die Vielfalt an Handlungsoptionen kompensieren. Der Mensch versucht also trotz akzeptierter optionaler Vielfalt zumindest im Geiste, fehlende tradierte Bindungen durch freiwillige, selbst hergestellte Gemeinschaftlichkeit zu ersetzen – z.B. durch den Gebrauch des ‚weltumspannenden‘, ‚Gemeinschaftlichkeit‘ stiftenden Mediums Internet.

e) Der Weg in die Informationsgesellschaft?

Alle beschriebenen Gesellschaftsentwürfe sind die Konstruktionen ihrer Verfasser (vgl. Abschnitt A.I.2.g[aa]), wiewohl sie sich an den Konstruktionen der Gesellschaftsmitglieder orientieren, also Sozialwissenschaft im Sinne von SCHÜTZ (1971, ohne Seitenangabe; zit. nach FLICK 1996, S. 22) betreiben (vgl. ebenfalls Abschnitt A.I.2.g[aa]). Das Konzept der ‚Informationsgesellschaft‘ jedoch gibt diese Rückbindung auf, weil es sich an der Zukunft orientiert und damit eine Wunschvorstellung darstellt, die ihrem Wesen nach sozialer Natur ist und ein freies, multikulturelles, vorurteilsfreieres Zusammenleben der Menschen postuliert. Garant der ‚Freiheit‘ ist dabei u.a. der freie Fluß von unbestechlichen, ‚reinen‘ Informationen. Technische Artefakte wie Videokonferenzen, ➔ „ISDN“ und hauptsächlich Datennetze wie das Internet sollen diesen Fluß herstellen. Sie werden mit gesellschaftlichem Wandel gleichgesetzt. Das Konzept der ‚Informationsgesellschaft‘ ordnet sich damit ein in die Reihe sozialer Utopien:

„Utopia ist stets als Wunsch der Menschen nach harmonischen, vollkommenen zwischenmenschlichen Beziehungen aufgefaßt worden.“ (BELL 1985, S. 376)

Besonders begünstigt wird die Entstehung informationstechnologischer Utopien durch die zentrale Daseinsthematik der postindustriellen Ära, in der sich der Mensch primär mit sich selbst bzw. anderen Menschen auseinandersetzt, wohingegen er sich in vorindustriellen bzw. industriellen Gesellschaften vorwiegend gegenüber der Natur bzw. der Technik behaupten mußte (vgl. ebd., S. 375ff.). Ein solches Weltverhältnis kommt der Akzeptanz und Übernahme sozialer Utopien entgegen, die in der Tat zumeist als quantitatives wie qualitatives Optimum sozialer Beziehungen konstruiert werden:

„Und heute ist unsere Wirklichkeit in erster Linie die soziale Welt, also weder Natur noch Gegenstände, sondern Menschen, wie wir sie im wechselseitigen Bewußtsein unser selbst und der anderen erfahren. Ja, die Gesellschaft ihrerseits wird zu einem Bewußtseinsnetz, zu einer Art von Imagination, die wir als gesellschaftliche Konstruktion zu verwirklichen trachten.“ (ebd., S. 376)

Die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien erscheinen dabei als die idealen Mittel, die Bewußtseine der Menschen miteinander zu verbinden.

Anders als bei den bisherig beschriebenen Auffassungen von Gesellschaft liegt für den Begriff der ‚Informationsgesellschaft‘ kein geschlossenes theoretisches Konzept vor. KLEINSTEUBER (1996) gibt einen Überblick über die Begriffsgeschichte, die ein japanischer Autor 1963 angestoßen haben soll.

Als konzeptioneller Begründer gelte dennoch BELL (1985), der die steigende Bedeutung des Informationssektors in dem bereits besprochenen Buch „Die nachindustrielle Gesellschaft“ erstmals hervorhob, aber wenig später darauf hinwies, daß dieser Sektor eben doch nur ein Bereich seiner Konzeption der post-industriellen Gesellschaft darstelle und sein Entwurf der „nachindustriellen Gesellschaft“ mit dem der „Informationsgesellschaft“ nicht identisch sei.

1995 definierte die Bundesregierung die „Informationsgesellschaft“ als „eine Wirtschafts- und Gesellschaftsform, in der die Gewinnung, Speicherung, Verarbeitung, Vermittlung und Verbreitung und Nutzung von Informationen und Wissen einschließlich wachsender technischer Möglichkeiten der interaktiven Kommunikation eine entscheidende Rolle spielen“ (BDWi 1995, S. 9).

Für KLEINSTEUBER (1996, S. 31) ist dies eine bloß „nachrichtentechnische Sicht“, theoretisch ebenso wertlos wie die These von der „Information Economy“ (ebd., S. 26): Die zugeschriebenen Merkmale, die die ‚Informationsgesellschaft‘ von früheren theoretischen Gesellschaftsentwürfen unterscheidet, werden nämlich nicht zuletzt wirtschaftlich begründet: Der „industrielle Sektor“ würde vom „Informationssektor“ nicht nur immer stärker, sondern fast vollständig verdrängt. Eine „neue“ Wirtschaftsordnung sei erforderlich, die laut KLEINSTEUBER (ebd.) in Wahrheit allerdings lediglich neo-liberale Zielvorstellungen zu revitalisieren trachtet.

Sozialwissenschaftlich wird die „Informationsgesellschaft“ als Begriff in vielen Publikationen jedoch ebenfalls nicht genauer gefaßt. So bemängelt PAETAU (1996, S. 168ff.) an der gängigen Definition dieses Konstruktes wie KLEINSTEUBER (1996) den bloß ökonomischen bzw. technischen Erklärungsanspruch und führt statt dessen im Hinblick auf das ‚WWW‘ die „Veränderung der gesellschaftlichen Kommunikationsweise“ ins Feld, um die Aussagekraft des Begriffes zu erhöhen. Doch auch dieser Definitionsversuch ist nicht mehr als ein Postulat, weil er sich auf eine technologisch definierte Zukunft bezieht. Besonders Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik verbinden das Konzept der ‚Informationsgesellschaft‘ mit ihren eigenen Zielen (siehe Abschnitt A.I.2.c[cc]), wie PAETAU (1996, S. 172f.) es implizit für politische Akteure beschreibt:

„Die politischen Visionen von der Informationsgesellschaft zeichnen das Bild eines Kommunikationsnetzwerkes, das ein auf die Welt als ganzes gerichtetes Handeln aus unterschiedlichen Problembezügen und aus unterschiedlichen regionalen lebensweltlichen Einbettungen ermöglichen soll [...]. Aus diesem Blickwinkel müßte Informationsgesellschaft vor allem bedeuten: Steigerung rationalen Handelns in einer hochkomplexen Welt durch schnellere und umfassendere Information und Kommunikation.“ (ebd.)

SCHMIEDE (1996, S. 101-102) bezweifelt gegenüber solchen Visionen, daß wir derzeit schon in einer Gesellschaft leben, die sich grundlegend von der durch die ‚Informationsgesellschaft‘ angeblich bereits abgelösten Gesellschaftsform der ‚Dienstleistungsgesellschaft‘ unterscheiden würde; denn die meisten Informationsanbieter sind Dienstleister, die zwar mit Informationen umgehen, aber auch nicht anders als mit traditionellen Industriegütern. Telefonistinnen bzw. Telefonisten etwa müssen regelmäßig die gleichen Auskünfte am Telefon geben, und noch deutlicher wird die Verwandtschaft von Datenerfasser/Innen und traditionellen Fließbandbeschäftigten.

Zudem ist der Umgang mit Informationen natürlich grundsätzlich kein neues Phänomen! Informatisierung war schon immer eine bedeutsame Grundlage gesellschaftlicher Evolution, die jedoch größtenteils von Eliten betrieben worden ist (vgl. ebd., S. 105f.). Sind in der zeitgenössischen Gesellschaft zweifelsohne breitere Berufsgruppen oder Freizeitsegmente mit Informationen befaßt, so darf nicht darüber hinweggesehen werden, daß ein erheblicher Unterschied besteht zwischen Umgang mit und Zugang zu oder Generierung von Informationen.

Zwar tritt in der modernen Gesellschaft an die Stelle des traditionellen Widerspruchs zwischen geistiger und körperlicher Arbeit die Doppelexistenz von „geistig-verwissenschaftlicher Arbeit“ einerseits und auf „Erfahrungswissen“ beruhender Arbeit andererseits, so daß rein mechanische Arbeit weitgehend an Maschinen delegiert ist. Dies war in den nachindustriellen Vorgängern der ‚Informationsgesellschaft‘, z.B. der sog. ‚Dienstleistungsgesellschaft‘, jedoch ebenfalls schon so. Arbeitskräfte, die einen Arbeitsprozeß von der Planung bis zur Ausführung selbst vollziehen, gab es auch zu den Zeiten, als der Begriff der ‚Informationsgesellschaft‘ sich noch nicht durchgesetzt hatte, kaum noch.

Insofern scheint auch für SCHMIEDE (1996) der Wandel hin zur ‚Informationsgesellschaft‘ mehr ein begrifflicher als ein tatsächlicher zu sein. Laut KLEINSTEUBER (1996, S. 26) zeigen zudem seriöse Studien aus den letzten Jahren, „daß in keinem Land der Welt...Information die Hauptquelle des Nationaleinkommens darstellt“ (ebd.). Alles in allem stellt der Begriff eine Konstruktion dar, eine gesellschaftliche Wunschvorstellung in bezug auf politische Transparenz, individuelle Freiheit und neugewonnene Solidarität durch ein Mehr an Information. Ein möglicher Widerspruch zwischen Freiheit und Solidarität wird dabei allerdings nicht verschwiegen (vgl. PATEAU, S. 109ff.).

Das Konzept der ‚Informationsgesellschaft‘ kann die theoretische und empirische Tiefe eines Gesellschaftsentwurfes wie der ‚Erlebnisgesellschaft‘ von SCHULZE (1995) nicht erreichen, weil es sich der Notwendigkeit verdankt, die Verwendungsweisen der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien sozial zu definieren, ohne die gesellschaftliche Realität abzubilden, und das oftmals vor dem Hintergrund von Interessenkonstellationen: Gerade kommerzielle oder politische Absichten von Industriezweigen oder Behörden führen dazu, daß technischer Wandel aus Gründen der Legitimation kulturpolitisch, d.h. als im Interesse der Allgemeinheit liegend definiert wird. Im Hinblick auf das Internet bietet sich dabei das Konzept der ‚Informationsgesellschaft‘ als Legitimationsgrundlage besonders an. Viele Computerhersteller definieren die Teilhabe am Internet als Mittel, am Fortschritt der ‚Informationsgesellschaft‘ teilzuhaben, um ihre Geräte zu verkaufen (vgl. Abschnitt A.II.1.).

Auch behördlicherseits wird versucht, ganz bewußt Akzeptanz zu schaffen für die neuen Telekommunikationstechnologien. Um diese Sichtweise stärken zu können, bedarf es nur eines kurzen Blickes in entsprechende Berichte der Bundesregierung. Dort heißt es u.a.:

„Zur Förderung der Aufgeschlossenheit breiter Bevölkerungskreise gegenüber der ‚Informationsgesellschaft‘ ist es erforderlich, dem einzelnen und der Allgemeinheit im Rahmen öffentlichkeitswirksamer Maßnahmen den Nutzen der modernen Informationstechniken vor Augen zu führen.“ (BDWi 1995, S. 10)

Da es sich hierbei um eine Veröffentlichung des Bundesministeriums für Wirtschaft handelt, sind ökonomische Interessen zu vermuten.

aa) Die Informationsgesellschaft und das Internet

Der Begriff der ‚Informationsgesellschaft‘ wird in den Publikationen, die nach Bekanntwerden und technischer Realisierung des Internets erschienen sind, zumeist untrennbar mit diesem verknüpft. Die zum Internet vernetzten Computer sind gleichermaßen Ausdruck, Symbol, Beleg, Hoffnung der ‚Informationsgesellschaft‘ (vgl. z.B. A. BÜHL 1997).

Insofern lassen sich die in Abschnitt A.II. herauskristallisierten Hoffnungen, die mit der Existenz des Computers verbunden werden, auch in der öffentlichen bzw. sozialwissenschaftlichen Einschätzung der zukünftigen Bedeutung des Internets wiederfinden. Derartige Hoffnungen bzw. Metaphern (zur „Datenautobahn“ siehe Abschnitt A.I.2.f)], die von gesellschaftlich bedeutenden Akteuren als Rechtfertigungsstrategien politischer oder kommerzieller Maßnahmen entwickelt und als Anspruch an die Gesellschaftsmitglieder, besonders aber die Verwender der entsprechenden Technologie, herangetragen werden, sollen im Rahmen dieser Arbeit als ‚informationstechnologische Normen‘ bezeichnet werden. Es lassen sich vier solcher Normen identifizieren, die von der umfassenden Norm, daß moderne Kommunikationsmedien wie das Internet zu verwenden sind, gerahmt werden.:

Es ist - *erstens* - der Bedeutungswandel des Begriffes „Information“ zu beachten (vgl. KLEINSTEUBER 1996, S. 27f.). Nicht mehr der Inhalt, der „Sinn“ einer Information wird geschätzt, sondern vorwiegend die Menge an Informationen erscheint rational und stellt in der ‚Informationsgesellschaft‘ einen Wert an sich dar¹⁸. Diese Interpretation von „Informationen“ als „Daten“ ist neu (ebd., S. 27). FLUSSER (1993, S. 69; zit. bei KRAJEWSKI 1997, S. 60) schreibt:

„Eine Informationsgesellschaft ist jene, bei der immer mehr Gewicht auf das Erzeugen von reinen Informationen und immer weniger Gewicht auf das Erzeugen informierter Gegenstände gelegt wird.“ (ebd.)

Nach GROSS (1994, S. 120) herrscht in der modernen Gesellschaft der allgemeine Grundsatz, „daß Nichtwissen in Wissen transformiert werden muß“: „*Alles, was man nicht weiß, ist zu wissen*“ (ebd., S. 23). Schon BELL (1985) hatte ja festgestellt, daß Wissen an sich zur sozialen Norm geworden ist (vgl. Abschnitt A.III.1.a)). Diese Norm wird z.B. daran sichtbar, daß die heutige Wissenschaft, insbesondere die Soziologie, es sich zur Aufgabe gemacht hat, die Reflexionsfähigkeit aller Menschen zu steigern, nicht nur die einer kleinen Gruppe von Wissenschaftlern (vgl. GROSS 1994, S. 24). Das momentan erhöhte Informationsaufkommen liegt im Trend der „Multioptionsgesellschaft“: Keiner will etwas verpassen! Auch hier gilt: „Mehr ist besser als weniger“ (ebd., S. 114)! Möglicherweise ist diese Sucht nach Information (Stichwort: ‚Informations-Junkie‘), die Verbreitung von Internet, ‚Handy‘¹⁹ etc. Ausdruck von Verhaltensunsicherheit in der individualisierten Gesellschaft. Informationen ersetzen Religion, Tradition und strukturelle Werte.

Erst die Übernahme dieser ‚ersten informationstechnologischen Norm‘ ermöglicht es, das Sammeln von Informationen über andere Menschen im Internet als eine Art befriedigende soziale Interaktion zu *erleben*. Diese Norm steht insofern mit dem Phänomen gesellschaftlicher Individualisierung in Verbindung, als soziale Informationen in besonderem Maße zum Gegenstand „innenorientierter“ ‚Selbst-Manipulation‘ (vgl. SCHULZE 1995) taugen. Ein Maximum an virtuellen Kontaktinformationen garantiert ein Maximum an Erlebnisqualität.

Zweitens wird die Verfügungsgewalt über Informationen als Machtfaktor dargestellt. Die Verweigerung gegenüber dem Internet bedeutet darum Ohnmacht und wird als Risiko definiert, gerade in beruflicher Hinsicht (vgl. Abschnitt A.II.1.). Es gilt, sich beizeiten einen ‚Informationsvorsprung‘ zu sichern, der dem Individuum Unabhängigkeit garantiert. Auch die ‚zweite informationstechnologische Norm‘ steht also in Verbindung mit gesellschaftlicher Individualisierung.

¹⁸ Nur ist die qualitative Wissenserweiterung für das Individuum in der Gesellschaft dadurch kaum zu steigern. Das Internet bietet z.B. jedermann die Möglichkeit, Schaltpläne für den Bau eines Computers herunterzuladen. Doch zu wissen, wie der Computer funktioniert, setzt eine traditionelle Form der Informationsvermittlung voraus: den Besuch der Universität.

¹⁹ ‚Ich will ständig erreichbar sein‘, heißt es!

Drittens wird Informationsfülle mit der Förderung von ‚Freiheit‘, ‚Gleichheit‘ und ‚Brüderlichkeit‘ gleichgesetzt, gesellschaftlichen Werten, die dem Individuum die Abwesenheit jeglicher sozialer Bedrängnis und folglich grenzenlose Entfaltungsfreiheit sichern sollen. Informationen über politische Mißstände, schwächer gestellte Menschen oder unzureichende demokratische Strukturen eröffnen dem einzelnen die Möglichkeit zur Partizipation, zur ‚Informationsdemokratie‘. Je mehr Informationen sich die Nutzer über das Internet zugänglich zu machen verstehen, desto freier, gleicher und ‚geborgener‘ sind sie auch (vgl. Abschnitt B.I.).

Viertens entfaltet der Anschluß ans Internet und seinen Informationsreichtum, so wird suggeriert, eine persönlichkeitssteigernde Wirkung. Mit Internet-Informationen umgehen zu können, führt zu Prozessen der Selbst- und Bewußtseinsbildung. Die Individualität im Auswählen von Informationsangeboten wird dabei m.A. aber mit tatsächlicher Individualität im Sinne von gesellschaftlicher Emanzipation verwechselt.

All diese Normen können natürlich, wie alle Normen, auch als Belastung wirken. Die Menge an im Internet verfügbaren Informationen kann als übermäßig empfunden werden und nicht als Wert an sich, mangelnde Informatik-Kenntnisse zum Ausschöpfen dieser Informationen als Leistungsdruck. Die zu erwartende gesellschaftliche Freiheit löst möglicherweise Identitätsängste aus, ein Übermaß an informatorischen Wahlmöglichkeiten das Gefühl der Ohnmacht, nicht der Individualität. Der einzelne ist zum ‚Gatekeeper‘ von Informationen geworden, eine Rolle, die vormals das System Journalismus über die Auswahl von Inhalten für den Rezipienten wahrgenommen hat. Die Nutzer haben also neu entstandene Selektionsprobleme zu bekämpfen.

Werden die ‚informationstechnologischen Normen‘ allerdings internalisiert, kann der erfolgreiche Umgang mit Informationen zu einem Gefühl von sozialer Identität führen und die Nutzer im Glauben an die ‚Informationsgesellschaft‘ bestärken, die sich dann vielleicht wirklich einmal im Sinne einer „self-fulfilling prophecy“ realisiert.

POELZL (199X)²⁰ hat in diesem Zusammenhang den visionären Einfluß von „Propheten“ wie Sozialwissenschaftlern und Firmenchefs auf die Wirklichkeitskonstruktion der ‚Informationsgesellschaft‘ in den Massenmedien untersucht, die dem einzelnen Individuum zur Grundlage der sozialen Konstruktion der gesellschaftlichen Realität dient:

„Der Transformationsmechanismus dieser Visionen ist in der Entstehung von Themenkarrieren in den Medien verankert; durch den Beitrag dieser Medienrealität zur persönlichen Wirklichkeitskonstruktion des einzelnen entfaltet er sich als Triebkraft gesellschaftlicher Veränderung.“ (ebd.)

POELZL (ebd.) lehnt seinen Konstruktionsbegriff an die ‚vom kognitionstheoretischen Konstruktivismus beeinflusste Systemtheorie‘ sowie den ‚kognitionstheoretischen Konstruktivismus‘ an.

²⁰ Das genaue Erscheinungsdatum konnte nicht ermittelt werden; vgl. andere Publikationen im Text, die ebenfalls so gekennzeichnet sind

Die Problematik, wie soziales Verhalten auf der Basis operativ geschlossener psychischer Systeme entstehen soll, wird nicht behandelt (vgl. Abschnitt A.I.2.g]aa]).

Jenseits aller gesellschaftlichen oder individuellen Visionen bleibt festzuhalten, daß der allgemeine freie Zugang zu Informationen im bzw. durch das Internet zum gegenwärtigen Zeitpunkt schon deshalb eine Utopie darstellt, weil das Internet heute noch überwiegend von (angehenden) Akademikern genutzt wird (siehe Abschnitt E.I.). Die Behauptung, das Internet sei die Verwirklichung des normativen Idealtypus ‚Informationsgesellschaft‘, wie ihn die gesamtgesellschaftlichen Akteure aus Politik und Wirtschaft zeichnen und ganz besonders den Nutzern oder potentiellen Nutzern des Internets anheimlegen, ist darum Mythos; zum jetzigen Zeitpunkt ist die ‚Informationsgesellschaft‘ lediglich ein Anspruch, der an das Internet und dessen Benutzer herangetragen wird.

Ernstnehmen kann man den Begriff der ‚Informationsgesellschaft‘ nur, wenn die restringierte Bedeutung des Begriffes „Information“ explizit gemacht wird: Der Umgang mit Informationen im Sinne von Daten hat in der Tat zugenommen und nimmt weiter zu.²¹ Davon einmal abgesehen, sind die angeführten ‚informationstechnologischen Normen‘ Soll-Normen, die nicht dazu dienen, die momentane Gesellschaft zusammenzuhalten, sondern eine zukünftige, wenngleich sie sich eng an die gegenwärtige Struktur der Individualisierung anlehnen.

IV. Die Hauptthese auf gesellschaftstheoretischer Basis

Wie am Ende des Abschnittes A.III.1.d] dargelegt, versucht der Mensch trotz akzeptierter optioneller Vielfalt zumindest im Geiste, fehlende tradierte Bindungen durch freiwillige, selbst hergestellte Gemeinschaftlichkeit zu ersetzen.

These dieser Arbeit ist nun, daß das Internet aus diesem Grund als soziales Medium definiert und schließlich auch tatsächlich sozial genutzt wird. Formen sozialer Integration bestehen, und zwar sowohl geistig-virtueller, als auch physikalisch-gegenständlicher Art. Die über das Computernetzwerk vermittelte und schließlich je individuell konstruierte Gemeinschaftlichkeit bleibt allerdings (noch) vorwiegend geistig-virtuell, weil die individualisierten Individuen der Freiheit der Beziehungswahl, die durch geistig-virtuelle Kontakte am besten gewährleistet ist, vor dem Hintergrund einer individualisierten Gesellschaftstruktur einen hohen Wert beimessen. Sofern über das Internet auch ‚richtige‘ Kontakte im leibhaftigen Leben vermittelt werden, ist zu vermuten, daß diese ebenfalls eher loser Natur sind.

Aufgrund des hohen Anteils an individueller Integrationsleistung läßt sich die Herstellung sozialer Kontakte über das Internet als ‚Eigenintegration‘ bezeichnen. SCHULZE (1995, S. 76) nennt Integrationsleistungen mit hohem individuellen Anteil „Selbstbindung“ (siehe Abschnitt A.III.1.c]).

²¹ Man denke in diesem Zusammenhang nur an die stetig steigende Zahl von Fernsehkanälen.

Die „Selbstbindung“ oder ‚Eigenintegration‘ wird daran deutlich, daß Internet-Nutzer die sozialen Utopien, die um das Internet kreisen, teilen.

Das Bekenntnis zu einer offenen Gesellschaft, der ‚Informationsgesellschaft‘, deren Mitglieder als frei und vorwiegend durch unverbindliche kommunikative Handlungen, also als durch Mediationen verbundene Individuen gedacht werden können, paßt sich in bestehende gesellschaftliche Strukturen von Individualisierung und gefühlsbetonter Erlebnisorientierung ein. Das Bekenntnis selbst wird über den Gebrauch des Internets als sozialem Medium geleistet, und zwar vorwiegend für sich selbst. Die Wahrhaftigkeit der Kommunikationspartner ist nämlich nur selten überprüfbar, von einer ‚tatsächlichen Interaktion‘ kann bei rein geistig-virtuellen Sozialkontakten kaum gesprochen werden, weil sie unter dem ständigen Vorbehalt der Täuschung bzw. abrupten Auflösung stehen. Nur im systemtheoretischen Sinne ist diese Kommunikationsform sozial, denn es ist nicht abzustreiten, daß zumindest mit den Kommunikationen anderer Internet-Nutzer kommuniziert wird, wenn auch strenggenommen nicht mit diesen selbst, deren Identität dauerhaft fraglich bleibt. Viele Nutzer verheimlichen ihre ‚wahre Identität‘ absichtlich und ordnen damit ihr Verhalten im Computernetzwerk Internet der herrschenden Individualisierung unter, die durch eine hohe Selbstbestimmung des Individuums gekennzeichnet ist. Das Soziale ist bei der Beschäftigung mit dem Internet ins Individuum verlegt, weil die Selbstreflexion, die die Verarbeitung des im Internet Gelesenen und Gesehenen auslöst, im Vordergrund steht: Der Mensch ist heutzutage „[...] sich selbst Ziel und Zweck der Bearbeitung“ (GROSS 1994, S. 128).

Entscheidend ist nur das Wissen, daß andere Nutzer das Internet ebenfalls sozial verwenden und man auf diese Weise einer von vielen ist, die sich zu den kommunikativen Prinzipien der ‚Informationsgesellschaft‘ bekennen. Dies Wissen wird nicht zuletzt über symbolische Codes wie die sog. ➔„Smileys“ vermittelt (vgl. Abschnitt B.II.1.).

Sich über das Internet zu verständigen und zu integrieren, ist von sozialen Akteuren längst zur sozialen Norm erklärt worden. Das Individuum steht unter „Realisierungsdruck“. Will es nicht das Gefühl bekommen, ausgeschlossen zu sein von gesellschaftlicher Fortentwicklung, muß es sich über soziale Gebrauchsweisen des Internets den ‚informationstechnologischen Normen‘ bzw. dem ‚informationstechnologischen Individualisierungsdruck‘ beugen (siehe Abschnitt C.II.2). Es muß sich seine Sozialpartner im ‚Chat‘ selbst aussuchen wollen. Es entwickelt ein ‚Anpassungsbedürfnis‘. Allzugern werden schließlich die entsprechenden ‚Definitionsangebote‘ sozialer Akteure übernommen.

Diejenigen, die dem „Realisierungsdruck“ individueller bzw. gesellschaftlicher Ansprüche entsprochen und besonders begehrte Optionen verwirklicht haben, zeigen dies nach GROSS (vgl. ebd., S. 318ff.) demonstrativ. Das gilt für einzelne Personen, aber auch für ganze Gesellschaften. So geben die Nationen der sog. ‚Ersten Welt‘ das Bild ihrer Optionenvielfalt und verwirklichter Optionen mit Hilfe von Medien an die Menschen in der sog. ‚Dritte Welt‘ weiter, die daraufhin je individuell den Wunsch entwickeln, sich der Entwicklung anzuschließen.

Die Demonstration von Reichtum, materiellem Überfluß, ausgiebiger Freizeitbetätigung etc. stellt bei denen, die diese Optionen noch nicht verwirklicht haben, eine „*produktive Unzufriedenheit*“ her (ebd.). ‚Produktiv‘ in dem Sinne, daß letztlich alle Gesellschaftsmitglieder dazu tendieren, den Wunsch nach der Erfüllung bestimmter Optionen zu übernehmen.

Der gleiche funktionalistische Kreislauf führt, so möchte ich in dieser Arbeit behaupten, im Zusammenhang mit der Nutzung des Internets zu zweierlei Formen der Integration: zum einen zu einer Art ‚tatsächlicher‘ Integration. Sich Sozialpartner selbst auswählen, die Kontrolle über Sozialbeziehungen zu behalten, ist die dominierende Struktur gegenwärtiger ‚postmoderner‘ Gesellschaften. Diese Struktur wird auf den sozialen Gebrauch des Internets übertragen, und zwar bei der Herstellung sowohl geistig-virtueller als auch physikalisch-gegenständlicher Sozialkontakte. Zum anderen findet im Rahmen der Anpassung an die beschriebenen ‚informationstechnologischen Soll-Normen‘ eine Art ‚vorausseilende‘ Integration in die sich abzeichnende, aber noch nicht näher definierte ‚Informationsgesellschaft‘ statt. Die ‚informationstechnologischen Normen‘ verknüpfen dabei die Werte der Individualisierung wie Individualität, Freiheit, Ungebundenheit etc. mit technischen Medien bzw. dem Informationsbegriff: Individualität, Freiheit und Ungebundenheit *durch* technisch vermittelte Informationsverarbeitung ist das gesellschaftliche Ideal.

Die Nutzer des Internets beweisen sich gegenseitig, daß sie dem ‚informationstechnologischen Individualisierungsdruck‘ entsprechen. Sie entwickeln eine Art ‚informationstechnologische Konformitätsbereitschaft‘ (siehe Abschnitt C.II.2.), d.h. sie individualisieren sich zwar zunehmend durch die technische Mediation sozialer Kommunikationen, dies aber auf eine standardisierte Weise.

Aus diesem Grund heraus verwundert es nicht, daß im Internet auch die persönlichsten Angaben, z.B. sexuelle Bekenntnisse oder Meinungen aller Art, auf ‚Homepages‘ öffentlich gemacht werden. Sie werden im Sinne der ‚ersten informationstechnologischen Norm‘ als „Daten“ interpretiert und müssen ‚zugänglich‘ gemacht werden, ob sie nun gelesen werden oder nicht. Dies ist natürlich Ausdruck von Individualität und Selbstentfaltung, aber auf der anderen Seite auch Anpassung an eine Verhaltensweise, die längst schon zum Standard im Internet und, in abgeschwächter Form, in der umgebenden Gesamtgesellschaft geworden ist.

B. VIRTUELLE SOZIALITÄT UND GESELLSCHAFTSSTRUKTUR

Über den Vergleich verschiedener gesellschaftstheoretischer Konzeptionen konnte die Grundstruktur moderner, westlicher Gesellschaften herausgearbeitet werden.

Dabei liegt der Schwerpunkt auf SCHULZEs (1995) „Erlebnisgesellschaft“, weil sie sich zum einen dezidiert auf die Bundesrepublik der achtziger und neunziger Jahre bezieht und zum anderen als einzige der fünf Konzeptionen empirisch angelegt, d.h. am wenigsten dem Verdacht der Konstruktion ausgesetzt ist. SCHULZE (1995) geht in seiner Konzeption davon aus, daß sich individualisierte Individuen über den Prozeß der „Selbstbindung“ (ebd., S. 76) selbständig in „Szenen“ integrieren. Es soll in den Abschnitten B.II.1. bis B.II.5 anhand einer nichtrepräsentativen Literaturschau der Frage nachgegangen werden, ob sich eine ähnliche Beziehungsform in den sozialen Gebrauchsweisen des Internets wiederfinden läßt.

Vorangestellt seien Betrachtungen der Funktion des Internets für das gesellschaftliche Zusammenleben der Menschen, die weitgehend von Autoren *aus dem Internet* stammen. Diese z.T. sozialwissenschaftlichen Texte belegen, daß die Utopien der ‚Informationsgesellschaft‘ auf das Internet übertragen werden und den sozialwissenschaftlichen Diskurs dominieren. ‚Freiheit‘, ‚Gleichheit‘ und ‚Brüderlichkeit‘ sind der Anspruch einer Gesellschaft, in der Individualismus allen zuteil werden soll. Ihre Vervollkommenung soll die ‚Informationsgesellschaft‘ besorgen. Und das Internet muß dafür herhalten.

I. Internet-Utopien gesellschaftlichen Zusammenlebens

Jede Utopie ist, sofern technische Artefakte in ihrem Mittelpunkt stehen, technikdeterministisch, denn Technik führt in der utopistischen Vorstellungswelt unweigerlich zur herbeigesehnten Zukunft. Die Utopie ist damit nichts anderes als ein ‚Leitbild‘, das Kommunikation ermöglicht, weil es ihr ein Thema vorgibt und so das Unbekannte, z.B. neue Technologien, vor dem Hintergrund kultureller Werte in den Alltag der Menschen integriert.

‚Freiheit‘, ‚Gleichheit‘ und ‚Brüderlichkeit‘ sind traditionale Werte, die im Zeitalter der Individualisierung auf das Individuum bezogen werden. Der einzelne soll frei sein und diese Freiheit in Abwesenheit von Ungleichheit und in Solidarität mit anderen Menschen ‚genießen‘, ‚erleben‘ können. Das Internet ermöglicht, so wird suggeriert, die Verwirklichung dieser Werte.

Die moderne Verankerung von ‚Freiheit‘, ‚Gleichheit‘ und ‚Brüderlichkeit‘ findet sich bei GROSS (1994, S. 143) als Antriebsfeder der „Postmoderne“ bzw. der „Vollendung der Moderne“, als „Dreipunktoprogramm der Moderne“: „die Steigerung der Handlungsmöglichkeiten, die Steigerung der Teilhabe an den Handlungsmöglichkeiten und die Garantierung minimaler Teilhabe an den eröffneten Handlungsmöglichkeiten“ (ebd., S. 332).

„Freiheit“ ist also gleichbedeutend mit Optionsvielfalt, z.B. bei der Berufswahl. „Gleichheit“ meint die prinzipielle Gleichverteilung von Chancen (‚Chancengleichheit‘). „Brüderlichkeit“ fordert ‚Chancengerechtigkeit‘, d.h. z.B. die Beseitigung von trotz ‚Chancengleichheit‘ auftretender Ungleichheiten in dem Ergreifen bestimmter Berufspositionen.

Der letzte Punkt ist „der garantierte Standard der Teilhabe“ (ebd., S. 146) oder, um BELL (1985, S. 303) zu zitieren, die „Gleichheit der Ergebnisse“.

1. Freiheit

Individuelle ‚Freiheit‘ besteht für viele Autoren und vor allem für den überwiegenden Teil der Nutzer darin, in der virtuellen Realität so sein zu können, wie man ‚eigentlich ist‘, also ohne die Angst vor sozialer Kontrolle (vgl. REID 1991). Ein sehr großer Teil privater ‚Homepages‘ trägt aus diesem Grunde das „blue ribbon“, ein Symbol, das die Unterstützung der „blue ribbon campaign“ anzeigt, welche die ‚Zensurfreiheit‘ im Internet proklamiert.

Individuelle ‚Freiheit‘ bedeutet im Internet auch, nicht auf eine Persönlichkeit, ein Geschlecht, einen Beruf etc. festgelegt zu sein, sondern z.B. die Möglichkeit zu haben, in textbasierten virtuellen Umgebungen sich als Frau darzustellen, obwohl man ‚in Wirklichkeit‘ ein Mann ist etc. (vgl. z.B. ebd.). Dies kann angeblich soweit gehen, daß die ‚Realität‘ des physischen Hier-und-Jetzt mit der elektronischen, virtuellen ‚Pseudo-Realität‘ in eins gesetzt wird:

„‘RL [das physische Hier-und-Jetzt, Anm. d. Verf.] ist nicht mehr als ein weiteres Fenster, und gewöhnlich nicht mein Bestes.’ Das sind die Worte eines Collagestudenten, der die Welten, in denen er mittels seines Computers lebt, für ebenso real hält wie RL - das wirkliche Leben. Er redet über die Zeit die er damit verbringt, vier verschiedene Charakter in drei verschiedenen MUDs [d.h. textbasierten Rollenspielen, Anm. d. Verf.] zu "sein" genau so, wie über die Zeit, die er mit der Erledigung seiner Hausaufgaben am Computer verbringt. Wie er es sieht, teilt sich seine Persönlichkeit auf, und er schaltet einen Teil nach dem nächsten ein, so wie er von Fenster zu Fenster auf seinem Bildschirm springt. Der Computer und das Internet erlauben ihm, verschiedene Aspekte seines Selbst zu entdecken. Oder wie es ein anderer User ausdrückte: 'Du bist der, der du vorgibst zu sein.' " (TURKLE 1998, ohne Seitenangabe; zit. n. MÖLLER 1997)

Die Behauptung, daß es sich bei virtueller ‚Realität‘ um eine ‚Pseudo-Realität‘ handelt, stützt sich darauf, daß Aussagen, wie sie im Zitat zum Ausdruck kommen, die soziologische Diskussion über Internet-Kommunikation in einem überwältigenden Ausmaß dominieren. Inzwischen schmücken sich viele Nutzer ganz bewußt mit dem ‚Etikett‘, einer neuen Lebensform anzugehören (‚Ich bin ein Informationsjunkie‘, heißt es!; siehe Abschnitt B.II.5.). Das angeführte Zitat wird in sehr vielen Publikationen zum Thema Internet-Kommunikation verwendet, ja überhaupt sind die Arbeiten von TURKLE (z.B. 1998) zu maßgebenden Standardwerken geworden. Und das, obwohl die darin geschilderten ‚Fälle‘ sich oft auf ‚MUDs‘ beziehen, die nur von einer sehr geringen Minderheit frequentiert werden. Sich über das Internet individualisieren, ‚befreien‘ zu können, ist zur standardisierten Formel geworden (vgl. Abschnitt A.III.1.b)).

Man beachte z.B. den hohen Bewußtseinsgrad des im Zitat zu Wort kommenden Studenten, der das Internet eher symbolisch als ‚tatsächlich sozial‘ verwendet, wobei natürlich auch die symbolische Nutzung eine soziale Gebrauchsweise darstellt.

Die „multiple Persönlichkeit“ ist ein Konzept, das vielen Nutzern, insbesondere Studenten, bekannt sein dürfte. Die Teilhabe an solchen ‚postmodernen‘ Werten mag als ‚chic‘ gelten. Die Freiheit, so zu sein, wie man möchte, ist aber m.A. nicht zuletzt der Wunsch, sich an ‚informationstechnologische Normen‘ zu binden, d.h. zu wissen, zu ‚handeln‘, sich selbst oder (im Geiste vorgestellten) anderen zu beweisen, wie man sich im Internet ‚bewegt‘, wie man Informationen kontrolliert.

In diesem Sinne ist der Wunsch nach individueller ‚Freiheit‘ im Internet utopisch. Diese Feststellung bezieht sich auf einen in der physikalisch-gegenständlichen Welt verhafteten, handlungstheoretischen Freiheitsbegriff; denn die Freiheit des Denkens ist bekanntermaßen immer gegeben. Wo die Möglichkeit, für geäußerte ‚abweichende Gedanken‘ negativ sanktioniert zu werden, nicht mehr besteht, weil ‚abweichendes Verhalten‘ in vielen virtuellen Umgebungen, z.B. Rollenspielen, sogar schon zur Norm geworden ist, oder weil man durch die Verwendung verschiedener Pseudonyme jegliche Aussperrung von Internet-Kommunikation verhindern kann, macht es keinen Sinn, von ‚Freiheit von etwas‘ zu sprechen. In einigen ‚Newsgroups‘ wird das sog. „flaming“, das Beschimpfen anderer Nutzer (aufgrund von Regelverstößen gegen die ➔ „Netiquette“), sogar bewußt trainiert, zum Spiel gemacht.

‚Politische Freiheit‘ ist ebenfalls ein Anspruch, den das Internet erfüllen soll. MÖLLER (ebd.) hält sie für möglich, aber z.Zt. noch nicht umgesetzt:

"Das politische Pionierprojekt computervermittelter Kommunikation, die vergleichsweise politische Mailboxszene ist seit 1994 gegenüber dem Gesamtunternehmen Internet massiv entwertet worden: höchstens noch 2 - 3 % der NetznutzerInnen hängen an Mailboxen, das /CL-Netz z.B. wird 1996 von gerade mal rund 100 000 Menschen benutzt. Momentan gibt es ca. 70 000 Mailing-Listen und etwa 16 000 Newsgroups. Auf das Stichwort "politik" gab es am 30.11. 1996 335 Nennungen [0,3 %], von denen dann noch etwa ein Drittel auf den akademischen Bereich entfällt." (ebd.; zit. n. RILLING 1997)

D.h., selbst wenn man ‚politische Freiheit‘ ‚nur‘ als ‚freien Meinungs-austausch über politische Themen mit anderen‘ definiert, kann man noch nicht von einer umfassenden Verwirklichung dieses Ideals sprechen, von Ausnahmen wie einigen politischen Newsgroups, der Diskussion über CASTOR-Transporte oder Boykottaufrufen angesichts französischer Atomtests einmal abgesehen.

Die eigentlich utopistische Überhöhung des Internets kommt jedoch noch viel stärker zum Ausdruck, wenn unter ‚politischer Freiheit‘ die ‚allgemeine Freiheit des Bürgers von ideologischer Bevormundung durch den Staat‘ ö.ä. verstanden wird, also das Internet helfen soll, diktatorische Regime zu stürzen bzw. die Partizipation in demokratischen Systemen zu erhöhen. Dann werden Hoffnungen mit dem Internet verbunden, die sich *innerhalb* desselben nicht realisieren lassen. Das Internet soll äußeren sozialen bzw. politischen Wandel bewirken.

Daß dies theoretisch möglich ist, steht außer Frage, jedoch gehen viele Nutzer bzw. Autoren von der Zwangsläufigkeit einer solchen Entwicklung aus und vernachlässigen die Notwendigkeit sozialer Definitionsprozesse auf Seiten definitionsmächtiger Akteure und mit- bzw. nachkonstruierender Nutzer. SPECKER (1997) verdeutlicht dies am Beispiel Chinas, das den freien Zugang zum Internet streng limitiert und die polizeiliche Registrierung von Internet-Nutzern eingeführt hat. Auch Chinas intellektuelle Elite tritt nicht geschlossen für die freiheitlich-westlichen Werte ein, die das Internet verkörpert. Als Folge dieser Definitionsprozesse entwickelt sich die Internet-Anbindung Chinas nur zögerlich bzw. gar nicht.

2. Gleichheit

Wie sehr das Internet als Mittel definiert wird, politische ‚Gleichheit‘, hier vereinfacht als ‚Demokratie‘ aufgefaßt, herzustellen, zeigt die unaufgeforderte Nachricht einer Nutzerin an den Verfasser:

„[...] Auch die Frage zur Demokratie hat meinen 'Nerv' getroffen. Demokratie in der Form wie sie zur Zeit in den westlichen Staaten betrieben wird ist nicht unbedingt das, was der urspruenglichen Idee von Demokratie entspricht. Es ist verkappt, aber nichts desto trotz eine Herrschaft einiger weniger ueber viele mit der Absicht der Ausbeutung (der Begriff trifft den Nagel – aber Kommunismus ist nicht meine Linie). In dieser Form dient das Internet nicht der Demokratie, ist ihr nicht foerderlich. Aber es dient der urspruenglichen, 'reinen' Idee der Demokratie, die mehr als nur 'Mehrheiten' enthaelt, sprich Austausch von Ideen und Erlaeuterung, dabei das Finden und Herstellen von Uebereinstimmungen und somit auch Entscheidungen, die aber nicht 'Mehrheit ueber Minderheit' sind.“ (eine befragte Nutzerin)

In seiner „Cyberspace Independence Declaration“ konstruiert BARLOW (1996), ehemaliger Liedschreiber der Hippie-Band „Greatful Dead“, das Internet als Gegenwelt zur ‚Realwelt‘, frei von institutionellen Beschränkungen und sozialer Ungleichheit:

„We are creating a world that all may enter without privilege or prejudice accorded by race, economic power, military force, or station of birth. We are creating a world where anyone, anywhere may express his or her beliefs, no matter how singular, without fear of being coerced into silence or conformity.“ (ebd.)

Auch wenn der utopische Gehalt dieser ‚Unabhängigkeitserklärung‘ auf kritische Gegenstimmen gestoßen ist (vgl. z.B. HORVATH 1998), so hat sie sich im Internet verbreitet und nicht wenige Anhänger gefunden. Sie ist der Prototyp von Gleichheitsutopien, die sich um die Zukunft des Internets ranken.

Politische ‚Gleichheit‘ heißt bei GESER (1996) die unter Bürgern gleichverteilte Freiheit, sich an der politischen Willensbildung beteiligen zu können. Dies Ideal sei in den gegenwärtigen Gesellschaften noch nicht voll verwirklicht. Das Internet sei aber wie kein zweites Medium dazu imstande, dies zu ermöglichen:

„Erst mit den Computernetzen wird die Vorstellung einer gleichzeitig maximal öffentlichen und maximal interaktiven Kommunikationssphäre zu einer greifbaren Realität. Erst hier kann ein reziproker Austausch von Informationen, Meinungen u.a. stattfinden, der einerseits den Partizipanten maximale Chancen freier Selbstartikulation belässt, und ihnen andererseits die Chance gibt, ihre Aussagen in eine Arena globaler Öffentlichkeit einfließen zu machen.“ (ebd.)

Die Forderung nach ‚Gleichheit‘ bezieht sich dabei dezidiert auf den Anspruch der aufklärerischen Philosophen, Vernunft unabhängig von ethnischer, religiöser oder ständischer Zugehörigkeit im öffentlichen Diskurs herzustellen. In der ‚richtigen Welt‘ entspricht der sozialen Wirklichkeit nach GESER (ebd.) aber z.Zt. eher der Bürger, der passiv eine „veröffentlichte Meinung“ über die Massenmedien rezipiert. Das Internet, so seine utopische Vorstellung, bricht jedoch geschlossene meinungsproduzierende Systeme auf und gestattet es dem einzelnen, sich alle nötigen Informationen zugänglich zu machen, um politisch ‚vernünftig‘ handeln zu können. „Führung, Ideologie und Propaganda“ werden durch „Elemente der diskursiven Meinungsbildung und der plebiszitären Abstimmung“ ersetzt werden. Bisher aus der Gemeinschaft der Gleichen Ausgeschlossene „wie z.B. Invalide, Klinikpatienten, Gefängnisinsassen“ u.a. haben dann die Möglichkeit zur Partizipation.

GESER (ebd.) entlarvt seine Hoffnungen auf die Herstellung wahrhaftiger Gleichheit jedoch selbst als Utopie, indem er auf die überbordende Meinungsvielfalt hinweist, die entstehen könnte, wenn sich jedes Individuum einzeln am Prozeß der politischen Willensbildung beteiligen würde.

GESER (ebd.) hat zwar den bewußten Anspruch, bei seiner Analyse von elektronisch hergestellter Öffentlichkeit utopistische Annahmen zu vermeiden, und versteht seinen Text lediglich als „tentative Aufgabe“. Dennoch wird er seinem Anspruch nicht gerecht, weil er nicht den Ist-Zustand der Internet-Kommunikation beschreibt, sondern in seiner Arbeit von der Gegenwart auf die Zukunft schließt. Er unterstellt,

- „[...] dass die politische Öffentlichkeit unserer Gesellschaft bereits in den nächsten Jahren völlig neue Entfaltungschancen gewinnen wird, die
- deduktiv aus objektiven technischen Eigenschaften der neuen Netzmedien erschlossen werden können
- und
- induktiv in mannigfachen anekdotischen Einzelbeispielen und empirischen Entwicklungstendenzen bereits heute in groben Umrissen fassbar sind.“ (ebd.)

Dies sind jedoch genau die Annahmen, die besonders technizistischen Utopien so oft zugrundeliegen: daß die Technik einerseits aus einer ihr innewohnenden ‚Strukturlogik‘ heraus wie von Geisterhand auf zukünftige gesellschaftliche Zustände zusteuert, und daß zweitens einige wenige empirische Beispiele hinreichen, um eine solche Entwicklung vorauszusehen.

Daß die Emotions-, Status- sowie Gestenlosigkeit elektronischer Kommunikation mit dem Gleichheitspostulat der Demokratie harmoniert, leuchtet m.A. ein. Die Kehrseite ist die fehlende Verantwortlichkeit für politische Taten im Internet, die bei den adressierten Politikern erst für die notwendige Glaubwürdigkeit sorgen würde.

Alle geschilderten politischen Erfolge, die mittels Internet erzielt werden konnten, beziehen sich im wesentlichen auf benennbare Personen oder Akteure, die das Internet benutzt haben, um politische Aktionen im ‚richtigen Leben‘ zu koordinieren. So berichtet GESER (ebd.) von einem exilburmesischen Studenten namens Zarni, der per Internet politische Aktionstage an US-amerikanischen Universitäten organisierte, um auf die Lage in seiner Heimat aufmerksam zu machen. Er erreichte z.B., daß einige Universitätsleitungen ihre Verträge mit der PEPSI COLA CORP. beendeten, weil sich dieser Konzern mit dem burmesischen Regime arrangiert hatte.

GESER (ebd.) räumt ein, daß Internet-Kommunikation selbst keinen (politischen) ‚Sinn‘ erzeugt, sondern dies kontinuierlich bestehenden, benennbaren Gruppen aus dem ‚richtigen Leben‘ vorbehalten bleibt, die bereits vor Veröffentlichung ihrer Ideen im Internet über längere Zeit normative Strukturen im ‚realen Leben‘ herausbilden konnten.

Das Internet als solches ist, so die generelle Entgegnung auf GESER (ebd.), (noch) nicht in der Lage, demokratische Strukturen zu erzeugen. Die Definitionsmacht von Akteuren sowie die Bereitschaft der Nutzer, ihren politischen Willen nicht anonym zu bekunden, sondern politische Meinungsäußerungen zumindest auf der Aggregatebene namentlich zu vertreten, würden dazugehören. Für LEGGEWIE (1996) dominiert diese Einschränkung über die tendenzielle Eignung des Internets für die Beförderung der Demokratie:

„Aber als solches verhält sich das Internet dem demokratischen Prozeß (und dem gut informierten Bürger) gegenüber neutral. Nutzen und Nachteil hängen davon ab, wie es allgemeiner, freier, gleicher und geheimer Nutzung zur Verfügung steht, d.h. ganz wesentlich von der Wahl öffentlicher Politik, die Ein- und Ausrichtung des Internet bestimmt, von der Weise, wie öffentliche Einrichtungen sich dieser "Schlüsselgewalt" bedienen, und von der Selbstorganisierungskapazität der Internet-Benutzer. Zudem setzt die Bekanntmachung eigener politischer Bestrebungen oft die massenmediale Verbreitung der Internet-Adresse voraus, so daß man nicht unbedingt von einem faktischen, sondern nur von theoretischem Zugang der Nutzer zu allen relevanten politischen Informationen sprechen kann.“ (ebd.)

Dennoch verbindet auch LEGGEWIE (ebd.) mit dem Internet Hoffnungen auf Fortentwicklung der Demokratie, die sich m.A. derzeit nur in ersten Ansätzen erfüllt haben oder sogar durch die Praxis widerlegt worden und insofern (noch) als utopisch zu bezeichnen sind:

„Das Internet erlaubt mehr qualifizierten und reiterativen Meinungsaustausch, d.h. es kommt dem alten demokratischen Ideal der ‚Selbstregierung nach ausführlicher Diskussion‘ (nach John Stuart Mill) näher.“ (ebd.)

Anders als für viele Autoren im Internet, die über die Demokratietauglichkeit des Mediums schreiben, ist dies für LEGGEWIE (ebd.) jedoch eine bloß *mögliche*, aber keine zwangsläufige Entwicklung:

„Es [das Internet, Anm. d. Verf.] könnte damit ein Instrumentarium der direkten ebenso wie der repräsentativen Demokratie werden, indem es in beiden Arenen horizontale Bürger-Diskussion in den Mittelpunkt rückt.“ (ebd.)

Das Utopische von Aussagen über die dem Internet angeblich inhärente demokratiesteigernde Wirkung besteht nicht in der Unmöglichkeit ihrer Verwirklichung, sondern in ihrem Zukunftsbezug.

Eine im Rahmen dieser Arbeit befragte Nutzerin brachte dem Verfasser gegenüber in einer Reaktion auf den Fragebogen zum Ausdruck, daß sie die Entstehung gleichheitsgefährdender Informationseliten befürchtet, wenn der Zugang zum Internet weiterhin ökonomische Ressourcen voraussetzt:

„Z.B. die Frage nach der Demokratisierung: Auch hier sind sich widersprechende, aber entscheidende Veränderungen zu erwarten. Als negativ für eine Demokratisierung sehe ich es an, dass je nach dem wirtschaftlichen Reichtum einer Nation und der Verteilung des wirtschaftlichen Reichtums innerhalb einer Gesellschaft mehr oder weniger große Bevölkerungsgruppen keinen Zugang zum Internet haben werden. (So sind für uns als Familie die Telefonkosten eigentlich nicht mehr bezahlbar.)“ (eine befragte Nutzerin)

Trotz dieser Differenzierung, wie sie sich auch bei LEGGEWIE (1996) findet, betont die Nutzerin jedoch das grundsätzliche Potential der Internet-Technologie für Demokratisierungsprozesse und bezieht sich dabei auf eigene Erfahrungen, die, für sich allein genommen, in der Tat ein Stück demokratische Partizipation darstellen:

„Positiv im Sinn einer Demokratisierung empfinde ich, dass ich jederzeit auch meine Außenseitermeinung zu einem bestimmten Thema veröffentlichen kann und nicht auf die Akzeptanz durch Verlage, Fernsehjournalisten, Professoren usw. angewiesen bin. Gleichzeitig kann ich mir jederzeit die Internetveröffentlichungen von Außenseitern anschauen*), (z.B. zum Thema BSE). - Bis Außenseitermeinungen bisher genügend gesellschaftliche Akzeptanz fanden und in den Medien, bzw. in Büchern bequem nachzulesen waren, hat immer sehr lange gedauert oder wurde auf Dauer von Interessensgruppen oder konkurrierenden Personen verhindert.“ (dieselbe)

Ausgehend von dieser Erfahrung schließt die Nutzerin dann auf eine als wahrscheinlich anzunehmende Zukunft, die zwar durch die genannten Hemmnisse wie Kostenfaktoren etc. derzeit noch behindert wird, aber so wünschenswert scheint, daß es nur noch eine Frage der Zeit sein kann, bis sie Wirklichkeit wird.

„Professoren, Politiker, Manager, - ganz allgemein etablierte Größen - werden es in Zukunft schwerer haben, sich an der Spitze des rasanteren gesellschaftlichen Wandels zu halten. Der erworbene Status wird weniger Wert werden, dafür werden mehr Fakten und die tatsächlichen Interessen der Gesellschaft zählen. Das bedeutet für mich wesentlich mehr Demokratie und Chancengleichheit.“ (dieselbe)

Die Haltung der Nutzerin deckt sich weitgehend mit den Ansichten des Politikwissenschaftlers LEGGEWIE (1996) und des Soziologen GESER (1996).

Diese Tatsache zeigt zweierlei: Zum einen stimmen wissenschaftliches und Alltagswissen gerade im Internet oft überein. Der Unterschied zwischen dem „Experten“ und dem „gut informierten Bürger“ schmilzt (vgl. LEGGEWIE 1996). Die Zukunft des Internets wird in den Massenmedien allenthalben diskutiert, und für Internet-Nutzer mit Interesse an der Materie ist es keine Schwierigkeit, innerhalb weniger Minuten entsprechende politische Texte im Internet selbst zu finden.

Die Konstruktionen von Massenmedien bzw. den sie beherrschenden Akteuren und dem Wissenschaftssystem orientieren die Konstruktionen der Nutzer.

Zum zweiten verdeutlicht der übereinstimmende Gleichklang vieler Autoren und Nutzer, daß demokratische Gleichheit ein Wert ist, der auf jeden Fall im Zusammenhang mit dem Internet gesehen wird, ob man nun von einer Förderung oder Behinderung dieses Wertes ausgeht. Auf diese Weise könnten die technikdeterministischen Internet-Definitionen über Prozesse der ‚Eigenintegration‘ Wirklichkeit werden und könnte das Internet in einer nicht näher zu bezeichnenden Zukunft tatsächlich einmal umfassende demokratische Funktionen übernehmen.

3. *Brüderlichkeit*

‚Freiheit‘ und ‚Gleichheit‘ stellen Grundwerte dar, die universelle Geltung beanspruchen, also jedem Individuum zugute kommen sollten. Oftmals wird darum die Abkopplung der ‚Dritten Welt‘ vom Internet, ja von Informationen überhaupt beklagt (vgl. AFEMANN 1996). Daraus wird verschiedentlich ein Recht auf Information abgeleitet bzw. z.B. Informationssteuern vorgeschlagen, die auf das Aussenden von Radiowellen erhoben werden könnten, um die nonkommerzielle, globale Informatisierung aller Länder zu gewährleisten. Informatorische ‚Gleichheit‘ soll also auch denen zuteil werden, die sie ökonomisch nicht ‚verdienen‘ (vgl. HOLDERNESS 1995).

An den Wert der ‚Brüderlichkeit‘ wird überdies immer dann angeknüpft, wenn von „virtueller Gemeinschaft“ oder „Online-Communities“ gesprochen wird, - und das ist in Internet-Publikationen, den Massenmedien oder Nutzerkreisen ziemlich oft der Fall.

RHEINGOLD (1994), einer der meistzitierten Autoren in sozialwissenschaftlichen Publikationen über das Internet, berichtet von der „virtuellen Gemeinschaft“, wie er sie im „WELL“ erfahren habe, einem seit 1985 bestehenden Computernetzwerk. Beeindruckt haben RHEINGOLD (ebd.) dabei besonders die Unterstützungsleistungen für in Not Geratene: Eltern, die Ratschläge und emotionale Unterstützung bezüglich ihres leukämiekranken Kindes gesucht haben; Kranke, denen die Mitglieder des WELL einen Teil ihrer Operationskosten finanzierten; Hinterbliebene, die den Selbstmord eines WELL-Angehörigen zu beklagen hatten und denen auch im ‚richtigen Leben‘ das Beileid ausgesprochen wurde etc.

All diese Hilfeleistungen, hinter deren Wertschätzung nach RHEINGOLD (ebd.) der Wert der ‚Brüderlichkeit‘, der Solidarität steht, sind jedoch für die Hilfeleistungen, wie sie im derzeitigen WWW bzw. Internet stattfinden, nicht repräsentativ.

Das „WELL“ existierte bereits, als es das ‚WWW‘ noch gar nicht gab. Die Firma NETSCAPE hat die erste Version ihres gleichnamigen ‚Browsers‘ im Dezember 1994 zur Verfügung gestellt, dessen Siegeszug die Ausbreitung des ‚WWW‘ überhaupt erst ermöglichte (vgl. RAGGET, LAM & ALEXANDER 1997, S. 40 – 42).

Die von RHEINGOLD (1994) beschriebene „Gemeinschaft“ stammt also aus einer Phase des Internets, in der die vielen tausend ‚Chat‘-Systeme, wie sie sich heute ausdifferenziert haben, schwer vorstellbar gewesen sein dürften, ganz zu schweigen von den Abermillionen neu hinzugekommener Nutzer. Die Mitglieder des „WELL“ trafen sich zumeist auch im ‚richtigen Leben‘ auf Parties, nachdem sie sich zuvor im elektronischen Raum ‚kennengelernt‘ hatten. Viele der Teilnehmer nutzten außer dem „WELL“ keine anderen Online-Dienste und erwarben eine Art feste Mitgliedschaft. Pseudonyme konnten verwendet werden, aber die ‚echte‘ Benutzerkennung haftete jeder versandten Nachricht an (RHEINGOLD 1994, S. 67). Insofern handelte es sich um eine Vergemeinschaftungsform, die auf relativ gefestigten Kommunikationsstrukturen basierte, zu deren Aufrechterhaltung das Computernetzwerk als Transportmittel etablierter zwischenmenschlicher symbolischer Codes verwendet wurde. Dies brauchte seine Zeit. RHEINGOLD (1994) beschreibt seine Emotionen, als er zum ersten Mal eine der WELL-Parties im ‚richtigen Leben‘ besuchte:

„Als ich hinkam, befand ich mich plötzlich in einem Raum voller Fremder. Dies war eines der eigenartigsten Erlebnisse meines Lebens. Ich hatte mit diesen Leuten gekämpft [...], hatte die technische Kälte des uns verbindenden Mediums überwunden [...] und hatte mich über einige von ihnen schwarzgeärgert. Aber in diesem Haus gab es kein einziges bekanntes Gesicht. Ich hatte sie nie zuvor gesehen.“ (ebd, S. 12)

Ohne zumindest sporadische, ‚tatsächliche‘ Kontakte im ‚wirklichen Leben‘ kann keine Gemeinschaft bestehen. Selbst wenn man eine ‚Nation‘ als ‚Gemeinschaft‘ auffaßt, so müssen die Angehörigen dieser ‚Gemeinschaft‘ irgendwann einmal in ihrem Leben Landsleute persönlich getroffen haben, um eine soziale Identität ausbilden zu können. Nicht abzustreiten ist, daß im Internet zuhauf Hilfestellungen gegeben werden. Fragende erhalten in den ‚Newsgroups‘ oder direkt per ‚E-Mail‘ Antworten. Es werden Studienarbeiten herausgesucht und verschickt, Bilder ausgetauscht, Rat erteilt, Fragebögen ausgefüllt etc. Diese Unterstützungsleistungen vermitteln in der Tat eine Art Gemeinschaftsgefühl, das im Rahmen der vorliegenden Arbeit auf die gemeinsame Teilhabe am Leitbild der ‚Informationsgesellschaft‘ zurückgeführt wird.

Die Deklaration als „virtuelle Gemeinschaft“ bzw. „global village“ folgt der Notwendigkeit der Benennung und greift genaugenommen auf das gesellschaftliche Ideal der ‚Brüderlichkeit‘ zurück, das jedem Individuum, auch einem solchen, das in Not geraten ist, das gleiche Ausmaß an Zugehörigkeit zur Gemeinschaft zusichert. Alle Individuen aller Völker sollen gleichermaßen partizipieren können, und zwar auch solche, die dazu aus eigener Kraft und ohne die Teilhabe an Informationstechnologien nicht in der Lage wären: Kranke, Schwache, Isolierte, Arme, Minderheiten etc. Sogar die Europäische Union hat sich in diesem Sinne in ihrem „Programm Telematikanwendungen“ (TELEMATICS 2C, 1994) die „Entwicklung, Prüfung und Validierung von Mehrwert-Telediensten für geographisch oder gesellschaftlich isolierte Menschen (darunter Kranke, Behinderte und Senioren) auf der Grundlage einer einheitlichen Konzeption für die Erbringung verschiedener interaktiver Teledienste in den Bereichen Bildung, Medizin, Kultur und Verwaltung sowie zur Erleichterung des persönlichen Einkaufs, des Zahlungsverkehrs usw.“ bewußt zur Aufgabe gemacht.

Sie hat eigens ein Unterprogramm „Disabled and elderly people“ ins Leben gerufen. Das allgemeine Programm ist in seiner Zielsetzung ein Beleg dafür, daß der Verwendungssinn neuer Informations- und Kommunikationstechnologien nicht von vornherein festgelegt ist, sondern von gesellschaftlichen Großakteuren vor dem Hintergrund eigener Interessen definiert wird (siehe Abschnitt A.I.2.c[cc]):

„Das Programm verfolgt zwei Ziele. Zum einen sollen weiterhin die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Industrie und die Effektivität von Diensten für die Öffentlichkeit gestärkt sowie durch die Entwicklung von neuen Telematiksystemen und -diensten in Bereichen wie Telearbeit und Teledienste die Schaffung von Arbeitsplätzen gefördert werden. [...]“ (ebd.)

II. Soziale Gebrauchsweisen des Internets

Das Internet basiert auf dem 1969 im Auftrag des US-amerikanischen Verteidigungsministeriums in Betrieb genommenen ‚ARPANET‘. Es läßt sich in unterschiedliche Kommunikationsdienste einteilen, wovon diejenigen, die zum Austausch von Informationen *zwischen Menschen* benutzt werden (z.B. ‚E-Mail‘), von solchen zu trennen sind, mit deren Hilfe Rechner untereinander oder Rechner mit Menschen interagieren (z.B. mittels Steuerprogrammen wie ➔„TELNET“ oder Dateiübertragungssoftware wie ➔„FTP“).

Die sozialen Kommunikationsdienste lassen sich im Hinblick auf *Synchronizität* und *Lateralität* klassifizieren. ‚E-Mail‘ ist z.B. ein *unilaterales, asynchrones* Kommunikationsmedium, das zeitversetzte „One-to-one“-Kommunikation ermöglicht (vgl. z.B. PIENING 1995).

Es konnte gezeigt werden, daß die ‚sozialen Dienste‘ des Internets in den technikdeterministischen Annahmen sozialwissenschaftlicher Apologeten und vieler Internet-Nutzer als Motor von Utopien zukünftigen Zusammenlebens in ‚Freiheit‘, ‚Gleichheit‘ und ‚Brüderlichkeit‘ geschildert werden. Dies schließt nicht aus, daß Ansätze zur Verwirklichung solcher Utopien bereits zum gegenwärtigen Zeitpunkt bestehen, weil „Self-fulfilling-prophecy“-Prozesse Strukturen der propagierten ‚Informationsgesellschaft‘ zu verfestigen beginnen (vgl. Abschnitt A.III.1.e[aa]).

Die folgenden Abschnitte (B.II.1. bis B.II.5.) untersuchen derzeit zu beobachtende soziale Praktiken im Internet, die auf die Herausbildung neuer sozialer Strukturen hindeuten, sich aber z.Zt. noch stark an faktisch gegebene gesellschaftliche Werte bzw. Strukturen anlehnen, wie SCHULZE (1995) sie am prägnantesten herausgearbeitet hat. M.a.W.: Es wird davon ausgegangen, daß das ‚virtuelle Leben‘ eine Funktion des ‚richtigen Lebens‘ darstellt. Die Eigenständigkeit einer virtuellen Existenz wird bestritten. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit können nur die bedeutsamsten Dienste behandelt werden.

1. E-Mail und Mailinglisten

Der E-Mail-Dienst gehört neben ‚TELNET‘ und ‚FTP‘ zu den ältesten Netzdiensten und wurde versuchsweise bereits 1971 implementiert, also zwei Jahre nach Inbetriebnahme des ‚ARPANETS‘ (MUSCH 1997, S. 31ff.). Seine Notwendig- bzw. Nützlichkeit wurde anfangs abgestritten, doch sorgten soziale Definitionsprozesse nach kurzer Zeit dafür, daß sich die Möglichkeit zur schnellen, kostengünstigen, vor allem aber formlosen sozialen Kommunikation in die Forderung nach einer Konsolidierung dieses Dienstes verwandelte (vgl. im Zusammenhang mit ‚Mailinglisten‘ ebd.). Heute ist ‚E-Mail‘ zumindest aus sozialer Sicht der bedeutendste Dienst des Internets, weil er innerhalb aller anderen Dienste als ‚Feedback‘-Möglichkeit genutzt wird, besonders im rasch wachsenden ‚WWW‘.

Auf den ersten Blick sind ‚E-Mails‘ nichts anderes als elektronisch übermittelte Briefe, die innerhalb weniger Sekunden zwischen zwei beliebigen geographischen Punkten ausgetauscht werden können, - eine Internet-Anbindung vorausgesetzt. Es zeigen sich bei näherem Hinsehen jedoch einige sozialpsychologische Besonderheiten, die vielfach dem Medium selbst zugerechnet werden. E-Mails unterscheiden sich von herkömmlichen Briefen oder Kontakten im ‚richtigen Leben‘ u.a. durch ihre „dramaturgische Schwäche“ (vgl. KIESLER et al. 1984), d.h. das Fehlen nonverbaler Hinweisreize auf sozialen Status, Charaktereigenschaften etc.

Diese ‚technische Gegebenheit‘ führe dann, so z.B. ANDERSON & SHAPIRO (1985), oftmals zu Mißinterpretationen empfangener Botschaften, die durch eine weitere ‚technische Eigenart‘, die unmittelbare Möglichkeit zur Antwortreaktion, noch intensiviert würden. Resultat seien unerwünschte Kommunikationsformen. CLARKE (1995-1997) beschreibt sie als kommunikative „Dysfunktionalitäten“: „Socially Aggressive Dysfunktionalität“, „Economically Aggressive Dysfunktionalität“ sowie „Avoidance Dysfunktionalität“.

„Socially Aggressive Dysfunktionalität“ umfaßt beleidigende Beschimpfungen („flaming“), die absichtliche Weiterleitung von Fehlinformationen, Diffamierung von Personen u.v.m. „Economically Aggressive Dysfunktionalität“ umschreibt jede Form aggressiver E-Mail-Werbung, die keine Rücksicht nimmt auf die Privatsphäre des elektronischen ‚Briefkastens‘ der Nutzer. „Avoidance Dysfunktionalität“ beinhaltet den Mißbrauch, der mit der bloß scheinbaren Anonymität des Mediums ‚E-Mail‘ getrieben werden kann, z.B. wenn die Nutzer im Glauben an Datensicherheit persönliche Nachrichten versenden, die rückwirkend mit der Person des Senders in Verbindung gebracht werden können.

Um all diese Kommunikationsstörungen zu vermeiden, empfehlen die Autoren die Einhaltung von Regeln der ‚Netiquette‘, also z.B. aus der Anonymität herauszutreten oder generell beleidigende Äußerungen zu unterlassen. M.A.W.: Derartige Entgleisungen sind dem Medium nicht inhärent, sondern eine soziale Definition des Mediengebrauchs, die durch die Einhaltung bestimmter Regeln durchaus vermieden werden *könnten*.

ANDERSON & SHAPIRO (1985) stellen fest, daß z.B. der Faktor der Anonymität nicht unbedingt einen Einfluß auf unfreundliche Äußerungen bzw. Mißverständnisse, also „flaming“ im weitesten Sinne, haben muß:

„In fact, we have not observed significant difference in ‚flaming‘ between remote correspondents who don't know each other personally, compared with communication among people who know each other. The anonymity factor does not appear to be an important one.“ (ebd.)

Die Tatsache des „flaming“ führen auch andere Autoren nicht hauptsächlich auf den Faktor der Anonymität, sondern auf die angesprochene „dramaturgische Schwäche“ von ‚E-Mails‘ zurück, die Mißverständnisse provozieren kann. ‚E-Mails sind in der Tat meist hastig geschrieben und voller Tippfehler, die zwar wahrgenommen, aber aus Zeitdruck nicht korrigiert werden. Dies ist jedoch ebenfalls keine Eigenschaft des Mediums ‚E-Mail‘, sondern ein willentlicher, definitorischer Akt. LESLIE (1993) etwa hat herausgefunden, daß die E-Mail-Nutzung mit der Verschiedenartigkeit kultureller Milieus variiert, in denen sie stattfindet.

Flüchtigkeit, Aussagelosigkeit und Mißinterpretation treten vor allem bei Studenten auf, deren flexibler Lebensstil zum Verfassen flüchtiger E-Mails führt. In betrieblichen Kontexten jedoch werden E-Mails oftmals viel sorgfältiger verfaßt, so daß weniger Mißverständnisse entstehen können. Auch innerhalb des betrieblichen Rahmens lassen sich auf mikrosozialer Ebene Definitionsprozesse ausmachen. So funktionalisieren Manager die E-Mail-Nutzung, um eine Distanz zu schaffen zu Mitarbeitern, die ihnen mißliebig sind (ebd.). Damit wird deutlich, daß die auf den Wandel ganzer Gesellschaften gerichteten Hoffnungen, die sich mit E-Mail-Kommunikation verbinden, deterministischen Charakter besitzen: E-Mail-Dienste können auf der einen Seite Status-Barrieren auflösen; Untersuchungen haben z.B. ergeben, daß Frauen per E-Mail mehr innerbetriebliche Vorschläge machen als normalerweise. Andererseits können E-Mails Hierarchien erhalten, indem Distanzen und legitimatorische Ausweichmöglichkeiten geschaffen werden.

Insgesamt gesehen, erscheint E-Mail daher als Medium, das entsprechend kultureller Wertvorstellungen verwendet und geschätzt wird. Es bietet die Möglichkeit, über soziale Kontakte frei zu verfügen, Verbindlichkeiten im Vagen zu halten. Diese Möglichkeit ist nicht zwingend, wird aber gern ergriffen, wie eine qualitative Studie unter E-Mail-Nutzern von CLASES (1994) belegt:

„Manchmal hat man den Eindruck, daß jedes Wort ein Gewicht hat. Man möchte das aber vielleicht nicht so gerne, weil man sich bei irgendwas noch nicht so sicher ist. Bei E-Mail kann man sagen, daß es nicht ganz so darauf ankommt.“ (Ein E-Mail-Nutzer; zitiert bei CLASES 1994)

Mißverständnisse können bewußt inszeniert werden. Viele Befragte schätzen an ‚E-Mails‘, daß sie selbst, aber auch ihre Kommunikationspartner durch ‚E-Mails‘ nicht gestört werden, weil Sender und Empfänger selbst darüber bestimmen, ob und wann sie ihre ‚E-Mails‘ lesen.

Nach den Erfahrungen des Verfassers der vorliegenden Arbeit ist es sogar so, daß die Nicht-Beantwortung von ‚E-Mails‘ in der Regel nicht thematisiert wird, weil die Möglichkeit verlorengedanger oder übersehener ‚E-Mails‘ als Legitimation immer latent gegeben ist und sich darum nicht ‚nachweisen‘ läßt, ob ‚Mails‘ absichtlich nicht beantwortet wurden. Das Medium führt also nicht aus sich selbst heraus zu sozialen Konflikten.

Die Möglichkeit, einzugestehen, daß man vergessen bzw. keine Lust gehabt hat, eine ‚E-Mail‘ zu beantworten, besteht durchaus und hängt lediglich vom Willen der Beteiligten ab. Zwar vertritt CLASES (ebd.) die These, „wonach die formalen Eigenschaften und Charakteristika eines Mediums die in seinem Kontext vollzogenen Kommunikationsprozesse auf eine je spezifische Art und Weise strukturieren“ (ebd.). Doch erarbeitet er zugleich die Grundlagen für einen neuen Umgang mit dem Medium, der Mißverständnisse vermeiden helfen soll, so daß auch er Prozesse der Umdefinition implizit für denkbar hält.

‚E-Mails‘ sind nach CLASES (ebd.) zunächst einmal als Akte des Austausches von ‚neutralen Informationen‘ zu verstehen, die in einen sozialen Kontext eingebunden werden müssen, um ‚Bedeutung‘ zu erlangen. Dies setzt Metakommunikation voraus. Den Beteiligten muß die „dramaturgische Schwäche“ von ‚E-Mails‘ bewußt sein, um sie kompensieren zu können. Ohne ‚Metakommunikation‘ wird so manche ‚E-Mail‘ zu einer Herausforderung an die Interpretationskünste des Empfängers, besonders dann, wenn ‚E-Mails‘ gar nicht beantwortet werden. Jede ‚E-Mail‘ bedarf einer „Re-Konstruktion“ des Gemeinten (ebd.) und letztendlich sogar eines Kontaktes im ‚realen Leben‘:

„Wenn Du nicht die Möglichkeit der Rückkontrolle durch vis-à-vis-Kommunikation hast, dann fängst Du an, Leute zu stilisieren.“ (E-Mail-Nutzer, zitiert bei CLASES (ebd.))

Das Soziale entsteht bei virtuellen ‚E-Mail‘-Kontakten zwischen Personen, die sich im ‚richtigen Leben‘ noch nie gesehen haben, also ausschließlich im Kopf. Dem anderen werden Qualitäten zugeschrieben. Eigene Qualitäten werden manipuliert, um die Interpretation des anderen zu beeinflussen, der die empfangenen ‚E-Mails‘ auf eine Weise dekontextualisiert, die dem Sender unbekannt bleibt.

Es entstehen Kommunikationsstörungen, die auf der Abwesenheit kontextueller Werte wie z.B. kultureller Orientierungen beruhen. Diese könnten nach Ansicht einiger Autoren durchaus hergestellt werden (vgl. z.B. KIESLER et al. 1984), sind es m.A. jedoch bereits! Bedeutsamste kulturelle Werthaltung ist derzeit die Individualisierung (vgl. Abschnitt A.III.). Von daher, so ist zu vermuten, wird die prinzipielle Offenheit empfangener ‚E-Mails‘ und das damit verbundene Risiko, enttäuscht zu werden, gern in Kauf genommen, solange die eigenen kommunikativen Freiheiten erhalten bleiben. CLASES‘ (1994) Studie hat gezeigt,

„daß die als Vorteil benannte ‚Erreichbarkeit‘ des anderen nicht in Form der eigenen Erreichbarkeit thematisiert wird. Dem korrespondiert die durch die Asynchronität hervorgerufene und benannte Möglichkeit der ‚Vermeidung‘ eines Kontaktes [...], wenn dieser (zu einem gegebenen Zeitpunkt oder überhaupt) nicht gewünscht ist“ (ebd.).

Für CLASES (ebd.) unterstützt ‚E-Mail‘-Kommunikation aus diesem Grunde „egozentrische Strukturen“.

Da die Möglichkeit, per ‚E-Mail‘ Menschen kennenzulernen bzw. Menschen zu vernetzen, unbestritten ist, hat CLASES Schwierigkeiten, den kulturellen Stellenwert dieses Mediums zu bemessen:

„Im Kontext des Mediums Email überlagern sich widersprüchliche gesellschaftliche Entwicklungstendenzen der Integration, Normierung und Individualisierung.“ (ebd.)

In der vorliegenden Arbeit kann dieser Widerspruch aufgelöst werden. ‚E-Mails‘ werden verwendet, um soziale Kontakte herzustellen oder zu erhalten, jedoch auf selbstbestimmte Art und Weise. Individualisierung und Integration gehen eine Synthese ein. Das Bindeglied bildet dabei das psychische Erleben der Handelnden (vgl. SCHULZE 1995).

So lassen sich m.A. Prozesse der De-Individualisierung bzw. De-Personalisation erklären. ‚E-Mail‘-Verwender behandeln ihre Kommunikationspartner nach Ansicht einiger Autoren nicht mehr als Menschen, sondern konzentrieren sich auf die Kommunikation mit der Maschine, die die ausgetauschten Botschaften mediatisiert:

„This situation, where personality and culture lack salience, might foster feelings of depersonalization. In addition, using the Computer tends to be absorbing and conducive to quick response, which might reduce self-awareness and increase the feeling of being submerged in the machine.“ (KIESLER et al. 1984)

Die Aufmerksamkeit wird von den Kommunikationspartnern weg, der Nachricht ‚an sich‘ zugewandt (vgl. ebd.), die, ganz im Sinne der „Erlebnisgesellschaft“ SCHULZES (1995), gefühlsmäßig ausgestaltet werden kann. Vor diesem Hintergrund bekommt die Verwendung „paralinguistischer“ Zeichen, die nonverbale Hinweisreize ersetzen sollen, eine neue Bedeutung (vgl. Abschnitt B.II.5.).


‚Smileys‘ sollen die E-Mail-Kommunikation (wie die Internet-Kommunikation insgesamt) ‚lebendiger‘ machen und Hinweise darauf geben, wie das Geschriebene gemeint ist. Am bekanntesten ist dabei das folgende Symbol, das Ironie bzw. freundliche Absicht anzeigen soll und hier hervorgehoben ist:

„Nun reg‘ Dich doch nicht so auf! ;-)“ (fiktives Beispiel)

Es gibt Hunderte dieser Symbole, und der Gedanke liegt nahe, daß es sich bei ihrer ausgiebigen Verwendung nicht zuletzt um die Manipulation eigener Gefühlswelten handelt, da zum einen viele Nutzer nur die gebräuchlichsten dieser Symbole verstehen und zweitens einige Nutzer sogar darüber klagen, daß die übermäßige Nutzung dieser Zeichen die Kommunikation erschwert.

Der Übergang zur ➔ „ASCII-Kunst“ ist fließend. Für diese Form der Darstellung existiert eine eigene Newsgroup: alt.ascii-art. Das gleiche gilt für das „flamen“, das für einige Nutzer ebenfalls eine Art Kunst darstellt: alt.flame.

Um ‚Smileys‘ richtig zu erkennen, muß das Blatt um 90° nach rechts gedreht werden. Eine Ausnahme bilden in Darstellung 1 die beiden ‚Fische‘. Das ASCII-Kunstwerk stellt das Gesicht eines schlanken, jungen Mädchens dar, deren ‚Augen‘ zum besseren Erkennen vom Autor fettgedruckt wurden.

„Smileys“	Bedeutungen	„ASCII-Art“
!^()	bin so richtig verdrochen worden	
*<:-)	Weihnachtsmann	
@;^()	Elvis	
<+))><	toter Fisch	
>'))>><	glücklicher Fisch	

Darstellung 1: Smileys und ASCII-Art ²²

Weitere Möglichkeiten, E-Mails, ‚persönlicher‘ zu machen, bestehen in der Gestaltung der ‚E-Mail-Signatur‘, also einer, meist aber mehrerer Zeilen, die beim Versenden einer ‚E-Mail‘ automatisch ‚angehängt‘ werden. Die Signatur soll gemäß ‚Netiquette‘ dazu dienen, den Nutzer zu identifizieren. Viele User dehnen ihre Signatur aber auf persönliche Mottos oder Sprüche aus, die sich oftmals ähneln, weil sie z.B. nicht selten einem Repertoire aus Science-Fiction-Filmen oder –Romanen entstammen. Ein Beispiel wäre: „So long, and thanks for all the fish!“²³. Signaturen können überdies auch ‚ASCII-Art‘ und andere Merkmale in sich tragen. Z.T. hängen manchen ‚E-Mails‘ sogar kleine Dateien an, die ein Bild des Nutzers oder des Lieblingskünstlers des Nutzers enthalten. Diese Verhaltensweisen sind nicht selten und werden besonders von erfahrenen Nutzern abgelehnt, weil sie keine wichtigen Informationen beisteuern und ‚das Netz‘ unnötig belasten würden.

Neben ‚Smileys‘, ‚Signaturen‘ und ‚Mottos‘ gibt es noch weitere Ausdrucksmöglichkeiten, die z.T. sogar die Kenntnis von Programmiersprachen voraussetzen, z.B. der ➔ „Seitenbeschreibungssprache HTML“:

```

„<SCHERZ>
Du bist mir vielleicht ein Versager!
</SCHERZ>
<P>
<ERNST>
Du hättest Dich mehr um Deine Diplomarbeit kümmern sollen!
</ERNST>“ (fiktives Beispiel)

```

Der Sender steuert auf diese Weise die Re-Konstruktion der Nachricht: Der erste Satz soll als Scherz, der zweite als ernst gemeint aufgefaßt werden. Großschreibung bedeutet, etwas zu betonen, wird aber von vielen Nutzern als LÄSTIG UND AUFDRINGLICH empfunden. Das gleiche gilt für die übertriebene Anwendung von Abkürzungen, deren vollständige Kenntnis nur wenigen Nutzern vorbehalten sein dürfte. Hier einige der bekanntesten:

²² Die „Smileys“ entstammen einer WWW-Seite von Hauke "Walklife" Wandersleben, elektronisch am 01.05.1998 erhalten von Sven Schneider (http://www.asta.uni-hamburg.de/users/the_area/); das ASCII-Gebilde wurde von James Krumrei am 02.05.1998 in die Newsgroup alt.ascii-art ‚gepostet‘.

²³ Titel eines Romans von Douglas Adams.

IMHO: In my humble opinion („Meiner Meinung nach“)
ROTFL: Rolling on the Floor laughing („kugle mich vor Lachen am Boden“)
MOMPL: Moment Please („Einen Moment bitte“)
RSN: Real Soon now („ganz schnell“)
CU: See You („Bis bald“)²⁴

Alle beschriebenen Möglichkeiten, sich darzustellen, sind extrem standardisiert und übrigens nicht nur in ‚E-Mails‘ zu finden, sondern auch in den Kommunikationen aller übrigen beschriebenen Netzdienste, ausgenommen vielleicht das ‚WWW‘. Das Bemühen, individuell zu sein, eint die Nutzer gleichermaßen, zumindest diejenigen, die intensiven Gebrauch von diesen Darstellungsmöglichkeiten machen.

Individualisiertes ‚Verhalten‘ ist eingebunden in soziale Strukturen, insbesondere dann, wenn Mottos oder andere Darstellungsmerkmale auf ‚informationstechnologische Normen‘ verweisen, Utopien verkörpern. Dies wird bei der Darstellung von ‚Homepages‘ noch deutlicher werden (Abschnitt B.II.5.).

Für ‚E-Mails‘ liegt eine indirekte Kopplung zwischen Individualisierung und Integration vor, die z.B. darin besteht, daß ‚ASCII-Art‘ und Mottos häufig auf Motive der Science-Fiction-Szene rekurrieren, die getränkt ist von technikdeterministischen Annahmen. Dominierendes Beispiel ist die Verehrung der Filmreihe „Raumschiff Enterprise“ bzw. „Voyager“, in der die Raumflotte der „Föderation“, einem demokratischen Verbund aus intergalaktischen Staaten, die Werte von ‚Freiheit‘ und ‚Gleichheit‘ im interstellaren Raum durchzusetzen versucht. Die Suche nach den entsprechenden Begriffen („Star Trek OR Enterprise OR Voyager OR Startrek“) ergab bei der ➔ „Suchmaschine“ „AltaVista“²⁵ 761.466 ‚Treffer‘, also etwa die Hälfte der ‚Treffer‘, die die Suche nach dem Begriffspaar „sex OR Sex“ ergab (1.478.310), einem der prominenteren Themen im Internet. Dies ist ein enormer Wert, wenn man bedenkt, daß es noch andere Science-Fiction-Themen gibt. ‚E-Mail‘-Kommunikation findet im „Cyberspace“ statt, einem ‚Raum‘, in dem die unbegrenzte Kommunikation aller mit allen ebenfalls eine bessere Welt voller ‚Freiheit‘ und ‚Verbundenheit‘ verheißt (vgl. zu den Begriffen von ‚Freiheit‘ und ‚Gleichheit‘ Abschnitt B.I.). Der „Cyberspace“ erscheint vielen als ebenso grenzenlos frei wie die Weiten des unerforschten Universums. Das Begriffspaar „Freiheit OR freedom“ fand sich 953.037mal, also wesentlich häufiger als Begriffe aus der Alltagssprache wie „Lampe OR lamp“ (209.263mal), „Teppich OR carpet“ (212.897mal), „Blume OR flower“ (463.926mal), oder sogar „Glück OR luck“ (634.653mal). In Extremfällen kann die informationstechnologische Orientierung dazu führen, daß Nutzer sich als Datencode darstellen, als sog. „Geek*-Code“:

²⁴ Am 03.05.1998 dokumentiert unter <http://www.young-world.com/Chat/chat3.htm>

²⁵ <http://altavista.digital.com>; alle Beispiele vom 02.05.1998 zwischen 21.30 Uhr und 22.10 Uhr

```

„-----BEGIN GEEK CODE BLOCK-----
Version: 3.1
GCS/SS/H/CC dx s:- a-- C++++(!C) U? W+ N+ o-
K? w--- O? M+ PS+++>(++) PE Y++ PGP-/++++
t++ 5? X? R? tv+++ (tv-- ) b++++ DI++
D+++ G+ e+++ h-- r+ y*
-----END GEEK CODE BLOCK-----

```

Erklärung: diese Person identifiziert sich als Geek der Computerwissenschaften/ Sozialwissenschaften/Humanwissenschaften und Kommunikation (GCS/SS/H/CC) mit exzentrischem Kleidungsstil (dx), normal gross und leicht untergewichtig (s:-), 20-24 Jahre alt (a--), schwankend zwischen totaler Computer-Abhängigkeit und völliger Ablehnung von Computern (C++++(!C)) etc.“ (LÜSCHER 199X)

So stellen all die unterschiedlichen Ausdrucksmöglichkeiten, die die ‚E-Mail‘-Kommunikation bietet, nicht zuletzt kulturelle Codes dar, mit deren Hilfe sich viele Nutzer ihrer gemeinsamen Hoffnungen auf die Gesellschaft von morgen versichern. Je mehr Kenntnis die Teilhabe am *verstehenden* Austausch von E-Mails voraussetzt, desto eher kann man von einer Subkultur sprechen. Doch auch die ‚Neuen Nutzer‘, deren Durchschnittsalter sich immer mehr erhöht und die nicht mehr als ‚Computerfreaks‘ gelten können, stehen unter dem Druck der ‚informationstechnologischen Normen‘ (Abschnitt A.III.1.e]aa]): ‚Informationen‘ werden als Daten interpretiert, deren Quantität über gesellschaftlichen Erfolg mitentscheidet. Zwischen den vielen eingehenden E-Mails muß selektiert werden, und diese Tatsache schafft Unbehagen:

„Es wird von der Angst berichtet, etwas zu verpassen, nicht entsprechend den zur Verfügung stehenden Möglichkeiten informiert zu sein.“ (CLASES 1994)

Die Übertragungsgeschwindigkeit des neuen Mediums erhöht die Anforderung, in möglichst kurzer Zeit möglichst viele Informationen zu verarbeiten bzw. Arbeitsanforderungen zu erfüllen. In einer empirischen Studie von DUXBURY et al. (199X) heißt es:

„The suggestions in the literature that electronic mail may lead to technostress [...] were supported. All respondents agreed fairly strongly that electronic mail lead to more job stress while non-managers agreed to this significantly more than did managers. Possibly non-managers feel more stress because managers can use electronic mail to increase the demands on non-managers without the buffering effects of face-to-face interaction.“ (ebd.)

Die Übernahme ‚informationstechnologischer Normen‘ wird an der spöttischen Abgrenzung vieler Internet-Verwender von ‚Electronic Mail‘ gegenüber der herkömmlichen, der ‚Schneckenpost‘ („Snail Mail“) deutlich, die zu wenig Daten in zu langen Zeiträumen transportiere. ‚Informationstechnologischer Individualisierungsdruck‘ (Abschnitt C.II.2.) findet sich natürlich auch in ‚Mailinglisten‘, worunter ‚E-Mail‘-Verteilerlisten zu verstehen sind (vgl. HUBER 199X und zu ‚Mailinglisten‘ als Forschungsquelle HOFMANN 1998). ‚E-Mails‘ werden dabei nicht an einen einzelnen Rezipienten, sondern an alle diejenigen weitergeleitet, die die Mailingliste ‚abonniert‘, d.h. ihre ‚E-Mail‘-Adresse dort angegeben haben.

M.a.W.: Jede ‚E-Mail‘ wird von allen Abonennten gleichzeitig gelesen. Antworten bzw. Stellungnahmen können entweder ebenfalls an die ‚Mailingliste‘ geschickt, also veröffentlicht werden, oder ausschließlich an den Autor eines Beitrages geleitet werden. Wichtig ist der thematische Bezug der öffentlichen Nachrichten, denn bei hohen Abonenntenzahlen würde der elektronische ‚Briefkasten‘ eines jeden Teilnehmers zu stark belastet, wenn sachfremde Beiträge die Zahl der ‚E-Mails‘ in die Höhe triebe. Aus diesem Grund sind die beschriebenen Formen der Selbstdarstellung für diesen Spezialfall der ‚E-Mail‘-Kommunikation allgemein verpönt. Um die Orientierung am Thema zu gewährleisten, können manche ‚Mailinglisten‘ nur von bestimmten Personen ‚abonniert‘ werden bzw. sind ‚moderiert‘. Der ‚Moderator‘ stellt dann für jede eingehende Mail vor ihrer Veröffentlichung fest, ob sie für die Mehrheit der Abonennten von Interesse sein könnte.

Der ‚informationstechnologische Druck‘ kann bei einer Teilnahme an ‚Mailinglisten‘ darin bestehen, keine Beiträge zu versäumen.²⁶ Dazu ist zu sagen, daß bei großen wissenschaftlichen Listen zwei Dutzend ‚E-Mails‘ am Tag keine Seltenheit sind. Diese können zwar nachgelesen werden, aber bei einer ‚Abwesenheit‘ von einer Woche macht dies bereits sehr viel Mühe, zumal wenn der berufliche Zwang besteht, dies zu tun.

‚Mailinglisten‘ können äußerst sozialstiftend sein, weil alle Teilnehmer in der Regel ihre ‚richtigen‘ Namen nennen und sich weniger verstellen, d.h. z.B. die Adresse ihres Betriebes angeben, in dem sie arbeiten. Besonders die ‚Vielschreiber‘ offenbaren dabei u.a. ihre fachliche Kompetenz.

Es existieren jedoch beileibe nicht nur sachlich bzw. wissenschaftlich orientierte ‚Mailinglisten‘. Die allererste Liste überhaupt war „SF-Lover“ gewidmet, den Liebhabern von Science-Fiction-Literatur, -Filmen und -Devotionalien. Sie wurde Ende der siebziger Jahre eingerichtet und stieß bezüglich ihrer ‚Unsachlichkeit‘ auf großen Widerstand. Nur mit dem Hinweis auf ihre Nützlichkeit als Testfeld für spätere wissenschaftliche oder militärische Anwendungen konnten ihre Gründer sie am Leben erhalten (vgl. MUSCH 1997, S. 34). Tatsächlich entwickelten sich ‚Mailinglisten‘ dann ja auch zum Vorläufer des ➔„Usenets“ (vgl. Abschnitt B.II.2.). Wie bei der Implementierung des ‚E-Mail‘-Dienstes zeigt sich hier der soziale Definitionskampf um das Internet als Medium sozialer Kommunikationen. Dieser Kampf ist längst entschieden. Heute gibt es Zehntausende von ‚Mailinglists‘ zu allen erdenklichen Themen.²⁷ Trotz thematischer Orientierung ist das Phänomen der Selbstdarstellung und alle anderen Probleme, die für den ‚E-Mail‘-Dienst erläutert wurden, auch aus (unmoderierten) ‚Mailinglists‘ bekannt, die von einigen Usern dazu benutzt werden, sich zu profilieren, ohne mit ernsthaften sozialen Sanktionen rechnen zu müssen, wie sie im ‚richtigen‘ Leben üblich sind. Ein Beispiel dafür ist der folgende Beitrag zur „German Internet Research List“ („gir-l“), die von Bernad Batinic und Andreas Werner betreut wird und sich vor allem mit methodischen Problemen von Internet-Erhebungen beschäftigt.

²⁶ Damit hat der Verfasser der vorliegenden Arbeit eigene Erfahrungen gemacht.

²⁷ Eine umfassende Liste gab es am 03.05.1998 unter <http://ftp.aol.com/pub/mailling-lists/>

Der ‚E-Mail‘-Schreiber bezieht sich in seiner Kritik auf die Bitte einer Studentin um Teilnahme an einer Umfrage:

„Die Unprofessionalitaet dieser Befragung ist eine Blamage fuer die Untersucherin und ihre Uni. Man kann nur hoffen, dass diese Befragung so wenig Zuspruch wie moeglich findet, damit sowas bleibt was es ist: eine peinliche Verirrung aus den Anfangszeiten des Internet als Befragungsmedium.“ (Ein Teilnehmer der Mailingliste „g-irl“; öffentlicher Beitrag vom 28.04.1998)

Die Aussage des Teilnehmers konnte von über tausend Menschen gelesen werden und hat auch einige Kritik hervorgerufen. Ernsthafte Sanktionen waren jedoch zu keiner Zeit zu befürchten. Damit bieten ‚Mailinglisten‘ wie ‚E-Mail‘-Kontakte die Möglichkeit, über Herstellung, Aufrechterhaltung und insbesondere die Art sozialer Kontakte selbst zu bestimmen. Die täglich hereinkommenden ‚Mails‘ vermitteln ein gewisses Zugehörigkeitsgefühl, ohne daß dafür etwas getan werden muß.

Diese Kommunikationstruktur stellt eine definitorische Praxis dar, die auf der momentan in ‚postmodernen Gesellschaften‘ zu beobachtenden Synthese aus Individualisierung und Integration basiert. Für den ‚E-Mail‘-Dienst stellt ein im Rahmen der vorliegenden Arbeit angeschriebener Homepage-Betreiber diesen Zusammenhang zwischen ‚realem Leben‘ und Internet-Kommunikation auf plastische Weise her. Der Angeschriebene war nicht persönlich befragt worden, sondern hat seine Ansicht aus Interesse an dem Thema des Fragebogens von sich aus dem Verfasser in einer elektronischen Nachricht vom 15. Februar 1998 mitgeteilt:

„... zum beispiel mit dem ‚auf einmal nicht mehr schreiben‘. Irgendwann ist halt schluss mit der korrespondenz - und manchmal geht's auch wieder los. manchmal faellt einem nur kurz etwas zum thema ein, und man teilt's dem/der/den anderen mit - einfach so. das ist internet - und das sind fuer mich die meisten kontakte. es ist wie im richtigen leben: man hat viel miteinander zu tun, oder man laeuft sich nur ueber'n weg, geht auch mal ein stueck zusammen, oder trifft sich dann und wann, zwar nicht mit absicht, aber man kennt sich eben. (nicht dass diese erkenntnisse deine ganze arbeit umwerfen ;-)
helau an die waterkant [Name vom Verf. gelöscht]“ (ein im Rahmen dieser Arbeit Befragter)

Diese Analyse klingt wie eine exakte Charakterisierung erlebnisorientierter, interessengeleiteter Sozialbeziehungen in den ‚postmodernen‘ Gesellschaften des ausgehenden zwanzigsten Jahrhunderts, wie SCHULZE (1995) sie beschreibt.

2. Usenet

Das 1979 gegründete ‚Usenet‘²⁸ „kann man sich als elektronische Zeitung vorstellen, die thematisch in Rubriken (Newsgroups) unterteilt ist und nur aus Leserbriefen besteht“ (DÖRING 1994).

²⁸ ‚Usenet‘ bedeutet ‚User’s Network‘. Andere Bezeichnungen sind ‚Usenet News‘, ‚Newsgroups‘ bzw. ‚Internet Newsgroups‘, ‚News‘ oder ‚Netnews‘.

Die „Leserbriefe“ beziehen sich dabei aber nicht auf vorgegebene Themen, sondern auf die Artikel anderer Nutzer. Die „Rubriken“ sind weit ausdifferenzierter als in einer Zeitung und umfassen alle erdenklichen Themengebiete, von der Wissenschaft über Sexualität bis hin zu konspirativen Ansichten:

„(Anonymous) wrote:

What is the evidence that the family of Queen Elizabeth II is the family which controls a large part of the world's heroin trade? Whatever the truth about the Royal Family, these mobsters are heavily involved in Britain. It is common knowledge that they run a lot of the heroin in London's Soho (Turkish gangsters are involved elsewhere in London). The triads also of course run Hong Kong[.] Someone tells me that Al-Fayed is/was also involved in the heroin sector. Is it possible that the killing of Diana and Al-Fayed's son was connected to divisions within the heroin sector?“ (Artikel eines anonymen Nutzers in der Newsgroup alt.conspiracy)

Artikel sind öffentlich, jedoch ist die Möglichkeit unbenommen, bei angegebener ‚E-Mail‘-Adresse eine Antwort zu schreiben, die nur der Verfasser eines Artikel lesen kann. Wie die ‚E-Mail‘-Kommunikation ist auch der Versand von ‚Usenet‘-Artikeln *asynchron*.

Artikel müssen nicht unter Zeitdruck verfaßt werden, so daß viel Wert auf die eigene Selbstdarstellung gelegt werden kann, die die Basis ist für spätere Kontakte im ‚virtuellen‘ wie im ‚richtigen‘ Leben. Das Individuum behält die Kontrolle darüber, wie es wirkt – eine Möglichkeit, die im ‚richtigen‘ Leben nicht gegeben ist und in der individualisierten Gesellschaft anziehend wirken muß. Ferner können auch die Antworten, die ein Nutzer auf seine Artikel bekommt, kontrolliert werden (vgl. DÖRING 1994). Entweder nimmt der User in der verwendeten ➔„Newsreader-Software“ bzw. dem ➔„Mail-Programm“ Einstellungen vor, so daß Artikel oder ‚E-Mails‘, welche bestimmte Namen oder Stichwörter enthalten, automatisch ausgefiltert werden, oder entsprechende Programme werden absichtlich erst gar nicht gestartet. Sich eine andere Zugangsberechtigung bzw. eine neue ‚E-Mail‘-Adresse zu verschaffen, sind weitere Optionen. Den Computer auszuschalten, ist eine Maßnahme, mit der man sich allen Kommunikationsdiensten des Internets gleichermaßen entziehen kann, wenn man Kritik begegnen oder Anforderungen erfüllen muß.

Die Selbstdarstellung in ‚Newsgroups‘-Artikeln ist natürlich kein bewußter Vorgang. Die meisten Nutzer suchen auf der bewußten Ebene sicherlich Informationen zu Themen wie z.B. Programmiersprachen, Homosexualität, Kraftfahrzeuge, Neuerscheinungen auf dem Buchmarkt o.ä. Diese Nutzer interagieren mit dem ‚Usenet‘ wie mit einer Datenbank, deren Texte, z.B. wissenschaftliche Abstracts, zwar von Menschen verfaßt wurden, aber nur strukturell von Interesse sind. Eine solche Mensch-Maschine-Interaktion kennzeichnet nach HOFFMANN (vgl. 1997) die ‚Usenet‘-Kommunikation im allgemeinen. Der Mensch interagiert mit der Technik und nicht mit anderen Menschen. Für diese Autorin besitzen die bisher erschienen sozialwissenschaftlichen Sichtweisen des ‚Usenets‘ anthropomorphisierenden Charakter: Das ‚Usenet‘ erscheint ihr als Projektionsfläche wissenschaftlicher Konzepte.

Es soll die ‚elektronische Gemeinschaft‘, ein Instrument der Politik oder den Hort kultureller Szenen verkörpern, also Phänomene widerspiegeln, wie sie sich auch im ‚richtigen Leben‘ finden:

„Die Netzkommunikation entzieht sich jedoch dem anthropomorphen Modell situierten Verständigungshandelns; was im Medium des Computers geschieht, ist nicht adäquat im kategorialen Rahmen von Erfahrungen zwischenmenschlicher Interaktion zu beschreiben [...]“ (ebd.)

Usenet-Nutzer, die sich dem Usenet gegenüber verhalten, als wäre es eine Datenbank, entsprechen diesem Schema durchaus. Es gilt jedoch unter etablierten Usern als ‚Ausbeutung‘, nie selber Beiträge zu schreiben, wenn auch gesagt werden muß, daß nur ein sehr geringer Teil von Nutzern regelmäßig Artikel beisteuert. Von daher sind Sichtweisen, die das (verbale) Handeln im ‚Usenet‘ als kollektive Handlungsform deuten, bei der alle Opfer bringen, um vom Gesamtsystem profitieren zu können, nicht plausibel.

‚Opfer bringen‘ bedeutet, auf Anfragen von Nutzern zu antworten, falls man über nachgefragte Lösungsvorschläge verfügt – und das u.U. sogar dann, wenn sich ein Nutzer nicht an die ‚Netiquette‘ gehalten hat. Im folgenden Zitat begeht ein User den Fehler, nach den Verzeichnisnamen benötigter Dateien zu fragen, die er leicht selber hätte herausfinden können:

„Hi! I was wondering where I can obtain a list for Macintosh error codes? I have received numerous codes of type 192 and I would really like [Auslassung durch den Artikelschreiber]“ (unbekannter User; zitiert nach NORTH 1994)

Der Artikelschreiber antwortet ärgerlich, weist den User aber ausführlich auf Problemlösungsmöglichkeiten hin und hat sogar bereits eine Lösung recherchiert:

„Did you bother to look around in the archives? How much more time would you have spent if instead of sending a message to Info-Mac, you first ftp'd to Sumex [...] and see what comes up. So, this time, I did it for you, and here is what I found: [...] Next time, spend a little time looking... (and people wonder why their questions go unanswered).“ (unbekannter Artikelschreiber; ebd.)

Dies Zitat verdeutlicht die Hochschätzung von individueller Leistung innerhalb des ‚Usenets‘. NORTH (ebd.) erwähnt den Einfluß der ‚Hacker‘-Kultur auf die Entwicklung des ‚Usenets‘, für die die individuelle Leistung, die selbständige Kontrolle der Maschine Computer einen zentralen Wert darstellt und sogar zu einer Hierarchie-Bildung geführt hat. So unterscheiden ‚Hacker‘ zwischen „guru“ und „wizard“, wobei der „guru“ die höchste Form individuellen Handelns repräsentiert. Er kann ein Computerproblem ohne Zuhilfenahme von Handbüchern intuitiv erkennen, wohingegen sich der „wizard“ eine Lösung erst mühselig erarbeiten muß.

Im ‚Usenet‘ kann m.A. potentiell jeder User zu einer Art „guru“ werden, indem er schwierige Fragen beantwortet.

Der Nutzer beweist damit vor allem sich selbst, daß er in der Lage ist, dem kulturellen Wert der Individualisierung zu entsprechen; denn sich in einer der über 10.000 ‚Newsgroups‘ mit z.T. enormem Artikelaufkommen durch das Schreiben kompetenter Antworten ‚beliebt‘ zu machen und so von den eigenen Antworten auf Dauer profitieren zu können, dürfte nur den wenigsten Artikelschreibern gelingen.

WETZSTEIN (1995) hat mit bezug auf die Mailboxszene herausgefunden, daß sich viele Nutzer ihre EDV-Kenntnisse außerhalb formaler Organisationen wie der Schule oder der Universität angeeignet haben, nicht zuletzt im Hinblick auf die Hoffnung des beruflichen Aufstiegs.

„Selbstlernen“ ist nach WETZSTEIN (1995, S. 236ff.) unbedingte Voraussetzung, den gesellschaftlichen Anspruch der „Selbstverwirklichungsaufforderung“ einzulösen (ebd.). Er denkt dabei allerdings nicht an die dahinterstehende gesellschaftliche Individualisierung.

Die Verbindung zwischen gesellschaftlicher Individualisierung und dem ‚Selbstlernen‘ stellt der Pädagoge MOLLENHAUER (1983, S. 142ff.) her. Er beschreibt die Geschichtlichkeit des menschlichen Selbstbewußtseins und unterscheidet in der Hauptsache drei Stufen: Das „nachahmende Selbst“ der griechischen Demokratie, das „tätige Selbst“ der Frührenaissance sowie die Anfänge von „Selbsttätigkeit“ seit der Phase der frühen Aufklärung. Dabei ist das Bewußtsein des Menschen von sich selbst durch die Epochen hindurch in dem Maße gestiegen, in dem Begegnungen mit anderen Kulturen die Relativität des eigenen Ichs bewußt gemacht haben. Die Befreiung der Individuen von der Sorge um die materielle Existenz sowie die Loslösung aus festgefügtten Rollenstrukturen schafft den zeitlichen bzw. institutionellen Rahmen, sich selbst reflektieren zu können.

Doch wie WETZSTEIN (1995) festgestellt hat, erwachsen aus den Möglichkeiten, über sich selbst nachdenken, aus eigener Kraft lernen zu können, in der ‚postmodernen‘ Gesellschaft auch Ansprüche, die in bezug auf den Lernvorgang der Verarbeitung neuer Informationen im Rahmen dieser Arbeit als ‚vierte informationstechnologische Norm‘ bezeichnet werden. Das ‚Usenet‘ bietet eine Gelegenheit, sich die Erfüllung dieser Norm zu beweisen. Das Verfassen eines möglichst kniffligen Artikels, die korrekte Einhaltung der ‚Netiquette‘ vermittelt ein Gefühl der Kontrollgewalt über Informationen. Das Selbstwertgefühl der Nutzer wird dadurch erhöht.

Für diese als Machtzuwachs (‚zweite informationstechnologische Norm‘) erlebte Anpassung an die ‚vierte informationstechnologischen Norm‘ spricht die Behandlung von Neulingen im Internet, die einen Fehler begehen oder in ‚Newsgroups‘ inkompetente Fragen stellen. Sie werden gerade in sachbezogenen Foren des ‚Usenets‘ nicht selten spöttisch als ➔„Newbies“ stigmatisiert oder sogar beleidigt. Zugleich wird die eigene Sachkenntnis in den Vordergrund gestellt. Aufschluß hierüber geben zwei von mehreren Antworten, die DÖRING (1995) als Reaktion auf einen (bewußten) Verstoß gegen die ‚Netiquette‘ erhalten hat, das sog. ➔„Multiposting“, also das ➔„Posten“ eines Artikels, z.B. eines wissenschaftlichen Fragebogens, in mehrere Newsgroups:

"--> dies ist ausnahmsweise ein Crossposting [Aussage von DÖRING, Anm. d. Verf.]

Ne, ist es nicht. Es ist ein Einzelposting in x Newsgroups, mit sowas macht man sich extrem unbeliebt. Von daher dürfte der Ruecklauf erheblich schlechter ausfallen, als ihr erwartet habt, bzw. die Umfrage ist noch weniger repräsentativ als ohnehin schon (Antworten nur von Newbies)." (ein Leser der Umfrageankündigung DÖRINGs 1995)

Zur Schau getragene Sachkenntnis kann sich mit übler Beschimpfung verbinden und wird auf diese Weise zum „flame“:

"Das ist kein Crossposting, sondern mehrmals weitergeleitete Scheisse. Das verschwendet enorme Bandbreite. Bevor du weiter solche Netzressourcen verschwendest, mach dich erstmal kundig." (ein weiterer Leser der Umfrageankündigung DÖRINGs 1995)

Derartige Beschimpfungen sind gerade im ‚Usenet‘ keine Seltenheit, worüber sich wiederum die Nutzer selbst beklagen, und zwar ihrerseits mit Bezug auf die ‚Verschwendung von Netzressourcen‘ bzw. die ‚Netiquette‘.

Damit beweisen auch diese Nutzer Kompetenz. Ein bekannter Hochschullehrer beschreibt diesen Mechanismus der Selbstdarstellung wie folgt:

„Auch das Erteilen eines Rats bedarf der gründlichen Überlegung! Schnell wird ein solcher zur (zurecht verpönten) Belehrung. Einzelne Poster in dnq [Newsgroup de.newusers.questions, Anm. d. Verf.²⁹] tragen Signaturen zur Schau, deren Inhalt mit vollem Ernst als Belehrung gedacht zu sein scheint. Damit scheint mir eine Kernproblematik dieser Gruppe angerissen, denn einem Neubenutzer wird nicht durch Belehrung geholfen, sondern durch einen möglichst verständnisvollen Rat, und diese Intention wird so beileibe nicht in allen als Antwort verfaßten dnq-Postings sichtbar.“ (Usenet-Artikel vom 15.08.1997)

Mittlerweile hat sich für Internet-Nutzer, die sich das Wachen über die Einhaltung der ‚Netiquette‘ zur Hauptaufgabe ihrer Netzkommunikation gemacht haben, ein eigener Ausdruck entwickelt. Sie werden „Netzpolizisten“ genannt.

Ihre Akribie kann soweit gehen, daß sie bei (vermeintlichen) Verstößen gegen Netzregeln oder andere Regeln sogar Institutionen der ‚realen Welt‘ auf den Plan rufen, wie die Reaktion auf einen Artikel zeigt, in dem sich ein Nutzer, möglicherweise ein Jugendlicher, scherzhaft als „Special Agent“ des FBI ausgegeben hat:

„[...] Dear Special Agent [name deleted],

Your post has been forwarded to the REAL FBI. It is a federal offense in this country to pose as an agent of the federal government. Having family in high positions with the FBI I can assure you, they will not take this lightly.[...]“ (ein ‚Usenet‘-Nutzer; zitiert bei NORTH 1994)

Insgesamt macht diese Art der korrektiven ‚Metakommunikation‘ nach Schätzungen etwa **15%** des Datenaufkommens in ‚Newsgroups‘ aus (HOFFMANN 1997).

²⁹ Diese Newsgroup ist extra dafür eingerichtet worden, Fragen zu Newsgroups zu stellen, so daß es eigentlich keinen Sinn macht, darin vorfindlichen Usern ihr Nichtwissen vorzuwerfen. Trotzdem geschieht es.

Dieser hohe Wert zeigt, daß ‚Usenet‘-Kommunikation nicht zuletzt dazu verwendet wird, um sich selbst die Fähigkeit zu erfolgreichem Informationsmanagement zu beweisen, die als befriedigende Anpassung an ‚informationstechnologische Normen‘ und damit die zukünftige ‚Informationsgesellschaft‘ empfunden wird. Diese extreme Form des individualisierten Mediengebrauchs ist jedoch nur ein Aspekt der ‚Eigenintegration‘ von ‚Usenet‘-Nutzern.

Die weitaus meisten Nutzer sind nicht bestrebt, andere zu belehren oder über sie zu triumphieren. Sie versuchen statt dessen, in sich ein Gefühl der Gemeinschaftlichkeit, des Gebrauchtwerdens zu erzeugen. Feste Bindungen oder Beziehungsprobleme sollen jedoch nach Möglichkeit vermieden werden.

Zumindest gilt dies für Nutzer, die das ‚Usenet‘ nicht nur als Datenbank, sondern sozial definieren, d.h. Beiträge schreiben, die anderen nützlich sein könnten:

„Typisch fuer Einsamkeit ist neben Langeweile das Gefuehl, nutzlos zu sein. Oftmals versuchen Menschen Gefuehle des Alleinseins und der Einsamkeit dadurch zu ueberbruecken, dass sie anderen helfen und sich nuetzlich machen wollen. Waehrend man im Alltag anderen durch aufgedraengte Hilfe leicht auf die Nerven gehen kann und Ablehnung erfaehrt, kann man im Netz jederzeit Beitraege liefern, die nur diejenigen erreichen, die auch dafuer empfaenglich sind. Die fuer Sender und Empfaenger unabhaengig voneinander moegliche Kontrolle des Zeitpunktes eines Austauschs macht direkte Zurueckweisungen, wie sie in direkten, synchronen Interaktionen notwendig sind, ueberfluessig.“ (DÖRING 1994)

Für DÖRING (1994) ist das ‚Usenet‘ ganz grundsätzlich dazu geeignet, Gefühle der Einsamkeit zu vermeiden. Das bedeute jedoch nicht, daß alle Usenet-Nutzer einsam seien. In einer Folgeuntersuchung hat DÖRING (1995) sogar z.T. das Gegenteil herausgefunden. Jedoch kennt jeder Mensch temporäre, situationsbedingte Einsamkeit, die sich überdies entwickeln kann, wenn der Freundeskreis gerade nicht zugänglich ist, z.B. nachts. Jeder Nutzer kann nun individuell bestimmen, zu welchem Zeitpunkt und in welchem Ausmaß er sein Selbst so manipulieren will, daß er sich nicht mehr einsam fühlt – ohne sich dabei anderen gegenüber zu verpflichten. Das ist eine Vergemeinschaftsform, wie SCHULZE (1995) sie für das letzte Drittel des ausgehenden Jahrhunderts diagnostiziert hat und wie sie sich im ‚Usenet‘ optimal, sozusagen in Reinform, ausleben läßt.

Im ‚Usenet‘ kann man ‚Verantwortung übernehmen‘, z.B. indem man ➔ „eine Newsgroup moderiert“. Inhalte werden gewählt oder sogar selbst beigesteuert und nicht bloß rezipiert, wie es bei massenmedialen Informationen der Fall ist. Das Gefühl, etwas aus eigener Kraft geschafft zu haben, etwas Besonderes zu sein, vielleicht sogar ‚berühmt‘ zu werden, anerkannt zu sein (DÖRING 1994), kann von „innenorientierten“ Individuen (SCHULZE 1995) durchaus als ‚reale‘ soziale Beziehung erlebt werden. Dies kann soweit gehen, daß die zunächst unverbindliche Kommunikation des ‚Usenets‘ zur wichtigsten Möglichkeit wird, eine Partnerin kennenzulernen:

„This got me thinking, how do you guys feel about finding love on the Internet? I once met someone online, then we got together in real life. She was really pretty, and a nice girl. Things didn't work out between us. We went out on a couple dates, then stopped talking to each other, but it wasn't the kind of horror stories you hear about people who meet on the Internet. Personally, I believe that finding somebody on the Internet is about the only chance I have at love. Not because I'm ugly or anything, it's just that I seem to have trouble coping in the "real world". How do you feel?“ (Usenet-Artikel aus alt.support.shyness, April 1998)

Nach DÖRING (1994) ist es keine Selbstverständlichkeit, Menschen im ‚richtigen Leben‘ zu treffen, zu denen man zuvor ‚nur‘ virtuellen Kontakt gehalten hat, weil es auch im ‚Usenet‘ immer wieder vorkommt, daß Nutzer eine falsche Identität vorgeben. Selbst kontinuierliche virtuelle ‚Beziehungen‘ sind äußerst brüchig, weil ein Überangebot an Menschen besteht, mit denen man mühelos kommunizieren kann.

Bei einer Anzahl von über 10.000 Newsgroups verliert man zudem schnell das Interesse an einem bestimmten Thema, das einen vielleicht nur eine Zeitlang aus aktuellem Anlaß beschäftigt hat. Nichtsdestoweniger erfreut sich das ‚Usenet‘ weiter zunehmender Beliebtheit. Die Zahl der ‚Newsgroups‘ wächst stetig. Jede einzelne repräsentiert eine Vielzahl an „weak ties“, losen sozialen Verbindungen, die nicht verpflichten, aber der Bedürfnisbefriedigung des interessengetriebenen Individuums dienen können (vgl. ebd.). So gesehen, leben wir im Zeitalter der „weak ties“, denn die Interessenorientierung ist der Integrationsmodus ‚postmoderner‘ Gesellschaften (vgl. SCHULZE 1995).

Die Definition des ‚Usenets‘ als Möglichkeit, soziale Themen zu behandeln, setzte sich in dem Moment durch, als viele Nutzer nicht mehr bereit waren, die thematischen Limitierungen der ➔ „Big Seven“ bzw. ➔ „Big Eight“ hinzunehmen, der sieben bzw. acht bis dahin bedeutsamsten thematischen ‚Usenet‘-Kategorien (vgl. BRUCHHAUS 1994). Es entstanden die „alternative categories“ der alt.-Kategorien, wozu auch die im Zusammenhang mit Kinderpornographie ins Gerede gekommenen „binaries“-Gruppen zählen, in denen pornographische Bilder bezogen werden können. In den alt.-Kategorien werden auch alle Arten von ‚Allerweltsthemen‘ behandelt, z.B. die gesunde Ernährung von Hunden u.v.m.:

„My dog just finished a german chocolate cake, about one pound was left. My dog weighs 50 lbs. I have heard that chocolate is toxic for dogs, is this true? help, [Name vom Verf. gelöscht].“ (Usenet-Artikel aus rec.pets.dogs.health vom April 1998)

Die alt.-Gruppen machen es zudem sehr viel leichter, eigene Gruppen zu gründen, die Themen behandeln, welche sich in den ‚Big Eight‘ nicht durchsetzen lassen. Die Einhaltung der ‚Netiquette‘ spielt eine geringere Rolle.

Zusammenfassend läßt sich darum sagen, daß die Einrichtung dieser Gruppen zeigt, wie sich ein technisches Artefakt in eine Reproduktionseinheit des Sozialen verwandelt, indem es von den Anwendern dazu genutzt wird, kulturelle Werte zu verkörpern. In dieser Tatsache scheint der Grund zu liegen, warum die chinesischen Machthaber derzeit der Entwicklung eines innerchinesischen ➔ „Intranets“ den Vorzug geben vor einem Ausbau der Anbindungen an das Internet.

Es sind vor allem die kulturellen Strukturen der westlichen Industrieländer, die sich in den unverbindlichen, freien Sozialbeziehungen des Use- bzw. Internets widerspiegeln.

NORTH (1994) spricht vom „Net“ als einer „*superstructural society*“, weil sich die Ansicht vieler Kulturanthropologen, für unterschiedliche Gesellschaften unterschiedliche Kulturen anzunehmen, mit der internationalen Akzeptanz des ‚Usenets‘ nicht verträgt. Dies verwundert nicht, sind die Phänomene der Individualisierung sowie der von ‚Sachzwängen‘ befreiten „Erlebnisorientierung“ in Zeiten der Globalisierung in allen westlichen Industrienationen vorhanden.

3. MUDs

Der Begriff „MUD“ steht für „Multi-User Dungeon“ bzw. „Multi-User Domain“ und läßt sich vielleicht am ehesten mit „Mehr-Personen-Fantasy-Rollenspiele“ übersetzen (BAHL 1997, S. 60). Das Kommunikationsprinzip gleicht dem des ‚IRC‘, nur daß ‚MUDs‘ auf einer mehr oder weniger großen Datenbank basieren, in der Dateien abgelegt werden können, die die virtuelle Spiel- bzw., wenn man so will, soziale Umwelt der ‚MUD‘-Spieler repräsentieren. Diese Umwelten sind zumeist (noch) textbasiert. D.h., die ‚MUDder‘ müssen sie in ihrer Vorstellungswelt selbst erzeugen. Die Kommunikation verläuft wie im ‚IRC‘ weitgehend anonym, d.h. es werden Pseudonyme verwendet.

Ausgehend vom allerersten „MUD1“ aus dem Jahre 1979, haben sich eine Vielzahl dieser Spielumgebungen herausgebildet, in denen es hauptsächlich darum geht, im Wettstreit mit anderen Nutzern imaginäre Drachen zu töten, Rätsel zu lösen u.v.m. Diese Orientierung am Abenteuerspiel wurde und wird jedoch zusehends ergänzt um ‚MUDs‘, die auf den gleichen technischen und kommunikativen Prinzipien beruhen, sich aber erklärtermaßen zum Ziel gesetzt haben, alltägliche Kommunikationsstrukturen nachzubilden, wobei die Einbettung von Kommunikation in virtuelle ‚Räume‘, z.B. ein virtuelles ‚Wohnzimmer‘ o.ä., als Unterscheidungsmerkmal zum ‚IRC‘ stets erhalten bleibt. In den sog. „TinyMUDs“ (DWORSCHAK 1994) hält man sich einfach auf, „um darin zu leben, Freunde zu finden, Häuser zu bauen und Familien zu gruenden“ (ebd.). Inzwischen sind auch MUDs entstanden, die Wissenschaftlern ein Forum zur Diskussion bieten wollen, z.B. das bekannte „MediaMOO“ von Amy Bruckman am Massachusetts Institute of Technology. Dabei soll der ‚MUD‘ nicht zuletzt als Lernumgebung für Kinder evaluiert werden. In Deutschland ist am Wissenschaftszentrum Berlin eine ähnliche Umgebung namens „MuhMOO“ entwickelt worden.³⁰ Diese Umgebung der ‚Projektgruppe Kulturraum Internet‘ möchte den Austausch über Internet-Themen fördern, entbehrt aber nicht der typisch spielerischen MUD-Struktur, wie schon die Anfangssequenz verdeutlicht:

³⁰ Startseite am 15.05.1998 unter <http://duplox.wz-berlin.de/muh/> erreichbar gewesen.

„Der Innenhof

Im Sueden grenzt der Innenhof an ein groesseres Haus. Neben dem Haus, im Osten, ist die Scheune und in Richtug Nordost erkennst Du eine grosse Weide. Im Westen fuert eine Auffahrt vom Hof.

Ausgaenge: n -> Misthaufen

no -> Weide

o -> Scheune

w -> Auffahrt

s -> Haupthaus

bunker -> Bunker-Cafe

Gegenstaende: Die Scheune

Anwesende: Holger, rompler, ich, Sub, Gnu, exile, namlit, Lazarus, und FrancCesca sind hier.“ (Anfangsszene im ‚MuhMOO‘)

Durch die Eingabe von Kurzbefehlen kann man durch verschiedene imaginäre ‚Räume‘ wandern. Eher themen- bzw. sachbezogene ‚MUDs‘ wie den ‚MuhMOO‘ bezeichnen einige Autoren als „soziale MUDs“, die von den an Abenteuer-Rollenspiele angelehnten „Adventure-MUDs“ geschieden werden (vgl. z.B. LÜSCHER 199X). „Soziale MUDs“ werden auch als „MOOs“, d.h. als „**MUDs object oriented**“ bzw. „objektorientierte MUDs“ bezeichnet (vgl. TEXT1, 1998). Daneben existieren weitere Ausdifferenzierungen, die hier nicht weiter behandelt werden, weil sie alle auf ähnlichen kommunikativen Grundprinzipien basieren und sich lediglich in bezug auf die Software oder thematische Inhalte unterscheiden. Die Forschungsarbeiten zu dieser Art virtueller ‚Kontaktstätte‘ betonen einmütig die Möglichkeit, darin verschiedene Identitäten zu konstruieren und so über das Medium Internet sein Selbst zu erweitern bzw. es in ein ‚multiples Selbst‘ zu verwandeln:

„Die Person im Netz ist die Worte, die sie spricht. Diese Tatsache führt zur Möglichkeit, Identität zu wählen, aktiv zu konstruieren. Identität wird mehrfach, fließend, und instabil.“ (LÜSCHER 199X)

Es stellt sich die Frage, ob ‚MUDs‘ als Teilbereiche des Internets die Identitätskonstruktion der Individuen beeinflussen bzw., umgekehrt, die Individuen Technik als Folie für kulturelle Werte wie die Individualisierung verwenden. Bei BÜHLER-ILIEVA (1997) finden sich beide Positionen, sowohl die technikdeterministische als auch die sozialkonstruktivistische. Einerseits begünstigt das Internet als solches aus sich selbst heraus die Identitätsvielfalt der Individuen:

„Die digitalen Technologien haben heute unumstritten einen substantiell anderen Einfluss auf die kognitive Struktur des Individuums. Und dies wird höchstwahrscheinlich bedeutendere Folgen für die Konstruktion sozialer Realität haben, als je zuvor angenommen wurde.“ (ebd.)

Andererseits aber sorgt die gesellschaftliche Struktur der Individualisierung dafür, daß im ‚MUD‘ bzw. im Internet die Art der ‚Selbstverwirklichung‘ angestrebt wird, die auch im ‚normalen sozialen Leben‘ die Antriebsfeder unserer Handlungen ist und sogar zur Tyrannei werden kann:

„Wir sind im Alltag von unsanften Aufforderungen nahezu überflutet, unser Selbst zu vervollkommen: durch Psychoanalyse und Therapien verschiedener Art, durch Bücher und Gruppen zur Selbsthilfe, durch Fitness und Diäten für gesunde Ernährung.“ (ebd.)

Die Definition der Technik paßt sich m.A. diesem ‚Trend‘ an: Rollerblades, Handys, die technischen Hilfsmittel der Extremsportarten, durch deren Hilfe man sich selbst ‚finden‘ soll, und eben auch der Computer und das Internet werden mehr und mehr als Mittel der Selbst-Steigerung gepriesen, als Möglichkeit, die „Manipulation des Selbst“ (SCHULZE 1995) vorzunehmen. Über einen jungen Studenten heißt es:

„Es gibt ihn derzeit fünfmal. In drei verschiedenen Multi-User-Domains (MUDs) [...] nimmt er, oft gleichzeitig, vier verschiedenen Identitäten an: die eines Cowboys, eines Sextouristen, einer verführerischen Frau und eines Kaninchens.“ (TURKLE 1998, Einband)

Alle ‚postmodern‘ geprägten Arbeiten zu ‚MUDs‘ heben hervor, daß virtuelle Welten und die darin eingenommenen, selbst geschaffenen Charaktere von den Nutzern für ‚wirklich‘ bzw. für einen Teil der ‚Wirklichkeit‘ gehalten werden. Hierzu der Kommentar eines Nutzers aus dem „TappMUD“, einem deutschen Abenteuer-‚MUD‘:

„Soweit ich weiß/gehört habe sollen Aboriginis (schreibt man die so? gemeint sind die austral. Ureinwohner *smile*) ihre Träume, ihre Traumzeit als Teil ihres Lebens auffassen. Die eine Hälfte des Lebens lebt man ständig an einem Ort, die andere irgendwo. Ähnliches empfinde ich zum Tapp. Es ist nicht zu trennen vom RL [d.h. ‚Real Life‘, dem ‚richtigen Leben‘, Anm. d. Verf.]. Es ist ein Teil davon geworden. Ich lebe dort und hier; anders zwar, aber es ist für mich RL – und also würde ich sehr wohl ohne Tapp+Player etwas vermissen, einen Teil vom RL.“ (UTZ 1996)

Es fällt der hohe Grad an Selbst-Reflexivität des Befragten auf (vgl. Abschnitt B.I.1.). Ohne den Befragten ihre Empfindungen absprechen zu wollen, ist zu vermuten, daß sich derartige Äußerungen an die im Internet derzeit kursierende Diskussion anlehnen, ob Netznutzer in einer Traumwelt leben, die sinnlos, weil einfach nicht ‚real‘ ist.

Die Aufwertung von ‚Virtualität‘ zu ‚Realität‘ könnte einen Versuch darstellen, Bedeutsamkeit und Anerkennungswürdigkeit langer Aufenthalte in ‚MUDs‘ und anderen virtuellen Umgebungen zu demonstrieren.

Die zitierte Äußerung zeigt weiter, daß der selbstverständliche Umgang mit Informationstechnologien bzw. zu verarbeitenden Informationen ein Ziel, eine ‚informationstechnologische Norm‘ ist. Sie zu erfüllen, verheißt Anerkennung durch andere Nutzer, auch wenn diese Anerkennung mehr vorgestellt als ‚real‘ ist.

Der Wunsch, als Internet-Nutzer ernstgenommen zu werden, kommt in der Äußerung eines Netznutzers zum Ausdruck, der sich über einen Fragebogen zur Erforschung von Einsamkeit unter Usern beklagt:

„Ich habe nur Freunde, die ich ueber das Internet gewonnen habe, denn da bin ich was, da habe ich einen Namen, da bin ich stark. Und da stoebere ich in dem alt.sex.Baum rum, denn eine Frau anzusprechen traue ich mich nicht. Ich werde mich in Zukunft noch viel mehr mit dem Internet befassen und so an meiner Vereinsamung arbeiten. - Das ist es doch, was Ihr hoeren wollt? Anstatt dumme Diskussionen zu fuehren, solltet Ihr lieber etwas Produktives machen.“ (ein Nutzer, der DÖRINGS [1995] Ankündigung einer ‚Newsgrups‘-Umfrage kommentiert)

Sozialen Kontaktnormen nicht zu entsprechen, ungesellig zu sein, ist ein Vorwurf an die Netznutzer, der neben vielen positiven Utopien in den herkömmlichen Massenmedien kursiert. Ob einige bzw. die meisten Nutzer Internet-Kommunikation deshalb als ‚real‘ bezeichnen, kann im Rahmen dieser Arbeit nicht abschließend geklärt werden. Auf jeden Fall scheint es innerhalb des Internets einen Normenbruch darzustellen, Internet-Kommunikation als ‚nicht real‘ darzustellen. Ein Nutzer, der mit dem Fragebogen der vorliegenden Untersuchung konfrontiert wurde (siehe Anhang III.), bemängelte dem Verfasser gegenüber die Abgrenzung zwischen ‚richtigem Leben‘ und der virtuellen ‚Welt‘ wie folgt:

„was ist für dich das ‚richtige leben‘? und wie siehst du dann das internet? (ist das so was wie eine fantasy welt..) koennte es nicht auch moeglich sein, dass das internet auch ein teil vom "richtigen leben" ist? oder leben alle computerbenutzer für dich in einer scheinwelt? moeglich waere es jaschoenen gruss aus deiner scheinwelt! [Name vom Verf. gelöscht] (im richtigen leben: [Name vom Verf. gelöscht])“ (ein angeschriebener Untersuchungsteilnehmer)

Es stellt sich die Frage, ob die Propagierung von virtueller Kommunikation als ‚real‘ nicht zumindest bedeutet, sie als etwas Besonderes darzustellen, als etwas, dessen Beherrschung einen gewissen Wert impliziert.

Gerade in ‚MUDs‘ gibt es eine Vielzahl von Möglichkeiten, sich selbst und anderen die Beherrschung von kniffligen Informationsstrukturen zu beweisen. Es existiert ein unerschöpfliches Angebot an virtuellen ‚Räumen‘ mit virtuellen ‚Gegenständen‘, die es zu ‚durchwandern‘ gilt. TURKLE (1998, S. 296) hat Hunderte von „Muddern“ befragt. Sechs Stunden täglich im ‚MUD‘ zu verbringen, so hat sie herausgefunden, ist für viele ‚MUD‘-Nutzer keine Seltenheit. In Abenteuer-MUDs kursieren Hunderte von den bereits besprochenen „Smileys“ oder „Feelings“. Die notwendige Befehlssprache ist umfangreich. „Feelings“ z.B. sind kurze Kommandos, die längere Textzeilen erzeugen:

„>cry [Eingabe, Anm. d. Verf.]
You cry painfully. [Ausgabe, Anm. d. Verf.]
 >burst
You burst into tears.
 >tears
Big tear drops are falling down from your eyes when you start to cry silently.“ (Beispiele nach UTZ 1996)

Die übrigen User sehen die kursiv gedruckten Kommentare in der dritten Person, wobei der Schreiber darüber verfügt, wer seine Äußerungen zu Gesicht bekommt – eine einzelne Person oder mehrere. Vollkommen freie Äußerungen sind auch möglich, müssen aber durch einen Befehl eingeleitet werden.

Insbesondere Abenteuer-‚MUDs‘ stellen eine Art Spiegel unserer ‚Wissensgesellschaft‘ mit der dazugehörigen Wissenshierarchie dar. UTZ (1996) gibt einen Überblick. Man beginnt als normaler „player“, besitzt aber die Möglichkeit ‚aufzusteigen‘, indem man durch das Bearbeiten verschiedener Aufgaben Erfahrungspunkte sammelt, die die Spielrechte erhöhen und den Nutzer dazu berechtigen, höhere Spielstufen zu durchleben.

Die Zahl der Erfahrungspunkte wird in „Toplisten“ veröffentlicht, so daß alle sehen können, wie weit sie sich in der Hierarchie emporgearbeitet haben. Wenn ein ‚MUD‘-Spieler eine bestimmte Spielstufe erreicht oder seine Programmierkenntnisse unter Beweis gestellt hat, kann er zum ‚wizard‘ berufen werden und später u.U. selber programmierte Objekte, also Kommandoelemente oder Spielsituationen, in den MUD einbinden (lassen). „Soziale MUDs“ stellen weniger hohe Anforderungen: Hier kann im Prinzip jedermann seine ‚Objekte‘ in den ‚MUD‘ integrieren, ohne seine Kompetenz zuvor bewiesen haben zu müssen. BÜHLER-ILIEVA (1997) gibt eine MUD-Sequenz wieder, die dessen „Lebendigkeit“ beweisen soll. Deutlich wird, daß man ständig an einer solchen Geschichte teilhaben muß, um zum Experten zu werden (TURKLE 1998, S. 296):

```
„Dic_Turpin feeds Fidi a cookie treat.
Fidi munches the cookie
Copper_Guest comes out of the closet (so to speak...).
Using sign language, Dic_Turpin explicitly describes, in exquisite detail,
Copper_Guest's highly improbable ancestry.
Fidi smiles at Dic_Turpin.
Dic_Turpin winks to Fidi.
Fidi pokes at xdr.
xdr jumps
The cuckoo clock begins making a small whirring noise.
>> Cuckoo! <<
>> Cuckoo! <<
>> Cuckoo! <<
>> Cuckoo! <<
You hear a small click coming from the cuckoo clock.
Copper_Guest puts some kindling in the fireplace.
Fidi kisses Tock_WatchDog (Magician) platonically.
Copper_Guest puts some logs in the fireplace.
Copper_Guest throws a match into the fireplace and the fire rapidly catches.
Dic_Turpin [to Fidi]: that she really wants to speak with Carioke!
Cockatoo squawks, "I can't even get a @dossier on you"
xdr puts Copper_Guest on the fire
Dic_Turpin grins at Carioke.
Copper_Guest sizzles.“ (Sequenz nach BÜHLER-ILIEVA 1997)
```

Dieser spielerisch anmutende Dialog soll nicht verdecken, daß MUDs zum großen Teil auch als ‚Chat‘-System für persönliche Kommunikation genutzt werden, so daß ‚virtuelle Freundschaften‘ entstehen, ja sogar ein „Gemeinschaftsgefühl“ (UTZ 1996). In allen von UTZ (ebd.) untersuchten Subgruppen der deutschsprachigen Teilnehmer dreier MUDs lag der Anteil des ‚Chattens‘ an der Gesamtaktivität bei mindestens **40%**. **76,7%** gaben an, schon einmal in irgendeiner Form andere „Muddern“ im ‚richtigen Leben‘ getroffen zu haben. **83,2%** befanden sich in einem von UTZ (ebd.) konzipierten Kategorienschema in bezug auf den Grad der Zustimmung zu der Aussage, ob sie sich einer Subkultur zugehörig fühlten, in den Kategorien „mittel“ oder „hoch“.

Nicht nur in der Stichprobe von UTZ (ebd.), sondern auch in den USA, wo jeder Student bei Einschreibung an eine Universität seinen Internet-Anschluß automatisch bezieht, beträgt der Anteil der Männer an den „Muddern“ 80% und mehr. Diese studieren zumeist naturwissenschaftliche bzw. technische Fächer.

Das komplexe Befehlsgefüge und die Umfänglichkeit der erlebbaren Spiel- bzw. Sozialwelten in ‚MUDs‘ stellen hohe Anforderungen an den Abstraktionsgrad und die individuelle Tätigkeit der Mitspieler, Eigenschaften, die die moderne Gesellschaft von jedem fordert, insbesondere aber von Studierenden. Insofern ist das ‚MUD‘-Phänomen, das in vielen Publikationen zumindest implizit als das Basismodell moderner Identitätsfindung durch Internet-Kommunikation dargestellt wird (vgl. BAHL 1997; Bühler-Ilieva 1997; CORADI 1997; LÜSCHER 199X), das Ergebnis einer homogenen Deutungsgemeinschaft. Deren Mitgliedern, vorwiegend männlichen Studierenden, wird gesellschaftlich ein besonders hohes Maß an Individualisierung und Selbstreflexion abverlangt, was die gemeinsame Interpretationsbasis für das Internet bzw. den ‚MUD‘ als ‚Ort‘ programmierter virtueller Sozialwelten darstellt. Die ‚postmoderne‘ ‚Fragmentierung des Selbst‘ bzw. ‚Selbst-Bestimmung‘, von den genannten Autoren nicht nur als Folge, sondern z.T. auch als kulturelle Voraussetzung von ‚MUD‘-Kommunikation dargestellt, läßt sich dabei der Struktur der Individualisierung unterordnen, die die Herauslösung des einzelnen Individuums aus Klassenstrukturen und anderen Bindungen hinreichend beschreibt. Der vereinzelte Mensch erscheint auch Individualisierungstheoretikern als „Planungsbüro“ (BECK 1986) individuellen Lebens und einzigartiger Stilbildung. ‚MUDs‘ könnte man in diesem Sinne als Ausdrucksformen einer „selbstreflexiven Moderne“ (vgl. ebd.) auffassen, wobei Selbst-Reflexivität aus dieser Perspektive den Individuen überantwortet würde:

„So werden MUDs zu evokativen [d.h. die Tätigkeit des projizierenden Bewußtseins anregenden, Anm. d. Verf.] Objekten für die Reflexion über menschliche Identität und, allgemeiner gesehen, über eine Reihe von Ideen, die heute unter dem Etikett der ‚Postmoderne‘ firmieren.“ (TURKLE 1998, S. 22)

M.a.W.: ‚MUDs‘ sind sozial konstruiert, auch wenn für TURKLE (1998) die psychoanalytischen Aspekte von Identitätskonstruktion im Vordergrund stehen. BECK (vgl. 1986, S. 188 u. 194ff) würde diese Aspekte wohl auf die Struktur der Individualisierung zurückführen. Das gleiche gilt m.A. auch für die Gefühle von Situationskontrolle, die viele Nutzer dem virtuellen ‚Leben‘ in ‚MUDs‘ gegenüber empfinden (vgl. TURKLE 1998). Ängste können in den meist anonym gehaltenen ‚Räumen‘ „in Schach gehalten“ werden, die Programmierung und Anerkennung selbst gestalteter virtueller Räume durch andere Nutzer bzw. „wizards“ schafft Selbstbestätigung, ebenso das ‚Herumführen‘ von Neulingen im ‚MUD‘. Das Programmieren von MUD-Umgebungen ermöglicht überdies die Kontrolle über die eigene berufliche Karriere, was an folgender Äußerung, die den Werten des US-amerikanischen, individualistisch geprägten Berufsethos‘ verpflichtet ist, deutlich wird:

„Implicit in this work is an assumption which should not go unexamined: that learning to program is beneficial. In asking this question with regard to children, a certain degree of futurism is in my opinion appropriate: in the future, programming will most likely give them more control over their lives in our increasingly information-based society. Comfort with computers may make new careers available to them. Overcoming technophobia will make them better consumers and better citizens.“ (BRUCKMAN 1994)

Die Herstellung sozialer Kontakte unterliegt in ‚MUDs‘ ebenfalls der individuellen Kontrolle. Dabei hat UTZ (1996) herausgefunden, daß die aus solchen Kontakten entstehenden Treffen ‚im richtigen Leben‘ tendenziell eher loser Natur sind. Zu nennen sind, den Gepflogenheiten im ‚IRC‘ vergleichbar, z.B. ‚MUD‘-Parties. Das ist die Herstellung sozialer Kontakte bei einem Höchstmaß an Individualisierung.

Dieser individualistisch-integrative Handlungstypus war in Abschnitt A.III.1.c] als charakteristisch für die moderne bzw. ‚postmoderne‘ Gesellschaft beschrieben worden. An dieser Struktur zu partizipieren, bedeutet, ihre ‚Codes‘ zu übernehmen, Zugehörigkeit zu demonstrieren, insbesondere, wenn es um positiv formulierte gesellschaftliche Utopien wie die ‚Informationsgesellschaft‘ geht.

Dieser Zusammenhang läßt sich m.A. durch die Theorie des Symbolischen Interaktionismus stützen (vgl. GOFFMAN 1976). CORADI (1997) hat einen solchen Versuch unternommen. Sie setzt dabei das Geschehen im ‚MUD‘ als „eigendynamisches Gesellschaftssystem“ voraus, das mehr sei als nur eine Unterkategorie des ‚richtigen Lebens‘, mehr als ein bloßer Zeitvertreib, ein bloßes Spiels o.ä.

So kann sie Formen von Selbstdarstellung und Imagebildung, wie GOFFMAN (1976) sie untersucht hat, *innerhalb* des ‚MUDs‘ analysieren. Die Spieler würden sich z.B. als übermäßig schön darstellen, um dem gesellschaftlichen Schönheitsideal nachzukommen. Sie würden die von ihnen programmierten ‚Räume‘ mit virtuellen „Statussymbolen“ ausstatten, um in der ‚MUD-Gesellschaft‘ sozial aufzusteigen; nach GOFFMAN (1976) ist der soziale Aufstieg ein Grundbedürfnis der Menschen. Diese Sichtweise hat sich jedoch mit dem Problem auseinanderzusetzen, daß im ‚MUD‘ „Darsteller“ und Imageträger nicht identisch sind: Der „Darsteller“ sitzt zuhause vor dem Bildschirm, und sein „Image“ befindet sich im virtuellen Raum.

Für CORADI (1997) ist diese Trennung allerdings ein Grund mehr, die GOFFMAN’sche (1976) Theorie auf das Phänomen ‚MUD‘ anzuwenden:

„Die Doppelrolle des Selbst läßt sich geradezu ideal auf die Situation eines MUDders übertragen. Anders als für das RL kann man sich Goffmans Konzept in diesem Bereich sogar bildlich vorstellen. Dasjenige Selbst, das im MUD als beschriebener, gestaltbarer Charakter auf Ereignisse reagiert, andere Charaktere trifft und von diesen beurteilt wird, kann als Image bezeichnet werden. Das Individuum hingegen, das vor dem Computerbildschirm sitzt und mittels verschiedener Strategien versucht, mit den Reaktionen der anderen MUDder umzugehen, handelt als Spieler.“ (CORADI 1997)

CORADI (ebd.) gibt allerdings zu, daß das ‚MUD‘-Publikum, anders als GOFFMANs (1976) Theorie es für ein „Publikum“ im ‚richtigen Leben‘ vorsieht, nicht in der Lage ist, nachzuprüfen, ob die „Darstellung“ des „Spielers“ der Wahrheit entspricht oder nicht.

Der ‚MUD‘-Nutzer kann sein Image völlig verändern oder sich ihm durch Wahl eines neuen Pseudonyms entziehen – es spielt keine Rolle, weil die Reaktionen der übrigen Nutzer, die im Sinne GOFFMANs (1976) die Strategien des agierenden Nutzers beeinflussen, ebenfalls in allen Facetten vollkommen variabel sind.

Im ‚MUD‘ muß sogar die Möglichkeit bedacht werden, sich mit einem sogenannten ‚Bot‘³¹ zu unterhalten, einem kleinen Programm, daß selber Sätze bilden kann und so vortäuscht, es würde sich ‚wirklich‘ um einen Nutzer handeln.

Die Kommunikationsstruktur des ‚MUDs‘ ist in diesem Sinne mit der aus ‚Chat‘-Systemen wie dem ‚IRC‘ identisch, denn die kontingent gesetzten Kommunikationserwartungen *aller* Teilnehmer sind mehr innerpsychisch als sozial, da sie sich nur selten verlässlich aneinander ausrichten können (vgl. Abschnitt B.II.4.).

Dies kann zu enormen Überraschungen führen, wenn sich Leute aufgrund einer ‚MUD‘-Bekanntheit im ‚richtigen Leben‘ treffen. Selbst langanhaltende, über Tage, Wochen oder Monate hinweg geführte, scheinbar von unermesslich tiefem Verständnis füreinander getragene ‚MUD-Beziehungen‘ liefern zumeist noch nicht einmal den Ansatz einer Garantie dafür, daß sich virtuelle Erwartungen im ‚richtigen Leben‘ erfüllen (vgl. TURKLE 1998, S. 335). Natürlich gibt es auch Fälle, in denen es sehr wohl zu befriedigenden Kontakten im ‚richtigen Leben‘ kommt.

Dies wird aber in der Regel nur geschehen, wenn auf beiden Seiten zunächst einmal Erwartungslosigkeit vorherrscht. Diese Situation ist beim Arrangieren eines zwanglosen Treffens ohne partnerschaftliche oder freundschaftliche Absichten durchaus gegeben – die meisten Nutzer, so ist zu vermuten, verwenden das Internet nicht gezielt, um andere Menschen im ‚richtigen Leben‘ zu treffen (vgl. Abschnitt E.IV.1.b)). Und ein Großteil, so ist weiterhin anzunehmen, bevorzugt in der Tat lose Treffen (vgl. Abschnitt E.IV.). Damit ergäbe sich für ‚MUDs‘, aber auch für den ‚IRC‘ folgende Kommunikationsstruktur, wobei ‚VR-Kontakte‘ virtuelle Sozialkontakte bezeichnen, die in ‚RL-Kontakte‘, also ‚richtige‘ Kontakte, umgewandelt werden können:



Darstellung 2: Zu Struktur und Objektivierung von Internet-Kommunikation (eigener Entwurf)

Nicht das Medium selbst, sondern das gesellschaftliche Phänomen der Individualisierung bedingt ‚kontingente‘, d.h. mehrdeutig gehaltene Kommunikation bzw. kontingent gehaltene kommunikative Erwartungen auf seiten des jeweiligen Kommunikationspartners. Daraus resultieren virtuelle ‚Kontakte‘ oder auch Kontakte im ‚richtigen Leben‘.

³¹ Abkürzung für ‚Robot‘, Roboter.

Beide Beziehungsformen sind eher loser Natur, d.h. sie besitzen keine hohe soziale Verbindlichkeit.

Die anonyme ‚MUD‘-Kommunikation kommt, solange im ‚richtigen Leben‘ keine dauerhaften kommunikativen Strukturen geschaffen wurden, dem Phänomen der gesellschaftlichen Individualisierung entgegen bzw. verdankt ihre Akzeptanz und Aufrechterhaltung diesem Phänomen.

Nur wenn ein Individuum es gewohnt ist, seine selbstreflexive „Innenorientierung“ (SCHULZE 1995) über direkte, von außen durch Tradition o.ä. strukturell vermittelte Sozialkontakte zu stellen, kann es den ‚MUD‘ bzw. das Internet als Ort sozialer Kommunikation definieren.

Welche Rolle könnte aber der virtuelle Aufenthalt im MUD spielen, der durchaus eine Form der Selbstdarstellung im GOFFMAN’schen (1976) Sinne zu sein scheint? Entscheidend ist hier m.A. nach die Bedeutung der Selbstdarstellung *außerhalb* des ‚MUDs‘. Nach GOFFMAN (ebd.; vgl. CORADI 1997) sind wir uns bewußt, im interaktionistischen Sinne Objekte gesellschaftlicher Orientierung und Interpretation zu sein, und sind darum dauerhaft bemüht, unser Auftreten zu inszenieren. Der virtuelle Charakter der ‚MUD‘-Kommunikation ändert daran nur insofern etwas, als die ‚MUDder‘ zwar im ‚MUD‘ selbst aufgrund der vielen vorhandenen ‚Ausweichmöglichkeiten‘ für ihr verbales Verhalten nicht verantwortlich gemacht werden, daß sie aber damit rechnen müssen, *daß dies einmal geschehen könnte*. Schließlich sind, und dies gilt um so mehr für private ‚Homepage‘, Internetkommunikationen theoretisch öffentlich, könnten also von Verwandten oder (zukünftigen) Bekannten gelesen werden *und dann später einmal ganz unerwartet in das Bild einfließen, daß man sich im ‚richtigen Leben‘ vom dahinterstehenden Nutzer macht!*

TURKLE (1998) hat darauf hingewiesen, daß jeder Nutzer eine „digitale Spur“ hinterläßt: Jede angewählte ‚WWW-Seite‘, jeder veröffentlichte ‚Newsgroups‘-Artikel, jede ‚Chat‘-Sitzung, jede ‚Homepage‘, einfach alles, was der Internet-User im Netz tut, kann aufgezeichnet werden und wird es in der Regel auch. Die verfänglichen ‚Newsgroups‘-Artikel eines Angestellten können von Arbeitskollegen ohne weiteres über eine ‚Suchmaschine‘ wie „Deja News“³² gefunden und identifiziert werden, wenn ihnen die Firmenkennung ihres Kollegen bekannt ist. Diese Tatsache ist den Nutzern, zumindest in bezug auf ihre bewußt konstruierten Selbstdarstellungen, nicht unbekannt, so daß manche größten Wert darauf legen, den herrschenden Normen zu entsprechen. Dabei orientieren sich die User, die in den Medien ja allenthalben als Avantgarde der ‚Informationsgesellschaft‘ dargestellt werden, an den ‚informationstechnologischen Normen‘, wie sie in Abschnitt A.III.1.e[aa] beschrieben wurden:

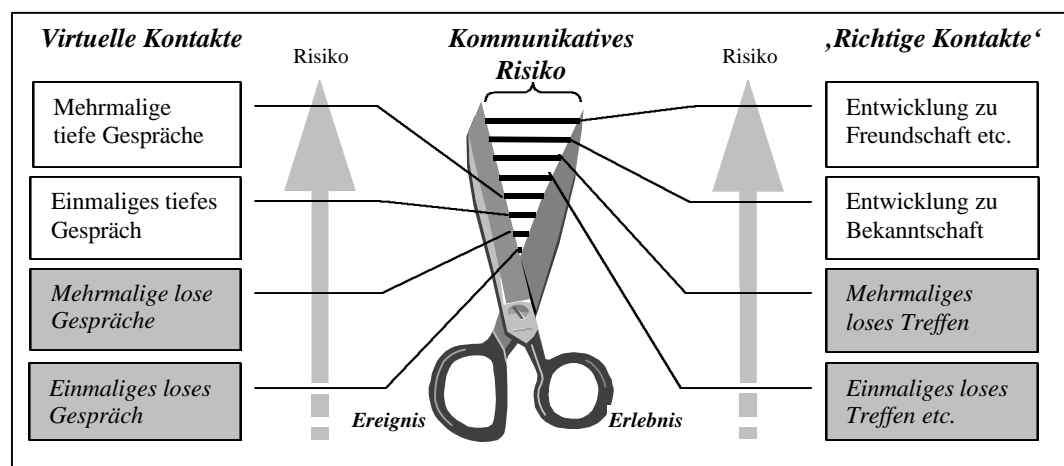
„Sozialisiert durch die Erwartungen der Gesellschaft, sind die Individuen gemäss Goffman stets darauf bedacht, ein *Ideal* darzustellen. Sie bemühen sich, zu zeigen, dass sie offiziell anerkannte Werte verkörpern.“ (CORADI 1997)

³² Internet-Adresse (20.03.1998): <http://www.dejanews.com/>

Für die Darstellung von Idealen eignet sich gerade das Internet besonders gut, da der Anspruch, gesellschaftlichen Idealen gerecht zu werden, im Virtuellen zunächst ungeprüft bleiben muß, und einer Überprüfung ohnehin keine Bedeutung zukommt. Die Fähigkeit, das Internet zu verwenden, ist Beleg genug, schon heute den Ansprüchen nachzukommen, die die ‚Informationsgesellschaft‘ morgen an uns alle stellen wird. Der bloße Gebrauch des Mediums wird zur Botschaft, zum Image, zur „Fassade“ im Sinne GOFFMANs (1976):

„Mittels angemessener Bedeutungsträger, wie *Statussymbole*, kann die Fassade so gestaltet werden, dass die Zugehörigkeit zu der gewünschten sozialen Schicht glaubwürdig erscheint.“ (CORADI 1997)

„Statussymbol“ ist die Kompetenz, sich im ‚MUD‘ bewegen zu können, d.h. auch, eine bestimmte Einstellung zur Technik, zum Leben zu haben. Dies ist die einzige Eigenschaft, die die ‚MUDder‘ sich gegenseitig unterstellen und sicher voneinander erwarten können, wenn es zu virtuellen ‚Treffen‘ oder Kontakten ‚im richtigen Leben‘ kommt. M.a.W.: Je höher die Erwartung an die ‚Innigkeit‘ einer virtuellen bzw. darauffolgenden ‚realen‘ Begegnung geschraubt wird, desto stärker steigt das Risiko, kommunikative Erwartungen aufgebaut zu haben, die nicht befriedigt werden können. Dies Risiko wird darum hier als ‚kommunikatives Risiko‘ bezeichnet. Es besteht, so die Annahme, vorwiegend in individualisierten Gesellschaften, in denen die Individuen zur „innenorientierten“ Selbst-Manipulation (vgl. SCHULZE 1995) neigen, d.h. Erlebnisideale konstruieren. Um sich die Freiheit dazu zu erhalten, fällt die Wahl auf Interaktionsformen, die die Möglichkeit zu Kontingenz bewußt offenhalten, z.B. Internet-Kommunikation. Die Individuen werden vor dem Hintergrund der gesellschaftlichen Individualisierung bestrebt sein, das Risiko, die eigenen Kommunikationsoptionen einschränken zu müssen, möglichst gering zu halten. Das folgende Schaubild gibt das steigende Risiko wieder, daß die Individuen eingehen, wenn sie sich in eher verpflichtende Interaktionen begeben. Die angegebenen Interaktionsformen stammen aus dem im Rahmen dieser Arbeit entwickelten Fragebogen (*Fragen Nr. 34 und Nr. 42*; siehe Anhang III.).



Darstellung 3: Das erlebnisorientierte kommunikative Risiko textbasierter Internet-Kommunikation (eigener Entwurf)

Die Höhe des ‚kommunikativen Risikos‘ ist im Schaubild als Auseinanderklaffen der Scherenblätter dargestellt. Das rechte Scherenblatt repräsentiert individuelle ‚Erlebnisse‘, wohingegen das linke für soziale ‚Ereignisse‘ steht. ‚Ereignisse‘ sind gegebene kommunikative Akte, z.B. ein virtuelles, ‚einmaliges loses Gespräch‘ oder die Entwicklung einer ‚Bekanntschaft‘ im ‚richtigen Leben‘.

Sie werden im Sinne SCHULZES (1995) vom Individuum verarbeitet. Die eigene Empfindung, das ‚Erlebnis‘, ist dann das subjektive Abbild der ‚tatsächlichen‘ Situation.

Bei virtuellen ‚einmaligen losen Gesprächen‘ fallen ‚Ereignis‘ und ‚Erlebnis‘ nahezu zusammen, d.h. beide Kommunikatoren können die Kommunikationssituation irritationsfrei in ihrem Sinne interpretieren. Die Chance auf ein positives ‚Erlebnis‘ ist hoch. Das gleiche gilt für virtuelle ‚mehrmalige Gespräche‘. Je ‚tiefer‘ ein virtuelles ‚Gespräch‘ jedoch wird, desto weniger Interpretationsspielraum bleibt den situationsverarbeitenden Individuen, weil Kommunikationsstrukturen entstehen. Die Kommunikatoren können das ‚Ereignis‘ nicht mehr nur zum individuellen ‚Erlebnis‘ machen. Sie müssen sich auf ihre Kommunikationspartner einstellen. Die Notwendigkeit gegenseitiger Orientierungen steigt bei ‚realen Kontakten‘ natürlich überproportional stark an. Vorstellungen vom Kommunikationspartner werden u.U. widerlegt, die Offenheit virtueller Kontakte weicht dann z.B. der relativ ‚verpflichtenden‘ Situation, dem Kommunikationspartner die Heimatstadt zeigen zu müssen o.ä.

Es wird daher vermutet, daß die befragten Internet-Nutzer tatsächlich eher die hochoptionalen Interaktionsformen bevorzugen, die in den vier grau schraffierten Kästen dargestellt sind und für die das ‚kommunikative Risiko‘ relativ gering ist. Die virtuellen Sozialformen, so ist der These nach zu vermuten, werden dabei den Sozialkontakten im ‚richtigen Leben‘ generell vorgezogen (vgl. Abschnitt E.IV.1.b)).

4. Chat

Ein ‚Chat‘ ist wie der ‚MUD‘ eine Form der *synchronen* Kommunikation, jedoch wesentlich beliebter unter Internet-Nutzern. Kommunikationsbasis ist der geschriebene Text. ‚Chats‘ sind genau wie ‚MUDs‘ *bi-* bzw. *multilateral* und bedienen sich fast identischer „paralinguistischer“ Darstellungsmöglichkeiten, wie sie außer für ‚MUDs‘ insbesondere für ‚E-Mail‘-Kommunikation beschrieben worden sind (vgl. Abschnitte B.II.1. und B.II.3.). Auch im ‚Chat‘ muß der User eine Vielzahl von Befehlen und Begriffen lernen, will er dies Medium voll ausschöpfen (eine Übersicht gibt z.B. BAYERL 1997).

Im Gegensatz zum ‚MUD‘ geht es jedoch weniger darum, sich in gedachten virtuellen ‚Räumen‘ zu bewegen, sondern um ‚Gespräche‘ mit beliebiger Themenwahl auf thematisch ausdifferenzierten „Kanälen“ („Channels“).

Derzeit ist es keine Schwierigkeit, einen ‚Chat‘ auf der eigenen Homepage zu betreiben. Auch bieten kommerzielle Anbieter den ‚Besuchern‘ ihrer ‚Hompages‘ die kostenlose Möglichkeit zu ‚chatten‘.³³

Es ließ sich im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht genau ermitteln, wann die ersten Formen *synchroner*, computervermittelter Kommunikation entstanden sind. Als eindeutiger Knotenpunkt der Entwicklung des ‚Chattens‘ kann jedoch die Programmierung der ‚IRC‘-Software durch einen finnischen Studenten im Jahr 1988 gelten.

Seitdem hat sich ein Netz von sog. →„Chat-Servern“ herausgebildet, der sog. ‚IRC‘ („Internet Relay Chat“). Er stellt heute das mit Abstand größte ‚Chat‘-System dar und zeichnet sich gegenüber vereinzelt „Chats“ dadurch aus, daß ein enormer hoher Vernetzungsgrad mit Tausenden von gleichzeitig ‚eingeloggten‘ Nutzern besteht.

Der ‚IRC‘ ist auf den ersten Blick die kommunikative Institution im Internet, die das ‚wirkliche Leben‘ am besten abbildet.³⁴ Es handelt sich hierbei scheinbar um ‚normale‘ Gespräche zwischen Interaktionspartnern, jedoch ohne das volle Ausdruckspotential einer ‚tatsächlichen‘, d.h. leibhaftig erfahrenen Gesprächssituation. Allerdings bestehen auch hier einige Paradoxien, die die Annahme nahelegen, daß ‚Chatten‘ eine qualitativ neue Dimension von Kommunikation eröffnet, die mit Interaktionszusammenhängen aus der ‚realen Welt‘ nicht verglichen werden kann.

Dies betrifft zum einen die im Internet oft gehörte Behauptung, der ‚IRC‘ sei eine ‚Gemeinschaft‘. Dazu ist zu sagen, daß es im IRC möglich und üblich ist, mehrere Kommunikationskanäle gleichzeitig offenzuhalten, so daß schon aus diesem Grunde ein gemeinschaftlicher Dialog in Ermangelung der notwendigen Aufmerksamkeit nur schwer hergestellt werden kann. Die versäumten Textstellen können zwar nachgelesen werden, es kann auf ‚Äußerungen‘ anderer User nachträglich noch Bezug genommen werden, aber nicht mehr uneingeschränkt in dem Kontext, in dem die Äußerungen ursprünglich gefallen sind.

Desweiteren bieten fast alle Kanäle die Möglichkeit, jederzeit das Pseudonym zu ändern, unter dem eine Kommunikation geführt wird – ‚reale‘ Namen werden meist erst gar nicht verwendet – obwohl dies die (inoffizielle) ‚Netiquette‘ verlangt. Damit ist zumindest ein Axiom menschlicher Kommunikation nach WATZLAWICK et al. (1990, S. 50ff.) nicht erfüllt, nämlich das der „Unmöglichkeit, nicht zu kommunizieren“. Wenn das Gespräch zwischen zwei Usern abbricht, dann weiß der überraschte User in der Regel nicht, ob der andere unter einem technischen Problem zu leiden hat, unter anderem Pseudonym weiterhin in demselben oder einem anderen Kanal aufzufinden ist oder auf eigenen Wunsch die Verbindung abgebrochen hat.³⁵

³³ z.B. die HAMBURGER MORGENPOST (24.05.1998) unter <http://www.mopo.de>

³⁴ Neuere technische Entwicklungen wie z.B. Internet-Videokonferenzen oder Internet-Telefonie bleiben hier ausgeklammert, da diese sich bisher noch nicht durchsetzen konnten. Zu diesen Bereichen existieren bisher praktisch keine wissenschaftlichen Untersuchungen, was die private Nutzung angeht.

³⁵ Ausnahmen existieren, aber eine generelle Gewißheit über die Gründe für den Abbruch einer ‚Chat‘-Sitzung ist theoretisch schon deshalb ausgeschlossen, weil dem Nutzer die Möglichkeit der Manipulation immer gegeben ist.

Und selbst wenn offenkundig ist, daß der Kontakt absichtlich abgebrochen wurde, dann ist immer noch nicht ganz klar, warum: ob aus Langeweile, aus Zeitmangel im ‚realen Leben‘, aus Angst vor zu großer Nähe im Gespräch etc.

Der ‚IRC‘ trägt demnach schon in seiner Anlage alle Merkmale einer „gestörten Kommunikation“ im Sinne WATZLAWICKS et al. (1990), und zwar deshalb, weil die Chat-Kommunikation überkomplex ist, d.h. zu viele Interpretationen offenläßt:

„Wenn jeder kontingent handelt, also auch jeder anders handeln kann und jeder dies von sich selbst und den anderen weiß und in Rechnung stellt, ist es zunächst unwahrscheinlich, daß eigenes Handeln überhaupt Anknüpfungspunkte (und damit: Sinngabe) im Handeln anderer findet; die Selbstfestlegung würde voraussetzen, daß andere sich festlegen und umgekehrt.“ (HOLZER 1994, S. 135)

Daß Kontingenz in ‚Chats‘ nie abwesend ist, macht WEHNER (1997, S. 144) offenkundig: Der „Täuschungsverdacht“ ist latent immer vorhanden. Daran ändert auch die ‚Netiquette‘ nichts, denn sie wird nur ansatzweise befolgt. Sie ist von einer Minderheit, einer unabhängigen Entwicklungsgruppe namens →„IETF“ entworfen worden und wurde nicht sozial ausgehandelt. Darum hat sie keine Sozialverbindlichkeit (vgl. Abschnitt D.I.1.).

Die Merkmale, die nach HOLZER (1994, S. 150) unabdingbar für erfolgreiche Kommunikation sind, sind in der ‚Chat‘-Kommunikation nicht gegeben:

„Luhmann beschreibt Kommunikation [...] als dreistelligen Selektionsprozeß, in dem Information, Mitteilung und Verstehen miteinander verbunden sind.“ (ebd.)

Da Informationen im ‚Chat‘ kontinuierlich unter dem Verdacht der Fälschung rezipiert werden, können sie per se nicht immer so verstanden werden, wie sie gemeint sind. Dies ist den Nutzern sogar bewußt.

Der Gemeinschaftsbegriff, der von vielen Autoren auf das gesamte Internet, insbesondere aber auf die sehr unmittelbar wirkende ‚Chat‘-Kommunikation angewandt wird, ist darum in diesem Zusammenhang nicht haltbar. Ein Sozialsystem braucht Traditionen oder vergleichbare Strukturbestände, durch die seine Elemente verbunden bleiben (vgl. TÖNNIES 1988). Solche Kommunikationsbestände sind aber in spontanen ‚Chat‘-Sitzungen, die die Regel darstellen, für gewöhnlich nicht gegeben. ‚Chat‘-Kanäle, in denen sich bestimmte Nutzer immer wieder treffen, machen hiervon strukturell gesehen keine Ausnahme, da Fälle bekannt geworden sind, in denen Kommunikationsteilnehmern über Monate hinweg eine falsche Identität vorgetäuscht worden ist.

Eine derartig überbordende Komplexität, wie sie in ‚Chats‘ gegeben ist, läßt sich nur durch Vertrauen mildern. Dies setzt zum Beispiel die Nennung wirklicher Namen oder zumindest beständiger Pseudonyme voraus, deren Träger über gemeinsame Kommunikationserfahrungen im ‚richtigen Leben‘ verfügen sollten. Es können sich dergestalt Erwartungsstrukturen herausbilden, die die Grundlage jeden sozialen Systems, jeder sozialen Beziehung darstellen.

Doch die Anonymität in ‚Chat‘-Systemen ist bzw. war gewollt und bettet sich in einen gesamtgesellschaftlichen Kontext ein.

In der Gründungszeit des ‚IRC‘ haben die User diese Kommunikationsmöglichkeit als anonym *definiert*; es bestand schließlich keine Notwendigkeit dazu, den tatsächlichen Namen nicht anzugeben, eine falsche Identität vorzutäuschen oder zwischen Kommunikationskanälen abrupt hin- und herzuwechseln. M.a.W.: Die verhältnismäßig anonyme Kommunikationsweise im Chat ist sozial konstruiert. Diese Konstruktion ist der Nachvollzug der gesellschaftlichen Grundstruktur unserer gegenwärtigen Gesellschaft, der Individualisierung.

Das Internet scheint auf den ersten Blick eine unbegrenzte Selektionsvielfalt an Waren, Dienstleistungen und Partnern zum sozialen Austausch zu bieten (BOLTER 1997, S. 51) und eignet sich auf diese Weise ideal als Projektionsfläche gesellschaftlicher Strukturen: Es erscheint als Lösung der strukturell gestellten Aufgabe, größtmögliche Einheit in größtmöglicher Vielfalt zu finden (vgl. SCHULZE 1995), z.B. die unverbindliche Gemeinschaft im Chat, in der man das Gefühl gewinnt, anderen zu helfen und selbst unterstützt zu werden, ohne wirklich Freiheit aufgeben und Opfer bringen zu müssen. Bei GRÄF (1997, S. 105) heißt es:

„Kennzeichen moderner Netzwerke ist, daß die Menschen nicht mit denselben Personen eine Serie von Aktivitäten unternehmen, sondern daß sie die Interaktionspartner wechseln, wenn sie sich von Interaktionskontext zu Interaktionskontext bewegen.“ (ebd.)

Der konsequenzlose Kontakt zu Menschen als strukturelle Ursituation sozialer Beziehungen findet sich auch in anderen gesellschaftlichen Bereichen, z.B. auf dem Kontaktanzeigenmarkt, wie REICHERTZ (1988) herausgefunden hat:

„Gesellige Inserenten in Stadtmagazinen suchen oft - so das Resümee - nicht den Kontakt zu einem konkreten anderen, sondern jenseits der selbstgestrickten Selbstverzauberungen (nur) sich selbst. Die Kontaktanzeige erweist sich so als Suche nach einem anderen, den man eigentlich nicht treffen will.“ (REICHERTZ 1988, S. 264)

Oft geht es gar nicht darum, wirklich ernsthaft eine(n) Partner(in) zu finden, sondern lediglich um das gesellige Sortieren und Betrachten der Antwortbriefe im Freundeskreis. Die Antwortenden werden zu Objekten erlebnisorientierter Kommunikation. Es geht nicht darum, ein kommunikatives Gleichgewicht zu finden, das sich auf die Orientierung der Interaktions- bzw. Kommunikationspartner an gemeinsam geteilten Werten oder Normen stützt. In Anlehnung an LUHMANN (1997) und SCHULZE (1995) ließe sich m.A. als das „generalisierte Kommunikationsmedium“ der „Erlebnisgesellschaft“ die „Erlebnisrationalität“ ausmachen: Leere steht gegen Erlebnisreichtum, und das kommunikative Gleichgewicht besteht höchstens darin, daß sich die Kommunikationspartner darin einig sind, sich gegenseitig zum Objekt zu machen und an den Stellen sozial zu interagieren, wo eine gegenseitige Belohnung durch Erlebnisreichtum gesichert ist. Anders gesagt: „Erlebnisrationalität“ im Sinne SCHULZES (ebd.) sichert die Anschlußfähigkeit von Kommunikationen.

Nach HOLZER (1994, S. 158) hat ein „generalisiertes Kommunikationsmedium“ die Aufgabe, „die Selektion der Kommunikation so zu konditionieren, daß sie zugleich als Motivationsmittel wirken, also die Befolgung des Selektionsvorschlages hinreichend sicherstellen kann“ (ebd.). Wenn mir mein Kommunikationspartner Erlebnisreichtum verheißt, steigt meine Motivation, die Kommunikationssituation aufrechtzuerhalten. Anders gesagt: Mein Kommunikationspartner liefert mir die Reize, die ich benötige, um mich selbst zu reflektieren. Dies Kommunikationsschema findet sich m.A. auch in Chat-Sitzungen, wie das folgende ‚Chat‘-Protokoll veranschaulicht. Es ist dyadisch und äußerst ‚tiefsinning‘ und von daher nicht unbedingt repräsentativ für ein ‚normales‘ ‚Chat-Gespräch‘:

„<Marion> I've tried presenting **m,yslef** as male on occasion - to be honest I found it dull
 <Barf> Umm, **I've** gender switched once or twice for about 2 hours or so - mainly to lead another male up the garden path as a practical joke; but never a serious gender switch.
 <Marion> how did **you** find being perceived as female?
 <Barf> I wasn't really being perceived as female, since I was basically just calling myself by a female name and utilising **my** knowledge of being male to get the other male all stirred up
 <Barf> I did find it mildly irritating that I should get so much attention and be immediately fixated as a sex object simply by pretending to be female@
 <Marion> to be honest, I didn't like being male becuase I missed the flattery that women tend to get
 <Marion> being expected to give attention rather than recieve it was quite a shock!“
 (virtuelles ‚Gespräch‘ zweier Nutzer; zit. nach REID 1991)

Für REID (1991) ist dieser Text symptomatisch für den ‚Chat‘ als Experimentierfeld sozialer Rollen, doch damit übernimmt sie lediglich die Definition der Akteure, die selbst schon die Züge einer soziologischen Untersuchung trägt. Statt dessen wird sichtbar, daß beide ‚Chat‘-Teilnehmer den ‚Chat‘ in erster Linie als Mittel zur Selbstreflexion nutzen.

Der User „Barf“ gibt implizit zu, daß ihm die anderen Männer bzw. Männer-Texte nur als Manipulationsobjekte, als intellektuelle Herausforderung wichtig sind, und selbst in der vorliegenden dyadischen Kommunikation mit „Marion“ findet sich dies Strukturelement wieder: Beide Gesprächsteilnehmer berichten, was *sie selbst* erlebt haben, ohne sich direkt aufeinander zu beziehen. Dies geschieht nur ein einziges Mal, als „Marion“ „Barf“ eine direkte Frage stellt: „how did **you** find being perceived as female?“.

Ansonsten ist der Bezug aufeinander indirekt und dient nur als Anknüpfungspunkt dafür, seine eigenen Gefühle zum Ausdruck zu bringen. Die soziale Integration besteht an dieser Stelle nur noch darin, daß beide User am Ende der Leitung jeweils das Gefühl bekommen, in ihrer grundsätzlichen Art zu denken nicht allein zu sein, ohne daß einer dem anderen seine volle Aufmerksamkeit gewidmet hätte, ganz besonders „Barf“ „Marion“ nicht, - wenn es sich denn wirklich um Mann und Frau gehandelt hat; denn selbst eine noch so offensichtlich wirkende Authentizität im ‚Chat‘ kann vorgetäuscht sein.

Dabei lösen die Reaktionen der anderen Teilnehmer im ‚Chat‘, die ‚real‘ existierende Menschen sind, aber nicht unbedingt als solche wahrgenommen werden, innere Phantasien über soziale Zusammenhänge aus.

Selbstlernprozesse werden in Gang gesetzt, wie TURKLE (1986) sie für die Beschäftigung mit dem Personal Computer nachgewiesen hat. STENGEL (1996, S. 257) schreibt zusammenfassend zu TURKLE (1986):

„Turkle stellte fest, daß manche Kinder ihre Gedanken und Gefühle mit Hilfe des Computers externalisieren, um durch diese Abstrahierung das eigene Wesen und seine Charaktereigenschaften besser kennenzulernen. Der Computer wird dabei zum Gesprächs- und Interaktionspartner gewählt, um durch eine Art Rollenspiel die eigenen kognitiven Prozesse zu verdeutlichen.“ (STENGEL 1996, S. 257)

Diese Erkenntnis läßt sich auf den Umgang mit dem Internet ausdehnen. Die Kommunikation mit virtuellen ‚Gesprächspartnern‘ verdeutlicht dem Individuum weniger kognitive, als vielmehr soziale Prozesse. Gedanken über soziale Prozesse werden externalisiert und können auf diese Weise besser reflektiert werden.

Kommunikation im Internet erscheint aus diesem Blickwinkel als symbolische Seite gesellschaftlicher Integration. Gefühle der Integration als befriedigend zu empfinden, die in Auseinandersetzung mit dem Internet entstehen, setzt eine umgebende ‚reale‘ Gesellschaft voraus, in der die Manipulation eigener Gefühle im Vordergrund steht.

Zweifelsohne gleichen ‚Chat-Gespräche‘ im Internet ‚richtigen‘ sozialen Interaktionen im ‚realen Leben‘, und doch sind sie weit mehr als diese dem eigenen Erleben, der „innenorientierten“ Manipulation unterworfen (vgl. SCHULZE 1995).

REID (1991) hingegen untersucht virtuelle ‚Interaktionen‘ mit demselben begrifflichen Instrumentarium, mit dem Sozialwissenschaftler die ‚wirkliche‘ Welt untersuchen. So berichtet sie von den „Schuldgefühlen“ der User, die gegen die Regeln der ‚Netiquette‘ verstoßen haben. Diese Missetäter würden schließlich per ➔ „killfile“ von einer weiteren Teilnahme an bestimmten ‚Chat-Kanälen‘ ausgeschlossen, hätten aber die Chance, über ein Schuldgeständnis in den entsprechenden ‚Newsgroups‘ ihre Reputation wiederzuerlangen, was auch tatsächlich geschehe. In derartigen Verhaltensweisen entdeckt REID (ebd.) die Wirksamkeit sozialer Kontrolle im ‚Netz‘. Dazu ist zu sagen, daß auch ohne ein solches ‚Schuldgeständnis‘ jeder User unter anderen Spitznamen wieder in den IRC oder andere ‚Chat-Systeme‘ gelangen kann. Es wird m.A. eher der spielerische Charakter deutlich, der das Internet auszeichnet, ein Spiel, das nur in einer solchen Gesellschaft Sinn gibt, in der die Gesellschaftsmitglieder auf ihre eigenen Reflexionen zurückgeworfen sind. Als ‚tatsächliche‘ Interaktion kann eine derartige Handlungssequenz nicht unbedingt bezeichnet werden. Sie ist eher insofern sozial, als daß das individuell kontrollierte *Gefühl* entsteht, sozial zu handeln. Dies Gefühl muß jedoch nicht ewig währen; es gibt genügend Nutzer, die sich nach einer gewissen Zeit vom ‚Chatten‘ oder ‚Mudden‘ enttäuscht abwenden, weil ihnen diese Art des Kommunizierens zu ‚künstlich‘ erscheint (vgl. TURKLE 1998).

Die Übertragung gesellschaftlicher Strukturen auf ‚Chat‘-Kommunikation verdeutlicht das folgende Online-Interview (zur Methodik von Online-Interviews siehe BAYERL 1997), das der Verfasser dieser Arbeit selbst geführt hat. Als er den virtuellen ‚Raum‘ betritt, befinden sich nur zwei Nutzer darin:

„Gandalf nimmt sich ein Bier
 (Gandalf) Auch eins, Daniela?
 (Daniela) Ich darf leider nicht, bin in äußerst schwangeren Umständen !
 Gandalf reicht Daniela ein Wasser
 (Daniela) Naja, es muss ja nicht gerade das sein, ein O-Saft tut's auch !“

Als der Verfasser, der sich selbst „Igel“ nennt, im humoristischen Ton seine Absichten offenlegt, stellen die Nutzer zunächst nur geringen Bezug zu diesen kommunikativen Absichten her³⁶:

„(Igel) Ich muß Euch darüber informieren, dass Ihr gerade zu Objekten sozialwissenschaftlicher Forschung werdet!
 Gandalf nimmt Daniela das Wasser weg und gibt ihr einen O-Saft
 (Daniela) Hui, das klingt aber wichtig !
 Gandalf sieht Igel fragend an
 (Igel) Na, ja...
 (Igel) Ich will mir ja nur mal anschauen, was so dran ist am Chatten.
 15:17 Gandalf verläßt den Raum
 15:18 Gandalf betritt den Raum
 (Daniela) Der will uns doch sicher nicht auswerten, oder ?
 (Gandalf) rehi
 (Daniela) ... nur fliegen ist schöner !“

Schließlich wird „Gandalfs“ Interesse geweckt, das er bis zum jähen Ende des Interviews aufrechterhält. Die Skepsis des Verfassers in Bezug auf die Anonymität in ‚Chats‘ können beide User nicht teilen, „Daniela“ allerdings nur implizit nicht:

„(Gandalf) So Igel, dann erzähl mal
(Igel) Ich will nur mal sehen, ob es hier wirklich so "anonym" zugeht!
 (Daniela) Anonymer geht's gar nicht !
 (Gandalf) Genau
(Igel) Ich meine, irgendwie ist das doch komisch, dass man sich so unterhält!
(Igel) Macht Euch die Anonymität denn gar nichts aus?
 (Daniela) Daniela ist auch nur mein Pseudonym, eigentlich bin ich eine Russische Prinzessin im Exil !
 (Gandalf) An der Bushaltestelle unterhältst Du Dich doch auch, oder nicht?“

Typisch für Chats ist dabei die Unterhaltung von „Daniela“ und „Gandalf“ untereinander, während das Interview stattfindet. Diese Orientierung an mehreren ‚Gesprächspartnern‘ tritt normalerweise noch wesentlich deutlicher zutage, wenn viele Nutzer im ‚Raum‘ sind:

„Daniela weiss wie Gandalf aussieht !“

Auf eine Nachfrage des Verfassers ergibt sich ein erster Hinweis dafür, daß die Befragten keinen Unterschied sehen zwischen ‚realen‘ und virtuellen Kontakten. Bezeichnend ist dabei der Vergleich des ‚Chattens‘ mit dem flüchtigen Gespräch an einer Bushaltestelle.

³⁶ Es ist im ‚Chat‘ sogar möglich, den Inhalt von Äußerungen anderer Nutzer *vollkommen* zu ignorieren bzw. sie im unklaren darüber zu lassen, ob sie ignoriert werden. D.h. es werden u.U. neben dem technisch bedingten Fehlen unwillkürlicher nonverbaler Kommunikation keinerlei Hinweise darauf gegeben, daß eine Kommunikation nicht erwünscht ist.

„(Igel) Ja, Gandalf, aber hier hat man doch die Möglichkeit, etwas vorzutäuschen, an der Bushaltestelle nicht, oder?

(Daniela) Du kannst doch jemandem an der Busshaltestelle genauso viel Schrott erzählen wie hier !

(Gandalf) Doch auch, Igel

(Gandalf) Nur ist chatten international“

Nachdem der Verfasser zugegeben hat, schon einmal Leute im ‚richtigen Leben‘ getroffen zu haben, die er zuvor im ‚Chat‘ kennengelernt hatte, legt „Daniela“ dies implizit als Beleg dafür aus, daß die vorangehende Kritik des Verfassers der Grundlage entbehrt: ‚Chats‘ sind nichts ‚Künstliches‘, sondern können sogar zu ‚richtigen‘ Kontakten führen. Die soziale Integrationsfähigkeit von ‚Chats‘ scheint für „Daniela“ erwiesen.

„(Igel) Ich selbst habe allerdings schon mal Leute über den Chat kennengelernt.

Gandalf auch

(Daniela) Siehste !!!“

Die Befragten versichern einmütig, daß es keinen Grund gibt, ‚Chat-Gespräche‘ Gesprächen im ‚wirklichen‘ Leben gegenüber geringzuschätzen. ‚Chatten‘ stellt für die beiden eindeutig eine Form sozialen Kontaktes dar.

„(Igel) Ist für Dich denn das Gespräch hier wirklich so "echt" wie im "richtigen Leben", Gandalf?

Gandalf hat Daniela sogar schon mal besucht

(Igel) Daniela, will auch niemanden kritisieren...

(Daniela) Ja Gandalf, sag mal ????

(Igel) Nur mal ne Frage...

(Gandalf) Igel, ich weiß, daß ich hier auf Tasten tippe, das ist genauso real wie reden!

(Gandalf) real

Daniela hat schon richtig tolle Gespräche im Chat gehabt“

Die Möglichkeit, sich mit mehreren Gesprächspartnern gleichzeitig zu unterhalten, wird nicht als unhöflich oder belastend erlebt. Im Gegenteil wird sie gewünscht, wofür der folgende Gesprächsausschnitt selbst der beste Beweis ist. Wieder sprechen sich die beiden User während der ‚Unterhaltung‘ gegenseitig an:

„(Igel) Ist das nicht komisch, dass man sich zwischendurch auch immer mit mehreren unterhält?

Gandalf wunder sich, daß Daniela nichts mehr weiß

Daniela hat die Alzheimer' sche !!!

(Gandalf) Igel, ich halte es für normal mich mit mehreren zu unterhalten, nur mit einer Person ist doch langweilig

(Igel) Fühlt Ihr Euch nicht manchmal beleidigt, wenn jemand, für den Ihr Euch interessiert, immer zwischen mehreren schwankt?

(Daniela) Jetzt aber Hallo !

(Gandalf) Wer sich beleidigt fühlt wegen so etwas ist charakterlich aber sehr schwach“

Der Verfasser ging nun davon aus, Gesprächsbereitschaft hergestellt zu haben, und versuchte die Befragten mit weiteren im Internet geäußerten Kritikpunkten an Internet-Kommunikation zu konfrontieren. Diese verließen daraufhin gemeinsam den ‚Raum‘. Die Absicht, dort eine ‚Party‘ zu feiern, deutet die Erlebnisorientierung an, die sich in fast allen ‚Chats‘ findet:

„(Igel) Es gibt da einige Soziologen, die sagen folgendes
 15:26 Gandalf geht in einen anderen Raum: **Party**
 15:27 Daniela geht in einen anderen Raum: **Party**“

Die beiden User haben sich nicht verabschiedet. Den ‚Raum‘, den sie anschließend ‚betreten‘, ‚sperrten sie hinter sich zu‘. D.h., der Verfasser besaß keine Möglichkeit mehr, sich weiter mit ihnen ‚zu unterhalten‘. Das ‚Gespräch‘ verdeutlicht dreierlei:

Erstens zeigt es den Chat als ein Medium, das von den Nutzern als ‚Ort‘ der sozialen Integration subjektiv interpretiert wird. Zweitens macht es die individualisierte Strukturen sichtbar, wie sie sich auch in der ‚richtigen‘ Gesellschaft finden lassen. Beziehungen sind oftmals von loser Natur und werden leicht abgebrochen, wenn sich die gemeinsamen Interessenkonstellationen nicht mehr decken. Drittens, auf einer Meta-Ebene, bringt es eine Unsicherheit zum Vorschein, die in der bisher erschienenen Literatur zum Thema noch nicht ausreichend gewürdigt wurde.

Scheint die Interaktionssituation auch noch so ‚real‘, so kann sie doch zu jedem Zeitpunkt das Ergebnis einer Täuschung sein. Im gegebenen Beispiel hat sich der Verfasser die Frage gestellt, ob die beiden User nicht angestellte virtuelle Animatoren der „Hamburger Morgenpost“ sind, die den Chat betreibt, in dem sich das Interview abgespielt hat. Diese Frage konnte nicht abschließend geklärt werden.

Zukünftige soziologische Forschung sollte sich jedoch ausgiebiger mit dem Problem des ‚Identitätsbetruges‘ auseinandersetzen, als dies bisher geschehen ist. Solange nie mit letzter Sicherheit erwiesen werden kann, ob Nutzer etwas vortäuschen, was nicht der Wahrheit entspricht, können Internet-Kommunikationen auch nicht als genuine soziale Interaktionen eingestuft werden; dies auch dann nicht, wenn es viele Belege dafür gibt, daß sich ein Großteil der Nutzer nicht vollkommen verstellt, daß es sogar zu sozialen Kontakten im ‚richtigen‘ Leben kommen kann.

In der Tat kommt es gerade unter ‚Chattern‘ vermehrt zu Kontakten auch außerhalb des Internets. Eingefleischte Chat-Enthusiasten organisieren sogar sogenannte „Relay Parties“ („RPs“). Dies ist jedoch nicht die Regel. Zumindest bis in das Jahr 1994 hinein hat nur ein offizielles Treffen existiert, das zweimal im Jahr stattfand und an dem jeweils nicht mehr als 300 Leute teilnahmen, Tendenz steigend (vgl. SEIDLER 1994). Über privat organisierte Parties von Subgruppen ist nach Wissen des Verfassers in der Forschungsliteratur bisher nichts berichtet.

„Relay Parties“ unterscheiden sich im Prinzip durch nichts von ‚normalen‘ Parties, nur daß sie noch stärker als jene dem Prinzip der Kontrollgewalt über die Herstellung von sozialen Kontakten verpflichtet sind. Zum einen werden die Teilnehmerlisten vorher im Internet veröffentlicht, so daß jeder vorab entscheiden kann, ob die Party für ihn interessant ist oder nicht. Auf den Parties selbst ist ein Auswahlprinzip institutionalisiert, das dem virtueller Kontakthanbahnung gleicht. Es heißt Wahlfreiheit:

„Auf einer RP fällt nicht, wie bei ‚gewöhnlichen‘ Parties, der erste Blick ins Gesicht seines Gegenübers, sondern auf sein Namensschild. Dort steht dann in großen Buchstaben der Spitzname. Kennt man diesen aber nicht, geht der Blick noch ein wenig näher an das Namensschild, um die E-Mail-Adresse zu lesen - daran kann man sehen, woher der Namensschildträger kommt. Klingelt es noch immer nicht, dann kennt man sein Gegenüber nun wirklich nicht und kann es ruhig links stehen lassen: ‚Ach, Dich kenn ich ja gar nicht. Bis später... vielleicht.‘ ;-)“ (SEIDLER 1994)

Namensschilder werden sogar manchmal absichtlich vertauscht, um Verwirrung zu stiften. Schließlich finden sich laut SEIDLER (ebd.) auf solchen Parties diejenigen zu Subgruppen zusammen, die im ‚IRC‘ jeweils auf den gleichen ‚Kanälen‘ kommuniziert haben. M.a.W.: Nur diejenigen, die man wirklich kennenlernen wollte, lernt man auch kennen, was das Zitat zum Ausdruck bringt.

Es läßt sich das Fazit ziehen: Dasselbe Verhaltensmuster, daß die Nutzer im richtigen Leben zum Unterhalten zwangloser Bekanntschaftskontakte veranlaßt, verleitet sie dazu, den ‚IRC‘ zu benutzen, und dies Schema leitet sich aus der beschriebenen zeitgenössischen Gesellschaftsstruktur ab. Umgekehrt passen sich Treffen im ‚richtigen Leben‘, die sich aus ‚Chat‘-Kommunikationen ergeben haben, der Struktur der ‚Chat‘-Kommunikation an.

Betrachtet man den Zustand des Internets zum Zeitpunkt der vorliegenden Untersuchung, so ist zu ergänzen, daß sich die Doppelstruktur von Integration und Individualismus nicht unwesentlich verselbständigt hat und „Anpassungsdruck“, d.h. „Individualisierungsdruck“ (BECK 1986, S. 208) und Erlebniszwänge ausübt. SCHULZE (1995) schreibt, daß ein junges Mädchen, daß früh heiraten und Kinder bekommen möchte, einem enormen sozialen Druck gewachsen sein muß: Es wird für verrückt erklärt, weil es nicht danach trachtet, sich ‚auszuleben‘.

Analog sind Teilnehmer des ‚IRC‘ inzwischen gezwungen, Pseudonyme zu verwenden, d.h. sich gemäß individualisierter Strukturen zu verhalten. Einerseits sind Pseudonyme derart verbreitet, daß man sich die wahrheitsgemäße Verwendung des ‚richtigen Namens‘ aus der ‚realen Welt‘ gegenseitig schon gar nicht mehr beweisen kann. Andererseits ist im Internet im Zuge der Anonymisierung von Kommunikation durch „Early Adopters“ (KUBICEK 1996, S. 261) ein derart anomisches Klima entstanden, daß man bei Preisgabe seiner Identität inzwischen damit rechnen muß, zum Opfer sozial üblicherweise geächteter Handlungen zu werden.

So ist es keine Seltenheit, daß insbesondere Frauen auf die Veröffentlichung ihrer ‚E-Mail‘-Adresse hin Unmengen sexuell und anderweitig belästigenden Materials in ihrem elektronischen ‚Briefkasten‘ vorfinden. Dieser Prozeß scheint zwangsläufig so zu verlaufen und auf die Anonymität im digitalen Austausch zurückzuführen zu sein; so wird es zumindest in den Massenmedien und vielen wissenschaftlichen Publikationen dargestellt. Doch handelt es sich in Wahrheit auch in diesem nur scheinbar eindeutigen Fall um einen Definitionsprozeß.

Wäre es anders, dann würden die Regierungen dieser Welt nicht versuchen, das Internet umzudefinieren als ‚Raum‘, in dem die gleichen Regeln gelten wie in der übrigen Gesellschaft auch - um an diesem Vorhaben zu scheitern, weil sich die vorherrschende Definitionsweise an die bestehende Gesellschaftsstruktur anlehnt, aus ihr entstanden ist.

5. *Homepages*

Einfache ‚Homepages‘ basieren auf dem Code der Seitenbeschreibungssprache ‚HTML‘, der auf einem Server abgelegt wird und von jedem Netznutzer ständig abrufbar ist. ‚Homepages‘ bzw. ‚WWW-Seiten‘ können Text, Bilder sowie Audio- und Videosequenzen enthalten. Kennzeichnend ist in den allermeisten Fällen eine Möglichkeit, dem Autor der ‚Homepage‘ eine Nachricht zukommen zu lassen: per ‚E-Mail‘ oder über das Ausfüllen eines Fragebogens. Diese *asynchrone* Form der Kommunikation kann durch *synchrone* Elemente, wozu ‚Chat‘ und ‚Internet-Telefonie‘ zählen, ergänzt werden. Das setzt jedoch voraus, daß der ‚Homepage‘-Betreiber gerade in dem Moment eine Verbindung zum Netz unterhält, in dem der Kontaktversuch stattfindet. *Synchrone* Kommunikationsformen sind auf deutschen bzw. österreichischen ‚Homepages‘ (noch) so gut wie gar nicht vertreten.

Es läßt sich vereinfacht unterscheiden zwischen privaten, kommerziellen und institutionellen ‚Web-Seiten‘, wobei die Übergänge oft fließend sind.

Ein Kunstmaler kann persönliche Angaben über sich veröffentlichen, seine Werke zum Kauf anbieten und gleichzeitig Informationen zu einer unter seinem Vorsitz stehenden Künstlervereinigung bereitstellen, – und das entweder auf einer einzigen ➔„Seite“ oder innerhalb eines Verbundes von ‚Seiten‘, die untereinander genauso durch ➔„Hyperlinks“ verbunden sind wie im Prinzip alle ‚Web-Seiten‘ aufeinander verweisen können.

BUTEN (1996) bezeichnet ‚Homepages‘ dann als privat, wenn sie explizit als solche ausgewiesen sind, also z.B. in einem Verzeichnis privater ‚Homepages‘ stehen oder den persönlichen Namen des Betreibers enthalten. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit werden zu den privaten ‚Homepages‘ diejenigen gezählt, die *nicht hauptsächlich* kommerziellen oder institutionellen Zwecken dienen.

BUTEN (ebd.) schätzt die Zahl der US-amerikanischen ‚Homepages‘ auf 600.000, macht aber keinerlei Angaben, wie diese Schätzung zustande gekommen ist (zur Zahl der deutschen ‚Homepages‘ siehe Abschnitt D.III.2.). Möglicherweise hat er von der Zahl der eingeschriebenen Studenten auf die Zahl der ‚Homepages‘ geschlossen; denn in den USA ist es an vielen Universitäten schon zur sozialen Norm geworden, eine Art kurzen Lebenslauf im Internet zu veröffentlichen. Für die Absicht der vorliegenden Arbeit sind solche ‚Homepages‘ von Interesse, die der Nutzer ‚aus eigenem Antrieb‘ entwickelt oder zumindest fortentwickelt hat. Dies ist ein weiteres Kriterium, eine Seite als ‚privat‘ einzustufen. Erkennbar institutionelle Seiten ohne darüber hinausgehenden Inhalt erfüllen dies Kriterium nicht.

Die Erforschung des sozialen Kontextes, in dem ‚Homepages‘ entstehen, lehnt sich in der spärlich vorhandenen Forschungsliteratur an die Konzepte des Symbolischen Interaktionismus und der Konstruktion ‚postmoderner Identität‘ an. Damit ergeben sich Parallelen zu den Untersuchungen der bereits geschilderten sozialen Dienste (vgl. Abschnitte B.II.1. bis B.II.4.).

Persönliche ‚WWW-Seiten‘ dienen nach MILLER (1995) der Selbstdarstellung im Sinne GOFFMANs (1976): Um Scham im Umgang mit anderen zu vermeiden, wird mittels verschiedener Strategien versucht, nach außen hin ein optimales Selbst zu präsentieren. Dabei spielt nonverbale Kommunikation eine bedeutsame Rolle, die durch den Stil einer ‚Homepage‘ repräsentiert werden kann. Dazu gehört ‚das, was zwischen den Zeilen steht‘, z.B. Ironie. CHANDLER (199X) zufolge fällt darunter auch die Anordnung der graphischen Elemente, ja die Anordnung aller Elemente einer ‚Homepage‘ zueinander. In der Tat vermitteln viele ‚Homepages‘ schon auf den ersten Blick eine Art glaubwürdigen Gesamteindruck vom ‚Homepage‘-Betreiber, der aber immer unter dem Vorbehalt der Eindrucksmanipulation steht.

Den nonverbalen Kontext einer ‚Homepage‘ nennt MILLER (1995) „paralinguistisch“ („paralinguistic“) bzw. „parakommunikativ“ („paracommunicational“).

Er geht bei seiner Betrachtung vom ‚richtigen Leben‘ aus. Jeder Mensch sei kontinuierlich bestrebt, seine Selbstdarstellung zu optimieren und bediene sich dabei aller erhältlichen Mittel, - auch der elektronischen Kommunikation. Diese Selbstdarstellung, so die These der vorliegenden Arbeit, ist aber der Absicht nach gerade nicht dem Zusammenspiel mit anderen Nutzern entworfen, sondern zunächst einmal Ausdruck „innenorientierter“ Innendarstellung.

MILLER (ebd.) selbst betont, daß eine erfolgreiche Selbstdarstellung nach GOFFMAN (1976) nur dann glücken kann, wenn sie geglaubt wird, d.h. Bestätigung durch andere Menschen erfährt. An der Herstellung von Identität sind nach GOFFMAN (ebd.) immer mindestens zwei Personen beteiligt. Beim Betrachten einer ‚Web-Seite‘ interagiert der Beschauer aber nicht mit einer Person, sondern nur mit dessen Erzeugnis, der ‚Homepage‘, deren Darstellung auf dem Schirm des Betrachters aus technischen Gründen überdies nicht immer gleich ist (vgl. RUBIO 1996).

Noch wichtiger ist, daß der Beschauer die ‚Homepage‘ in einen Kontext einbinden kann, auf den der ‚Homepage‘-Betreiber keinen Einfluß hat. Eine ‚Homepage‘ anzuwählen, bedeutet nicht, danach gesucht zu haben bzw. sich für die dahinterstehende Person zu interessieren. Jemand mag Informationen zu einem bestimmten Buch sammeln wollen und sich diese ‚herunterladen‘, ohne den übrigen Inhalt der Seite, insbesondere die persönlichen Angaben des ‚Homepage‘-Betreibers, weiter zu beachten. Vielleicht hat der Beschauer in seiner Browser-Software das Anzeigen von Bildern unterbunden, so daß er den graphischen Stil einer Homepage und das Abbild des ‚Homepage‘-Betreibers von vornherein nicht wahrnehmen kann. „Paralinguistische“ bzw. „parakommunikative“ Elemente können jedoch nicht nur ‚übersehen‘ werden. Sie haben darüber hinaus keine Ausdruckskraft, weil sie selbst Gegenstand der Manipulation durch den ‚Homepage‘-Betreiber sein können.

Derartige Täuschungsmannöver können nach GOFFMAN (1976) im ‚richtigen Leben‘ dadurch entlarvt werden, daß sie ihrerseits von nonverbaler Kommunikation begleitet sind, die eine ‚erfolgreiche‘ Täuschung schließlich doch gefährden – eine Überprüfungsmöglichkeit, die dem ‚Besucher‘ einer ‚Homepage‘ im Internet nicht zur Verfügung steht.

Die Möglichkeit, über „innenorientierte“ Selbstdarstellungen ohne die Gefahr unmittelbarer sozialer Kontrollmaßnahmen soziale Kontakte anzubahnen, fügt sich ein in die multioptionale, individualisierte Struktur moderner Gesellschaften:

„Goffman points out that one of the difficulties of interaction lies in establishing contact, because an offer to interact always leaves one open to rebuff. Conversely starting an interaction always involves a risk about what the interaction might lead to, and possible difficulty in ending it. On the Web you can put yourself up for interaction without being aware of a rebuff, and others can try you out without risking being involved further than they would wish.“ (MILLER 1995)

Dies schließt soziale Kontakte jedoch nicht aus! Fast alle ‚Homepage‘-Betreiber bieten auf ihrer ‚WWW-Seite‘ eine ‚Feedback‘-Möglichkeit an, viele betonen ausdrücklich, daß sie sich über eingehende ‚E-Mails‘ freuen würden. Das ‚kommunikative Risiko‘ ist zunächst minimal, weil zu erwarten ist, daß Kontaktangebote vorwiegend von Nutzern gemacht werden, die das externalisierte Image des ‚Homepage‘-Betreibers akzeptieren. Anschließender ‚E-Mail‘-Kontakt läßt beiden Kommunikationspartnern die Freiheit, den Kontakt ohne Konsequenzen jederzeit abbrechen zu können.

Aus ähnlichen Gründen, so möchte man vermuten, erleben derzeit „Flirt-Parties“ einen enormen Aufschwung, auf denen soziale Kontakte ganz bewußt über das Medium kleiner Kontaktbotschaften vermittelt werden.

Jeder Party-Gast erhält eine gut sichtbare Klebenummer, die sich andere notieren können. Die Kontaktbotschaft wird unter der entsprechenden Nummer bei einer Verteilerperson abgegeben, die die Nummern anschließend ausruft, so daß die Ausgewählten an die für sie bestimmten Botschaften gelangen. Diese gehen nun bei der Herstellung des Kontaktes kein Risiko ein, eben *weil* sie ausgewählt worden sind. Die auswählende Person hat ebenfalls keine negativen Sanktionen zu befürchten, da es sich ja nur um einen ‚Spaß‘ handelt, mit dem beide Kommunikationsteilnehmer sich von vornherein dadurch einverstanden erklärt haben, daß sie bereit waren, eine ‚Kontaktnummer‘ zu tragen.

Für die Nutzung des Mediums Internet als unverbindliches Kontaktmedium spricht die Tatsache, daß Frauen weit seltener als Männer ein Bild auf ihrer ‚Homepage‘ veröffentlichen (MILLER 1995); da Frauen mit ‚Homepage‘ im Internet in der Minderheit sind, ist mit verstärkten Kontaktangeboten männlicher Nutzer zu rechnen. Vermutlich versuchen Frauen darum, ihre Selbstdarstellung im unklaren zu halten, um nicht den Eindruck zu vermitteln, bewußt auf der Suche nach Kontakten zu sein. Kommunikationsdruck wird mit Kommunikationsentzug beantwortet, um sich die Vorteile individueller, selbstbestimmter Kommunikation zu erhalten.

Eine im Rahmen der vorliegenden Untersuchung befragte ‚Homepage‘-Betreiberin, die nach eigener Aussage sehr darauf geachtet hat, ihren Namen in keinerlei Weise im Internet veröffentlicht zu sehen, kritisiert den Versuch mancher Männer, die unverbindliche Kommunikationsstruktur im Internet zu durchbrechen:

„- kann sich diese ganze männliche internet-welt wirklich nicht vorstellen, dass frauen nicht auf typen stehen, die sie (die frauen) jederzeit (und anonym - die männer) "erreichen" können (z.B. per mitternächtliche anonyme anrufe oder anonym im dunkeln vor der haustür, da sie über nachname und telefonbuch "das wesentliche" im internet gefunden haben)?“ (eine befragte Nutzerin)

Das Internet erlebt seinen Aufschwung als Kommunikationsmittel des individualisierten Individuums, das kommunikative Komplikationen zu vermeiden trachtet. Für ERICKSON (1996) ist Internet-Kommunikation über das ‚WWW‘ gar eine „Wohltat“ („a boon“):

On the Web I can find out about what people are doing and writing without becoming obligated to them. That is, any time I ask someone to do something in my behalf, I accrue a social debt to them. So, if I contact someone I don't know and request a paper, there is now likely to be an expectation that I will read the paper, and perhaps comment on it. The difficulty is that I may not have time to comment on it, or I may glance at it and find it uninteresting, and so I am left in an awkward position. The same issues arise, mutatis mutandis, in sharing one's own work. In short, the ability to find out what someone else is doing, without mutual knowledge of what's happening, is a boon to both parties. This non-mutuality of knowledge is one of the characteristics that makes social hypertext different from more direct forms of communication. (ebd.)


Über eine ‚Homepage‘ Formen sozialen Kontaktes zu initialisieren, bedeutet, die individuelle Kommunikationskontrolle zu behalten, d.h. der zweiten ‚informationstechnologischen Norm‘ zu entsprechen. Nicht nur kann die Selbstdarstellung exakt kontrolliert werden (siehe oben). Die ‚Homepage‘ wird in der Regel von vielen Nutzern mehr noch als der Computer als „evokatorisches Objekt“ verwendet (TURKLE 1998; vgl. Abschnitt A.II.).

Wie das Schreiben eines Tagebuches ermöglicht die Komposition einer ‚Homepage‘ die Bewußtmachung eigener Gedanken, Gefühle und Beziehungskonflikte (vgl. CHANDLER 199X). Diese können einer theoretischen Weltöffentlichkeit präsentiert werden, was den Stellenwert des Individuums hebt. Individualisierung wird demokratisiert (vgl. ebd.). Die in der Tat fortwährende Arbeit der User an ihren ‚Homepages‘ setzt CHANDLER (199X) mit deren Identitätskonstruktion gleich:

„Websites are frequently signposted as 'under construction', but the construction involved may at least in part be that of their makers' identities.“ (ebd.)

Damit ist nicht nur ein geistig-seelisches Imaginieren, sondern ‚tatsächliche‘ Persönlichkeitsbildung gemeint. Die informationstechnologische Selbstdarstellung ersetze die Selbstrepräsentation durch Kleidung, Möbelstücke und andere Konsumgüter. Anders als in ‚MUDs‘ oder ‚Chat‘-Systemen, so CHANDLER (ebd.), würden die Nutzer auf ‚Homepages‘ nicht dazu tendieren, Identitäten vorzutäuschen. Fotos, der Name des Nutzers bzw. der Institution, der er angehört, persönliche Informationen aller Art stellten die nötige Verbindung her zum ‚richtigen Leben‘.

All die verschiedenen Elemente, die eine ‚Homepage‘ enthalten kann, würden jeweils dazu dienen, dem eigenen Selbst Ausdruck zu verleihen und es auf diese Weise zu konstruieren. Dabei übersieht CHANDLER (ebd.) allerdings die soziale Schematisierung, der sich viele ‚Homepage‘-Betreiber unterordnen. Dies sei an drei Beispielen erläutert: der graphischen Gestaltung von ‚Homepages‘, der Äußerung von „Mottos“ bzw. Grundüberzeugungen sowie den Bekenntnissen zu bestimmten Software-Produkten auf ‚Homepages‘.

Zu Gestaltungsformaten ist zu sagen, daß viele private ‚Web-Seiten‘ sich in dieser Hinsicht stark ähneln, was durch die Möglichkeit, Elemente oder ganze ‚Seiten‘ anderer Nutzer zu kopieren und unter eigenem Namen zu veröffentlichen, begünstigt wird. Schaltflächen, Symbole, Trennbalken für Text, Hintergründe, Schriftarten u.v.m. stammen in den meisten Fällen nicht vom ‚Homepage‘-Betreiber selbst. Auch der formale Aufbau ist bei vielen ‚Homepages‘ ähnlich. Durchgesetzt hat sich bei der Mehrzahl der ‚Homepage‘-Betreiber inzwischen die Aufteilung ihrer ‚Seiten‘ in  „Frames“, d.h. unterschiedlich große ‚Fenster‘, in denen verschiedene Inhalte dargestellt sind, die aufeinander verweisen, wobei ein Fenster eine Art ‚Inhaltsverzeichnis‘ enthält. Kurze, manchmal englische Oberbegriffe unterteilen die Lebensbereiche des Nutzers in „Projekte“, „Mottos“, „Support“- oder „About“-Bereiche o.ä. „Projekte“ können berufliche oder Studienprojekte, aber auch das beabsichtigte Anlegen eines Gartenteiches sein. „Mottos“ sollen die Lebensphilosophie des Nutzers widerspiegeln.

„Support“-Bereiche zeigen das (sozial)politische Engagement der Nutzer an, z.B. für den Tierschutz. Einige User verstehen unter „Support“ aber auch die Firmen, die ihnen das Erstellen einer ‚Homepage‘ indirekt ermöglicht haben, z.B. Computer- oder Chip-Hersteller. Auf „About“-Seiten berichten ‚Homepage‘-Betreiber über sich selbst oder den Sinn ihrer ‚Homepage‘, sofern der Betreiber diesen explizit machen möchte, was häufiger der Fall ist. Die bewußte Einteilung in unterschiedliche Lebenskategorien macht die Selbstreflexivität der Nutzer deutlich.

„Mottos“ und ‚Grundüberzeugungen‘ sind Elemente, die die Wertschätzung des starken, weil ‚engagierten‘, sich entfaltenden oder für eine Sache eintretenden Individuums zum Ausdruck bringen. In erster Linie ist hier die erläuterte „blue-ribbon-campaign“ zu nennen, das Bekenntnis zur freien Meinungsäußerung im ‚Netz‘. Viele ‚Homepage‘-Betreiber platzieren das entsprechende Symbol auf ihrer ‚Seite‘, ohne dazu weitere Informationen zu liefern. Weniger verbreitet, aber durchaus nicht unüblich sind Verweise zu Organisationen, die vermißte Kinder suchen, sich für die Rettung der Delphine einsetzen etc. Internet-Kommunikation bietet natürlich den Vorteil, das Gefühl zu bekommen, sich einer ‚guten Sache‘ zu widmen, ohne ‚wirkliche‘ Opfer bringen zu müssen, z.B. freiwillige Arbeit in einer Menschenrechtsorganisation zu leisten o.ä. Insgesamt werden ‚Grundüberzeugungen‘ allerdings viel seltener geäußert als „Mottos“, die dem Eindruck des Verfassers nach zumeist an Werte anknüpfen, die sich der Individualisierung unterordnen lassen, z.B. Selbstverwirklichung, die Koordination multipler „Projekte“ o.ä.:

„Das Studium ist eigentlich die schönste Zeit im Leben. Auch wenn man es oft gar nicht glauben mag wenn man so richtig drinsteckt. Trotzdem finde ich, daß man diese Jahre so gut als möglich nutzen sollte, denn Leute : Das Leben ist kurz genug und die Jahre vergehen schneller als man denkt. Mein Motto lautet also : Carpe diem !" (Motto eines ‚Homepage‘-Betreibers vom 25.04.1998)

„Mottos“ bzw. ‚Grundüberzeugungen‘ müssen sich aber nicht unbedingt auf Einstellungen zum Leben oder politische Tatbestände beziehen, sondern haben sehr oft auch Bekenntnisse zu bestimmten Software-Produkten oder Programmierstilen zum Gegenstand. So optimieren viele Nutzer ihre privaten ‚Seiten‘ ausschließlich für die Darstellung mit der ‚Browser‘-Software ‚NETSCAPE‘, weil sie das Konkurrenzprodukt ‚INTERNET EXPLORER‘ des ökonomisch übermächtigen, expandierenden Weltkonzerns ‚MICROSOFT‘ ablehnen. Dies kann dazu führen, daß bestimmte Nutzer-Gruppen von der Betrachtung einer ‚Homepage‘ ausgeschlossen werden.

Eine weitere ‚Grundüberzeugung‘, die sich auf die Verwendung der Internet-Technologie bezieht, ist z.B. die ‚No-Frames-Haltung‘, die die Unterteilung von ‚Hompages‘ in Fenster ablehnt, weil diese in der Tat schnell unübersichtlich werden und zu längeren ‚Ladezeiten‘ führen kann. Auch für diese Haltung besteht ein graphisches Symbol, daß der Nutzer auf seiner Seite unterbringen kann. Er bringt damit zum Ausdruck, daß er den Sinngehalt von Informationen über die optisch anspruchsvolle Präsentation derselben stellt.

Die drei genannten Beispiele für soziale ‚Stile‘ im Internet machen klar, daß die Nutzer zwar versuchen, individuell zu sein, sich aber gerade durch diese Bestrebungen in soziale Zusammenhänge begeben, auch wenn es sich dabei ‚nur‘ um Ideengemeinschaften handelt, die jedoch potentiell handlungsrelevant sind, weil sie spätere Treffen im ‚richtigen Leben‘ einleiten können.

Sich als Individuum zu zeigen, bedeutet auch, rückhaltlos Informationen über sich preiszugeben, deren Sinn oder soziale Anstößigkeit nicht mehr thematisiert zu werden braucht, weil es sich um „Daten“, um „Fakten“ handelt, die in Zeiten allgemeiner Individualisierung nicht mehr legitimiert werden müssen. Dies ist die Befolgung der ‚ersten informationstechnologischen Norm‘ (siehe Abschnitt A.III.1.e[aa]). Beispiele finden sich im Internet innerhalb weniger Minuten zuhauf. Hier berichtet ein Nutzer von seinem Gesundheitszustand:

„Gesundheit:

physisch

Heuschnupfen, Schilddrüsenüberfunktion (nach Elkes Aussage ein möglicher Grund für meine Hyperaktivität), sehe permanent krank aus, vergrößerte Polypen, riesige Mandeln, immer verstopfte Nebenhöhlen (Kopfschmerzen beim Tauchen)

psychisch

Enuresis (absichtlich nur das Fremdwort) bis ca. 10 Jahre, seit 1995 verstärkt Höhenangst; Verhaltenstherapie 1992 wegen akuter Lebensunfähigkeit, Diagnose neurotische Depression, Therapie (m.E. sehr heilsam) leider zu früh beendet“ (Aus einer privaten ‚Homepage‘ vom 20.04.1998)

Die Homepage dieses Nutzers zeigt das angesprochene reflexive Gliederungsschema, das typisch für viele ‚Homepages‘ ist. Schreibt man die einzelnen Gliederungspunkte hintereinander, ergibt sich folgende Struktur:

„Was steht hier?“ – „Zahlen etc. [Geburtsdatum etc., Anm. d. Verf.]“ – „Aussehen (eine subjektive Auswahl)“ – „Gesundheit“ – „Ausbildung“ – „Karrieregedanken“ – „Dinge, die mein Leben beherrschen (unsortiert)“ – „(grundsätzliche) Ziele“ – „Was ich von meinem Leben halte“ – „Wer gewinnt durch diese Seiten?“ (ebd.)

Doch orientieren sich die ‚Homepage‘-Betreiber nicht nur an Inhalten aus dem Internet, sondern auch an Diskursen aus den klassischen Massenmedien. Diese stellen die Verbindung her zwischen den Selbstkategorisierungsprozessen des Individuums, in deren Verlauf es bestimmte Soll-Normen wie die Integration in die ‚Informationsgesellschaft‘ übernimmt, und der Gesellschaft:

„Information (vielleicht treffender: Daten):
Ich bin ein Informationsjunkie. Allerdings gerade auf Entziehungkur.“ (ebd.)

Der Begriff des „Informationsjunkies“ klingt sehr individuell, ist aber bereits in massenmedialen Diskursen erschienen und wird von einigen Nutzern auf sich bezogen. GESER (199X) untersucht die Verbindung von Individuum und Gesellschaft über das Medium Internet anhand des Phänomens von sog. „Remembrance Sites“ im ‚WWW‘. Das sind virtuelle ‚Grabdenkmale‘, wie sie von Hinterbliebenen ‚errichtet‘ werden. Sie enthalten zumeist Fotos vom und Dokumente des Verstorbenen sowie Erzählungen bzw. Gedichte über den Toten. Kernstück vieler „Remembrance Sites“ ist das ‚Kondolenzbuch‘, in dem ‚Gäste‘ aus aller Welt, aber auch Verwandte oder Bekannte ihr Beileid bekunden können. GESER (ebd.) stellt fest, daß die Erzählungen über den Toten oftmals an Begriffe aus den Massenmedien anknüpfen, daß also die Art und Weise, wie der ‚Homepage‘-Betreiber denkt bzw. fühlt, an die kulturellen Vorgaben der Gesellschaft gebunden wird, an denen sich auch die übrigen Gesellschaftsmitglieder orientieren:

„For example: when an individual is remembered as a „shining role model“, we understand that such a semi-scientific term is used mainly because it is commonly understood, not because it expresses adequately the innermost subjective emotions of the messaging survivors. But we may well argue that the usage of such terms may feed back on the way their users interpret their own private thoughts and emotions: by giving them a definite form and relating them to the way other people feel and think.“ (ebd.)

„Remembrance Sites“ vermischen private und öffentliche Sphäre zu einer „public privacy“, einem ständigen Austausch zwischen Individuum und Gesellschaft mittels Internet. Das Individuum erschafft dabei in dem Maße kulturelle Überzeugungen, wie es solche von außen übernimmt.

Es konstruiert sie kontinuierlich mit bzw. nach und integriert sich vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Individualisierung, deren grundlegende Eigenschaft die Selbstreflexion ist, kontinuierlich selber. Dieser Vorgang wird in der vorliegenden Arbeit als ‚Eigenintegration‘ bezeichnet (vgl. die Abschnitte A.IV. und C.II.2.).

„On a more theoretical level, the Internet may be conceptualized as a powerful tool for bringing subjective mental states and objectified cultural expressions into higher accordance with each other, instead of producing irreversible artifacts ever more alienated from the mental states responsible for their initial generation.

„Eigenintegration“ findet vorzugsweise in Gesellschaften statt, die den Menschen keine festgefügtten Wertsysteme mehr vorgeben, so daß Gemeinschaftsbildung den Individuen selber überlassen bleibt, wofür sie bestimmte Katalysatoren wie z.B. das Internet verwenden:

Thus, it provides the necessary infrastructure for a post-modern society which has to exist without irreversibly frozen and universally consensualized traditions, so that the discourse about death (and any other existential topics) has to continue perpetually as a public endeavor without institutional, professional (or any other social) constraints.“ (ebd.)

Insbesondere der Tod bzw. die daran anschließenden gemeinschaftlichen Trauerfeiern haben laut GESER (ebd.) schon immer die Funktion gehabt, kulturelle Werte zu reproduzieren. Der Stellenwert verwandtschaftlicher Beziehungen, soziale Schichtung, die herrschende politische Ordnung, - all das wird auf Beerdigungszeremonien besonders deutlich. M.A. wäre die Existenz der Firma „Sarg Discount“ oder der Trend zu anonymen Bestattungen sicher vor einigen Jahrzehnten oder gar Jahrhunderten noch nicht denkbar gewesen.

Z. Zt. steht nach GESER (ebd.) die bürokratisch-institutionell organisierte Bestattung im Widerspruch zur gesellschaftlichen Individualisierung; individuelle Trauerformen sind ‚postmodernes‘ Bedürfnis, dem die Kirche, Massenmedien oder andere gesellschaftliche Institutionen nicht mehr nachkommen können.

Dieser kulturelle Hintergrund führt dazu, daß Menschen vermehrt Computernetze wie das Internet als Medium individueller Trauer definieren (vgl. ebd.) und sog. „Remembrance Sites“ einrichten, die sich unter dem Trend zur individualisierten „Selbsthilfe“ subsumieren lassen. Dies kann soweit gehen, daß der Tod anderer zur eigenen Selbststilisierung verwendet wird:

„Finally, many memorial sites are inspired by the narcissistic desire of their designers to demonstrate their personal skills in page construction and to propagate their own subjective values and preferences: e.g. by inserting poems, pictures or musical tunes of their own liking, conveying their personal ‚Weltanschauung‘ in philosophical or religious terms, or by providing links to groups or organizations they want to support.“ (ebd.)

Eine derartige Selbstdarstellung ist der Prototyp vieler ‚Homepages‘ und stützt das gesamtgesellschaftliche Prinzip der „innenorientierten“ Individualisierung. Nach GESER (ebd.) sind virtuelle Trauerstätten eine Antwort auf die räumliche und zeitliche Entgrenzung der ‚postmodernen‘ Gesellschaft. Sich lösende Freundschaftsnetze, horizontale soziale Mobilität wie plurale Lebensstile würden es immer schwieriger machen, alle Hinterbliebenen auf Beerdigungen zu versammeln.

Die eigenen, individuellen Gefühle ernstzunehmen, dafür kann das Individuum mit Hilfe des Internets jetzt selber sorgen. Der Stellenwert des (toten) Individuums wird erhöht, wenn es sich einer (theoretischen) Weltöffentlichkeit präsentieren darf.

Gefühle zu erleben, ist längst zum individuellen Recht, ja zur gesellschaftlichen Struktur geworden (vgl. SCHULZE 1995). Das Internet bietet die theoretische Möglichkeit dazu und wird insofern auch entsprechend definiert. Selbst Tote, die man gar nicht kannte (z.B. der vor der eigenen Geburt verstorbene Großvater) oder die Opfer von Flugzeugabstürzen etc. werden auf manchen „Memorial Sites“ beklagt. Die Toten selbst lassen sich nachträglich individualisieren, indem sie nicht mehr nur auf einen Bibelspruch bzw. eine Grabinnenschrift reduziert werden, sondern im Internet durch abgespeicherte Audiodateien selbst zu Wort kommen.

Die Trauernden, sofern sie nicht zum Kreis der Hinterblieben zählen, funktionalisieren „Remembrance Sites“ ganz im Sinne SCHULZES (vgl. 1995) zum Instrument, in sich selbst erlebnishafte Gefühlszustände auszulösen, die z.B. das Bedürfnis nach Sentimentalität zu stillen vermögen, wie der ➔„Gästebuch“-Eintrag der Besucherin einer Seite veranschaulicht, auf der es um den qualvollen Tod eines jungen Mädchens geht:

„Such a warm and wonderful site...No words can say how I feel only that many warm tears were shed thru the ventures of Carols pages. What an inspiration this has left me, thankyou for your homepage and the courage with~in it...I will add this site to my homepage as an inspirational link. again thankyou and with luv~ Betty.“ (aus dem ‚Gästebuch einer‘ „Remembrance Site“; zit. nach GESER 199X)

Doch auch die direkten Angehörigen der Hinterblieben benutzen die von ihnen geschaffenen „Remembrance Sites“ zum Auslösen von Gefühlszuständen, die in Zeiten mangelnder sozialer Unterstützung das Geschehene individuell verarbeiten helfen.

Die „Manipulation des Selbst“ (SCHULZE 1995) als grundlegende Eigenschaft der Mitglieder ‚postmoderner‘ Gesellschaften reißt dank kontinuierlicher ‚Homepage-Updates‘ nie ab und wird ständig an den bestehenden Gefühlszustand angepaßt. „Virtuelle Trauerstätten“ gehören zur Reihe der „evokatorischen Objekte“ (siehe oben).

Da „Memorial Sites“ einem potentiellen Weltpublikum zugänglich sind, müssen sie trotz aller „Innenorientierung“ auch konsensfähig sein. Tiefe Religiosität wird nach GESERs (ebd.) Analysen darum in den meisten Fällen vermieden, der Tod der geliebten Person oftmals in ein aus den Massenmedien bekanntes Leidensschema eingeordnet, z.B. mit der „Story des modern dying“ in von Maschinen dominierten Institutionen verbunden.

Derselbe strukturelle Prozeß findet m.A. auf jeder persönlichen ‚Homepage‘ statt. Die Ausarbeitung und Darstellung eigener Interessen ist nie unabhängig von kulturellen Werten wie der gesellschaftlichen Utopie der ‚Informationsgesellschaft‘. So gilt es als Norm, auf seiner ‚Homepage‘ eine möglichst große Sammlung ‚Hyperlinks‘, also Verweise zu anderen ‚Homepages‘ zu veröffentlichen. Im Extremfall kann dies bedeuten, daß die ‚Homepage‘ eines Users aus einer Überschrift, einem Bild und einer Aneinanderreihung von mehreren Dutzend ➔„Links“ besteht, die nicht kommentiert sind, so daß der Besucher dieser Seite nur unter erheblichem Aufwand in der Lage sein wird, daraus einen Gewinn für sich zu ziehen bzw. die Interessen des ‚Homepage‘-Betreibers nachzuvollziehen.

Dem Sinn der dargestellten Informationen wird in einem solchen Fall der ‚ersten informationstechnologischen Norm‘ gemäß keine Bedeutung beigemessen (vgl. Abschnitt A.III.1.e[aa]). Der ‚Homepage‘-Betreiber demonstriert lediglich seine „Verweiskompetenz“, d.h. die individuelle Verfügungsgewalt über Informationen, die in der zukünftigen ‚Informationsgesellschaft‘ einmal einen hohen Stellenwert besitzen und über die soziale Position eines Individuums mitentscheiden wird – so wird allenthalben suggeriert.

‚Homepages‘ repräsentieren auf diese Weise den sozialen Wandel, der sich unabhängig von der Entwicklung des Internets vollzogen hat, aber dafür verantwortlich ist, daß das Internet in seinem Sinne interpretiert wird. GESER (ebd.) stellt diesen Zusammenhang auch für „Memorial Sites“ fest:

„Seen from this perspective, virtual memorial sites may become more developed and widespread not because they overturn deeply anchored beloved customs and traditions, but because they simply support, amplify and catalyze several developments already under way for decades: these trends bring death-related thoughts, emotions and activities more in line with the general tendencies of contemporary socio-cultural change: [...]“ (ebd.)

GESER (ebd.) macht in bezug auf Beerdigungszeremonien fünf Trends aus, die sich auf „Memorial Sites“ manifestieren und von denen im Rahmen der vorliegenden Arbeit vier als Merkmale der individualisierten Gesellschaft bzw. Ansprüche einer zukünftigen ‚Informationsgesellschaft‘ ausgewiesen werden: „Personalization“, „Participation“, „Informalization“, „Secularization“ und „Inclusiveness“.

„Personalization“ meint die zunehmende Wertschätzung, „Participation“ die demokratische Mitbestimmung des Individuums.

Unter „Informalization“ versteht GESER (ebd.) die kontinuierliche Auflösung von Traditionen, wobei die Religion, von Beerdigungszeremonien einmal abgesehen, m.A. in der ‚postmodernen‘ Gesellschaft schon lange keine entscheidende Rolle mehr spielt, weil die Entwicklung hin zur „Secularization“ für die Gesamtgesellschaft inzwischen fast abgeschlossen ist. „Inclusiveness“ bedeutet für GESER (ebd.) ursprünglich die Erweiterung der Trauergemeinde durch virtuelle Beileidsbekundungen ‚fremder‘ Internet-Nutzer, soll hier aber verallgemeinernd als Ruf nach ‚Gleichheit‘ bzw. ‚Brüderlichkeit‘ verstanden werden (vgl. die Abschnitte B.I.2. und B.I.3.).

C. ZUR THEORETISCHEN NEUBESTIMMUNG VON INTERNET-KOMMUNIKATION

Sich von vielen sozialwissenschaftlichen Publikationen zum Thema der Internet-Kommunikation abgrenzend, soll in der vorliegenden Arbeit zwischen Internet-Kommunikation und ‚richtiger Kommunikation‘ unterschieden werden.

Internet-Kommunikation hat *als technisches Artefakt* ‚im weiteren Sinne‘ bestimmte gesellschaftliche Voraussetzungen, die sie über die sozialen Gebrauchsweisen des Internets zum Ausdruck bringt. Und sie hat (in der Zukunft liegende) Folgen.

I. Internet-Kommunikation und gesellschaftlicher Wandel

Weil der derzeitige soziale Umgang der Nutzer mit dem Internet eine Symbol- und Regelwissen beinhaltende Umdefinition der physikalisch-technischen Internet-Technologie darstellt, sind die sozialen Gebrauchsweisen des Internets als soziale Konstruktionen aufgefaßt worden. Inhalt dieser Konstruktionen ist das gesellschaftliche Ideal der ‚Informationsgesellschaft‘ (siehe Abschnitte A.III.1.e]aa]). Dies Ideal geht auf BELL (1985) zurück, also auf eine sozialwissenschaftliche Konstruktion.

Es soll allerdings nicht behauptet werden, daß die ‚soziale Konstruktion des Technischen‘ die ‚technische Konstruktion des Sozialen‘ ausschließt. M.a.W.: Technische Artefakte können sehr wohl einen Einfluß auf gesellschaftliche Prozesse haben. Jedoch ist dieser Einfluß nicht unmittelbar, wie technikdeterministische Annahmen glauben machen wollen. Er ist vielmehr über soziale Prozesse der Interpretation vermittelt. Dies ist eine Perspektive, die der sozialpsychologischen ‚Theorie sozialer Repräsentationen‘ entlehnt ist. Sie soll in den folgenden Abschnitten C.I.1. und C.I.2. erläutert werden.

Damit wird die Erstellung des ‚Modells der Eigenintegration‘ in Abschnitt C.II.2. vorbereitet, das die soziale Konstruktion sozialer Gebrauchsweisen des Internets genauso berücksichtigt wie den Beitrag des Internets zu Stabilisierung gegenwärtiger Gesellschaftsstrukturen bzw. den Beitrag zum Wandel dieser Strukturen hin zu einer zukünftigen Gesellschaft.

1. Die soziale Konstruktion des Technischen

Insbesondere sozialwissenschaftliches Wissen kann im Zuge zunehmender „*Vulgarisation*“ (vgl. FLICK 1996, S. 31) Bestandteil des Alltagswissens werden und dessen Konstruktionen in wachsendem Maße orientieren. Dies kann unwillkürlich geschehen, aber auch als Folge einer Instrumentalisierung von Begriffen wie dem der ‚Informationsgesellschaft‘, die auf gesellschaftlichem Konsens beruhen und sich daher eignen, die Legitimation für die Absichten von Akteuren zu beschaffen, z.B. für den Bau von kostenintensiven Hochgeschwindigkeitsnetzen, die in einer zukünftigen ‚Informationsgesellschaft‘ Arbeitsplätze sichern würden etc.

Die Veralltäglichung wissenschaftlichen Wissens ist Untersuchungsgegenstand der sozialpsychologischen „*Theorie der Sozialen Repräsentationen*“, die sich in Auseinandersetzung mit Durkheims Unterscheidung zwischen individuellen und kollektiven Vorstellungen entwickelt hat (FLICK 1996, S. 96).

Der umfassende Erklärungsanspruch dieses Ansatzes leitet sich aus der Tatsache ab, daß gerade in modernen Gesellschaften die Trennung zwischen Alltag und Wissenschaft aufgrund zunehmender Medienberichterstattung kaum noch gegeben ist. Der Ansatz bietet den Vorteil, die Verteilung sozialer Konstruktionen von Wissen auf unterschiedliche Gruppen, z.B. Experten und Laien, untersuchen zu können, und hebt sich damit von den sog. „kulturellen Modellen“ ab, die den kulturellen Einfluß auf die kollektive Herausbildung kognitiver Strukturen untersuchen, die Konstruktion von Wissen also zu sehr vernachlässigen und individuelle Kognitionen zu stark betonen. Die Größe einer Gruppe, in der soziale Repräsentationen kursieren können, ist aber nicht genau festgelegt und kann von kulturellen Milieus bis hin zur Gesamtgesellschaft reichen (vgl. ebd., S. 107). Daher läßt sich die „Theorie der Sozialen Repräsentationen“ m.A. auch auf das gesamtgesellschaftliche Ideal der ‚Informationsgesellschaft‘ anwenden. FLICK (1996, S. 166ff.) selbst untersucht z.B. nationale Stile des Umgangs mit Technik.

Im Rahmen dieser Arbeit soll die Theorie verwendet werden, weil sie sich mit dem Konzept des „Leitbildes“ verbinden läßt bzw. die Konstruktion vergleichbarer Orientierungsphänomene in den Vordergrund ihrer Forschung stellt. Eine „soziale Repräsentation“ ist nach MOSCOVICI (1973, S. XVII; zit. nach FLICK 1996, S. 99):

„ein System von Werten, Ideen und Handlungsweisen mit zweifacher Funktion; erstens eine Ordnung zu schaffen, die Individuen in die Lage versetzt, sich in ihrer materiellen und sozialen Welt zu orientieren und sie zu meistern; und zweitens Kommunikation unter den Mitgliedern einer Gemeinschaft zu ermöglichen, indem es diesen einen Kode für sozialen Austausch und einen Kode zur Benennung und zur eindeutigen Klassifikation der verschiedenen Aspekte ihrer Welt und ihrer individuellen Geschichte und der ihrer Gruppe liefert.“ (ebd.)

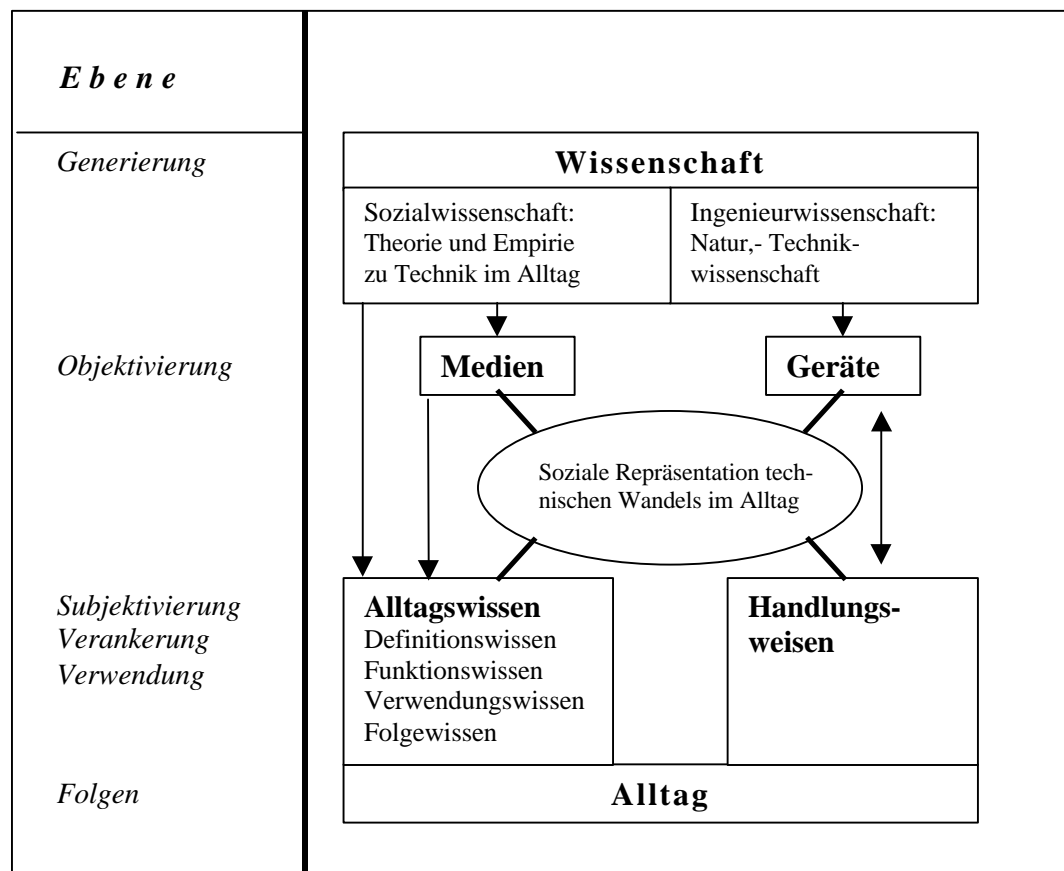
Die Annahme einer herzustellenden „Ordnung“ beruht auf der Erkenntnis, daß neuartige Phänomene wie z.B. neue Technologien angeeignet werden müssen, um nicht zu psychischer oder sozialer Instabilität zu führen.

Dies geschieht, wovon auch die Leitbildforschung ausgeht, indem die „Repräsentation“, d.h. das „Bild“ eines technischen Phänomens an bekannte Diskurse anknüpft und so eine plastische Reibungsfläche für öffentliche Diskussionen bietet (vgl. Abschnitt A.I.2.f)]. Das technische Phänomen wird im öffentlichen Bewußtsein festgemacht. Dieser Prozeß wird als „Verankerung“ bezeichnet (vgl. FLICK 1996, S. 100), die nichts anderes bedeutet als eine „Zuschreibung von Sinn“ (ebd., S. 101), die Einordnung des Neuen in bekannte Kategorien. So ist der Reaktorunfall von Tschernobyl mittlerweile in „Konzepte des beherrschbaren Restrisikos, der nach bestimmten Standards sicheren Kraftwerke“ (ebd., S. 102) eingeordnet worden, der in den westlichen Industrienationen so nicht geschehen könne. Die Beunruhigung in der Bevölkerung hat sich daraufhin bis heute gelegt.

Der öffentliche Diskurs um die Zukunft der Computertechnologie und ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft erreichte in den achtziger Jahren seinen Höhepunkt, als vermehrt kritische Stimmen zu hören waren, hat sich aber inzwischen der sozialen Repräsentation ‚Informationsgesellschaft‘ untergeordnet und ist damit fast durchweg positiv besetzt worden.

Entwickelt hat sich dieser Begriff im sozialwissenschaftlichen Diskurs, also im Wissenschaftssystem, das in der Theorie als Ort der „Generierung“ von Wissensbeständen fungiert, die in „soziale Repräsentationen“ umgesetzt werden. Bevor diese „verankert“ werden können, müssen sie den Prozeß der „Objektivierung“ durchlaufen, d.h. in konsistente, sozial geteilte Symbole umgesetzt werden, die sich über Medien vermitteln lassen.

Auch öffentliche Debatten sind in diesem Sinne ein Symbol, z.B. die Diskussion „um den fehlenden bzw. gefährdeten Anschluß an die Zukunft in Bezug auf den Computer“ (FLICK 1996, S. 120); oder eben der gegenwärtige öffentliche Diskurs um Kinderpornografie, Datensicherheit o.ä. im Internet, kurz: um die ‚Informationsgesellschaft‘ als Symbol für (digitale) Freiheit und Individualität. „Objektivierung[en]“ können aber auch dingliche Artefakte bzw. die „Handlungsweise[n]“ im Umgang mit diesen dinglichen Artefakten sein. Die definitorischen Aneignungsweisen neu entwickelter technischer Geräte oder Techniken, z.B. der Internet-Technologie als Motor der Freiheit und Individualität stiftenden ‚Informationsgesellschaft‘, lassen sich aus dem Blickwinkel der Konventionalisierung sozialen Wissens wie folgt schematisch darstellen und als „soziale Repräsentationen technischen Wandels im Alltag“ auffassen:



Darstellung 4: Soziale Repräsentationen technischen Wandels im Alltag (FLICK 1996, S. 121)

Deutlich läßt sich in Darstellung 4 der Einfluß wissenschaftlichen Wissens auf das Alltagswissen erkennen, entweder direkt oder über stereotype öffentliche Debatten in den Massenmedien. Das Alltagswissen über technische Entwicklungen wird auf diese Weise zum „Definitionswissen“, das dank öffentlicher Argumentationen, die von Akteuren aus Wissenschaft, Politik und Wirtschaft beherrscht werden, in sozial geteilten, „typischen Konstruktionen“ (vgl. SCHÜTZ 1971, S. 15; zit. nach FLICK 1996, S. 20) reproduziert wird (vgl. FLICK 1996, S. 107 u. S. 114):

„Über soziale Repräsentationen wird nicht einfach eine objektiv gegebene Wirklichkeit abgebildet, sondern über den Prozeß der Repräsentation diese Wirklichkeit erst sozial konstruiert.“ (ebd., S. 109)

Diese Reproduktionsprozesse verdeutlichen, daß eine ‚soziale Repräsentation‘ wie die ‚Informationsgesellschaft‘ funktionalen Charakter besitzt:

„Gerade die Selbstverständigung innerhalb sozialer Gruppen und ihre Abgrenzung nach außen über geteilte soziale Repräsentationen ist eine ihrer [d.h. der ‚sozialen Repräsentationen‘ im allgemeinen] zentralen Funktionen.“ (FLICK 1996, S. 108)

Besser noch als der Begriff der „Selbstverständigung“ bringt der Begriff der „Selbstvergewisserung“ (ebd., S. 114) zum Ausdruck, daß ‚soziale Repräsentationen‘ einen Beitrag zur Integration, zur Systemstabilisierung von Gesellschaften leisten.

Sie werden sozial konstruiert, aber nicht ohne Rückbindung an übergeordnete gesellschaftliche Instanzen wie z.B. das Wissenschaftssystem, das Bedeutungen bereitstellt. Auf die Konstruktionen dieser Instanzen, deren Handeln an die Gesamtstruktur einer Gesellschaft gebunden bleibt (vgl. für das „Forschungshandeln“ des Wissenschaftssystems RAMMERT 1993, S. 69ff.), haben die Gesellschaftsmitglieder keinen Einfluß (vgl. FLICK 1996, S. 110f.). Sie konstruieren sie nach.³⁷ FLICK (ebd., S. 114) scheidet in diesem Zusammenhang die „subjektive Selbstvergewisserung“ von Formen der „sozialen Selbstvergewisserung“, eine Unterscheidung, die m.A. diese Re-Konstruktion vorgegebener Konstruktionen besonders treffend beschreibt.

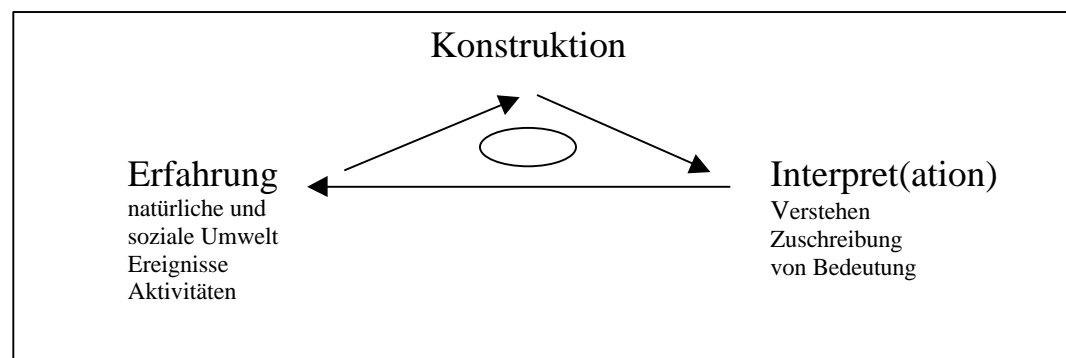
Auf diese Weise entstehen z.B. Ideologien. Erst die Repräsentationen wissenschaftlicher Theorien im alltäglichen Wissen bereiteten ideologischen Systemen wie Faschismus oder ‚Rassenlehre‘ den Boden der Akzeptanz. Zu nennen sind z.B. die frühen Theorien der Massenpsychologie oder Darwins Erkenntnisse zur ‚natürlichen Selektion‘ (ebd., S. 113). Aus dieser Perspektive betrachtet, schafft die sozialwissenschaftliche Diskussion um die ‚Informationsgesellschaft‘ die Voraussetzung für ‚positive‘ Ideologien, welche Freiheit und Gleichheit durch mehr Informationen proklamieren.

³⁷ FLICK (vgl. ebd.) denkt dabei aber nicht unbedingt an gesamtgesellschaftliche Strukturen wie z.B. die gesellschaftliche Individualisierung.

2. Die technische Konstruktion des Sozialen

Technische Phänomene als sozial konstruiert aufzufassen, bedeutet nicht, die These eines sozialen Determinismus zu vertreten. Zweifelsohne haben neue Techniken Einfluß auf die gesellschaftliche Entwicklung, jedoch über den Umweg von Vorstellungen, die zur Entwicklung dieser Technologien beigetragen haben, also über den Umweg gedanklicher Konstrukte. Dieser Prozeß gestattet es sozialen Akteuren, über ‚Leitbilder‘, „die im Medium des Technischen soziale Formen vorprägen“ (RAMMERT 1993, S. 176), gesellschaftlichen Wandel zu gestalten, und das unter tätiger Mithilfe der leitbildorientierten, nachkonstruierenden Individuen.

Das technische Artefakt fungiert also als eine Art Sozialisationsinstanz. Gesellschaftlicher Wandel wird durch Technik mediatisiert und daher ‚auf Umwegen‘ auch hervorgerufen. Gesellschaftliche Visionen bzw. Konstrukte leiten die Entwicklung physikalisch-technischer sowie symbolischer Techniken an, durch die gesellschaftliche Wertveränderungen hindurchwirken können, die dann den sozialen Wandel bewirken. M.a.W: Technik, selbst sozial konstruiert, dient als *Medium* der Determination sozialen Wandels. Diese Verschränkung von sozialer und technischer Determiniertheit findet sich auch bei FLICK (1996, S. 17) :



Darstellung 5: Das Konzept des Sozialen Konstruktivismus (FLICK 1996, S. 17)

„Konstruktion“ meint in diesem Schaubild nicht die gedankliche Neuschöpfung von Technikbildern, sondern die physikalisch-technische oder kognitiv-logische Erzeugung von „Technik und Geräte[n]“ (vgl. ebd., S. 81). Sie entsteht aus Problemlagen, die in der sozialen Wirklichkeit als solche wahrgenommen werden und durch Technik behoben werden sollen. Die daraus resultierenden Artefakte eignen sich die Nutzer über Prozesse der „Interpretation“ an. Dabei laufen Prozesse ab, die in der vorliegenden Arbeit als ‚Umdefinitionen‘ bezeichnet wurden. Die ‚Umdefinitionen‘ bleiben nicht für sich stehen, sondern fließen als Objektivationen in die soziale Wirklichkeit, d.h. in die „Erfahrung“ der Umwelt zurück, wo sie zur Leitlinie für die Konstruktion neuer technischer Geräte und neuer Umgangsweisen werden. Technik determiniert in diesem Modell den sozialen Wandel also nicht direkt.

Zwischengeschaltet sind Prozesse der sozialen Vermittlung (FLICK S. 77ff.), die über das Individuum laufen. Das Modell könne daher für sich in Anspruch nehmen, aus dem erwähnten „theoretischen Bermuda-Dreieck zwischen Rationalisierung und Kulturalisierung“ (ebd., S. 49 bzw. Abschnitt A.I.3.) herauszuführen, d.h. keiner der beiden Alternativen den Vorrang zu geben.

Technik determiniert sozialen Wandel folglich nicht durch eine ihr innewohnende Eigendynamik, wie der deterministische Theoriezweig der Techniksoziologie implizit annimmt. Statt dessen dient eine gegebene Technik als Medium sozialer Wirklichkeit, z.B. gesellschaftlicher Wertstrukturen. Die Technik fungiert dabei als ‚Interpretationshilfe‘, d.h. gesellschaftliche Wertstrukturen können erst durch den Gebrauch der Technik ‚verstanden‘ werden. Parallel dazu, in einem Schritt, führen diese Interpretationen zur sozialen Konstruktion, zum ‚Verstehen‘ der Technik selbst, d.h. zur Bedeutungszuschreibung und Angabe von Verwendungsweisen von Technik in einer Gesellschaft.

Damit wird die Prozeßbeschreibung allerdings tautologisch: Soziale Bedeutungszuschreibungen machen die Technik zum Motor des Wandels gesellschaftlicher Strukturen, die aber gleichzeitig die Grundlage dieser Bedeutungszuschreibungen darstellen sollen. Es fehlt der intervenierende Faktor, der die Ausgangsbasis dieses Prozesses bilden könnte. Dieser intervenierende Faktor ist m.A. die übergreifende Makrostruktur oder ‚Superstruktur‘ einer Gesellschaft, deren Konstitution von vielerlei Entwicklungsfaktoren abhängig ist, aber sicher nicht nur von technologischen.

Daher kann das Konzept der ‚Informationsgesellschaft‘ die Struktur gesellschaftlicher Individualisierung nicht angreifen, sondern versucht diese informationstechnologisch auszugestalten. Die geschilderten ‚vier informationstechnologischen Normen‘ leiten sich alle aus dem Bestreben nach Individualisierung ab (siehe Abschnitt A.III.1.e]aa]).

Insofern haben technische Neuerungen einen *gewissen* Einfluß auf bestehende soziale Strukturen, der aber nicht so revolutionär ist, wie die Massenmedien oft glauben machen. So hat die Entwicklung des Automobils über die Freisetzung von zusätzlichen Zeitkontingenten einen Beitrag zu erhöhter Individualität geleistet. Doch ein gewisses Maß an gesellschaftlichem Bedarf nach Individualität muß der Entwicklung bzw. Selektion einer die gesellschaftliche Individualisierung begünstigenden Technologie immer vorausgehen. Diese Sichtweise ist strukturell-funktional, mithin strukturerhaltend ausgerichtet, und gleichzeitig eröffnet sie auf lange Sicht die Möglichkeit zum sozialen Wandel.

II. Modellerstellung

Um das Wechselverhältnis von definitorischer Verwendungsbestimmung des technischen Mediums und dem Einfluß der Technik auf gesellschaftliche Entwicklungen anschaulicher zu machen, soll in diesem Abschnitt für die Einordnung des ‚Internets‘ ein entsprechendes graphisches Modell erstellt werden.

Es kann als Zusammenfassung des bisher Gesagten dienen, soll jedoch im Rahmen dieser Arbeit in seiner Prozeßhaftigkeit *nicht* empirisch überprüft werden. Dies ist eine denkbare Aufgabe zukünftiger Forschung.

Vielmehr wird es in der empirischen Analyse (Abschnitt E.) darum gehen, *Elemente dieses Modells* auf ihre Gültigkeit hin zu untersuchen, z.B. das Ausmaß zu bestimmen, in dem das Internet heute schon von sog. „Early Adoptors“ sozial genutzt wird, und darin die gesellschaftliche Struktur der ‚informationstechnologischen Individualisierung‘ nachzuweisen.

1. Der Nutzen- und Belohnungsansatz („Uses and Gratifications Approach“)

Das hier vorzustellende ‚Modell der Eigenintegration‘ lehnt sich an vergleichbare Modelle aus der Massenkommunikationsforschung an, und zwar an solche, die im Rahmen des „Uses and Gratifications Approach“ entwickelt worden sind. Dieser Ansatz bietet sich an, weil er u.a. danach fragt, welche Funktionen Mediennutzung für das Individuum hat, das Medieninhalte bewußt auswählt, um bei sich selbst bestimmte emotionale Zustände herzustellen:

„Die den nutzentheoretischen Vorstellungen zugrundeliegende Persönlichkeitstheorie geht von einem liberal-rationalistischen Rezipientenbild aus“ (LEBER 1988, S. 56).

Gemeint ist der „aktive Rezipient“, der Medieninhalte eigenständig und unbeeinflußt auswählt, um bestimmte Bedürfnisse zu befriedigen.

Wurde dies Menschenbild verschiedentlich stark kritisiert (z.B. bei RONGE 1984, S. 74), so hat es in der individualisierten Gesellschaft, in der die Selbstreflexivität der Individuen strukturbildend ist, seine Berechtigung. Außerdem zwingt der technische Aufbau moderner Kommunikationsmedien, z.B. der Aufbau des Mediums Internet, die Nutzer von vornherein dazu, Medieninhalte selbst auszuwählen (vgl. HÖFLICH 1994, S. 393). Die Frage, die typisch ist für „publikumszentrierte“ Ansätze wie den „Uses and Gratifications Approach“, drängt sich also für den Umgang mit dem Internet regelrecht auf: „Was machen die Menschen mit den Medien“ (MALETZKE 1988, S. 24)?

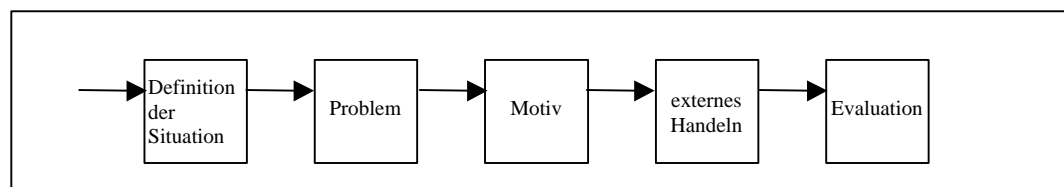
Diese Frage haben sich Medienforscher zuerst während der vierziger Jahre in den USA gestellt, und zwar als Reaktion auf den sogenannten „Stimulus-Response-Ansatz“ bzw. „Wirkungsansatz“, der die Wirkungen von Massenmedien auf ein als eher passiv empfundenen Publikum untersuchte. Durchsetzen konnte sich der „Nutzen- und Belohnungsansatz“ jedoch erst Ende der sechziger Jahre (LEBER 1988, S. 57), also zu einer Zeit, als sich in den westlichen Gesellschaften erstmals Strukturen zeigten, die heute zusammenfassend als „Individualisierung“ bezeichnet werden (vgl. zum Beginn dieser Entwicklung BELL 1985 bzw. Abschnitt A.III.1.a)). Möglicherweise ist die Entwicklung des „Uses and Gratifications Approach“ Ausdruck dieser Strukturen.

Dafür spricht, daß das Interesse für diesen Ansatz genau in dem Moment erwachte, als in den USA die ersten privaten Fernsehkanäle eingerichtet wurden, die einer zunehmenden Pluralisierung der Lebensstile Rechnung trugen und entsprechende Zuschauerforschung nötig machten. Insofern ist der gesamte „Nutzen-und-Belohnungs-Ansatz“ für RONGE (1984, S. 81) eine „Ideologie“, da er sich als „Ansatz“ ausbebe, in Wirklichkeit aber eine „Hypothese mit *empirischem* Anspruch“ darstelle. Der „Wirkungsansatz“, so RONGE (ebd.), dürfe nicht vorschnell aus dem Blickfeld geraten.

Diese Vorwürfe können die neuere „Uses-and-Gratifications-Forschung“ nicht treffen, die den Einfluß (massenmedial vermittelter) gesellschaftlicher Einflüsse auf die Bedürfnisse der Individuen mitberücksichtigt. So geht PALMGREEN (1984, S. 57f.) in seinem „integrativen Gratifikationsmodell der Massenmediennutzung“ zum einen davon aus, daß die Belohnungen, die „Gratifikationen“, die Mediennutzer durch den Mediengebrauch erhalten, auf die zukünftige Suche nach Gratifikationen einen Einfluß haben; „zum anderen berücksichtigt es [das Modell, Anm. d. Verf.] (neben anderen Dingen) auch die sozialen und psychologischen Ursprünge der Bedürfnisse, Werte und Vorstellungen, die Motive für ein Verhalten entstehen lassen, das, bedingt durch Vorstellungen, Werte und soziales Umfeld, verschiedene Gratifikationen durch Mediennutzung oder auf andere Weise zu erreichen sucht“. PALMGREEN (ebd.) geht sogar so weit, auch unbewußte Antriebe als Motive für Mediennutzung zuzulassen, ein Zugeständnis, das RONGE (1984, S. 79) zufolge die Beeinflußbarkeit des Individuums durch Massenmedien, z.B. durch gezieltes Marketing, zugesteht. Das „Bedürfnis“ ist innerhalb des „Uses and Gratifications Approach“ ein vielschichtiges Konzept.

AHLERS (1985, S. 55ff.) unterscheidet unterschiedliche „Bedürfnismodelle“ und bevorzugt in seiner Untersuchung über Musiknutzungsverhalten einen gesellschaftlichen Bedürfnisbegriff, der sich z.B. im Konzept des „guten Geschmacks“ als „normatives Kunsturteil“, d.h. als soziale Norm offenbart.

Auch der „Nutzenansatz“ von RENCKSTORF (1989) und anderen setzt die „Bedürfnisse“ der Mediennutzer nicht absolut. Als eine Weiterentwicklung des „Uses and Gratifications Approach“ (vgl. ebd.) verbindet dieser Ansatz eine generelle Nutzenorientierung von Medienverwendern mit den handlungstheoretischen Annahmen des Symbolischen Interaktionismus. Der Nutzer *interpretiert* im Zusammenspiel mit den dargebotenen Medieninhalten bestimmte Inhalte als für ihn nützlich, was Darstellung 6 veranschaulicht:



Darstellung 6: „Alternatives Denkmodell zur Ermittlung von Folgen/Konsequenzen massenmedialer Kommunikationsprozesse („publikumszentriertes Modell“)“ (RENCKSTORF 1989, S. 319)

Nutzer definieren die Bedürfnislagen, in denen sie sich befinden, selbst. Anders gesagt: Eine Bedürfnislage, die nicht als solche definiert wird, existiert nicht. Situationsdefinitionen sind dabei nicht unabhängig, sondern bleiben gebunden an die sie „umgebende *Gesellschaft* (einschließlich der Medien und anderer sozialer, politischer, kultureller und ökonomischer Institutionen etc.)“ (ebd., Schaubild auf S. 332).

Diese Ansicht deckt sich mit der im Rahmen der vorliegenden Arbeit vertretenen These von den massenmedial induzierten, aber jeweils individuell vorgenommenen Definitionen der Internet-Nutzer, Internet-Kommunikation zu verwenden, um Gefühle der Integration in die ‚erlebnisorientierte Informationsgesellschaft‘ in sich selbst zu erwecken, d.h. Gefühle der gesellschaftlichen Isolation abzuwenden. Bei PALMGREEN (vgl. 1984, S. 58) ist es der soziale Wandel, der „Bedürfnisse“ bzw. „Werte“ und „Vorstellungen“, d.h. Definitionen, ob ein „Bedürfnis“ Relevanz hat, verändern kann:

„Politische und wirtschaftliche Trends oder Umwälzungen werden begleitet von bedeutenden, manchmal auch radikalen Äußerungen von Bedürfnissen, Werten, Vorstellungen, sozialen Bedingungen und der Struktur der Massenmedien.“ (vgl. PALMGREEN 1984, S. 58)

So hat m.A. die Individualisierung das Bedürfnis nach individualisierten Sozialkontakten hervorgerufen. Für ROSENGREN & WINDAHL (1975, S. 178) enthält der „Nutzen- und Belohnungsansatz“ den „Wirkungsansatz“, weil Funktionen immer auch Wirkungen sind. Dies gilt auch für gesellschaftliche Funktionen, denn:

„Die Funktionen der Medien und ihre Verwendung können vom Gesichtspunkt des Individuums oder von dem der Gesellschaft gesehen werden“ (ebd., S. 170).

In dem weiter unten in Abschnitt C.II.2. graphisch dargestellten Modell der ‚Eigenintegration‘ kommt die Synthese von Funktion und Wirkung zu Ausdruck. Der Gebrauch des Internets erfüllt eine Funktion für das Anpassungsbedürfnis der Mitglieder individualisierter Gesellschaften. Da diese Gesellschaften als Ideal gesellschaftlicher Entwicklung die ‚Informationsgesellschaft‘ propagieren, deren Symbol das Internet ist, trägt die Verwendung desselben darüber hinaus zur Integration in eine bisher nur in Grundzügen verwirklichte Gesellschaft, also zum sozialen Wandel bei.

MERTEN (1984, S. 69) kritisiert, daß PALMGREEN (1984) Medienkonsum ausschließlich an einem „*medien-internen* Kriterium“ festmachen würde. Daß PALMGREEN (ebd.) gerade dies nicht tut, haben die oben erläuterten Zitate gezeigt. MERTEN (ebd.) formuliert „*medien-externe* Determinanten“ allerdings noch bewußter. Er nennt „Moden, Geschmack, Interessen“, „Orientierung an anderen“ und den „Markt für Themen oder Medien“ als Bestimmungsfaktoren der Mediennutzung. Besonders die letzte Determinante ist im Modell der ‚Eigenintegration‘ aufgegriffen worden. Die ‚Informationsgesellschaft‘ geht dabei als derzeit unübersehbares Thema der klassischen Massenmedien in das Modell mit ein.

JÄCKEL (1992) untersucht den Einfluß von gesamtgesellschaftlichen, über die Massenmedien vermittelten Werten auf das Mediennutzungsverhalten von Individuen nicht explizit.

Er bedient sich eines psychologischen Ansatzes und vertritt die Ansicht, daß die Wahl, sich einem bestimmten Medium zuzuwenden, von einer ökonomischen Kosten-Nutzen-Kalkulation abhängig ist. Auch „habitualisierter“ Medienkonsum kann folglich „instrumentelles“ Handeln darstellen, wenn er als „Niedrigkostensituation“ definiert wird (vgl. ebd., S. 262). Der ‚Habitus‘ orientiert sich dabei vornehmlich an „Routinen“, die man sich als „entlastende Sozialregeln“ vorstellen muß. Sie sind nicht unabhängig von den Orientierungen anderer Menschen, so daß auch für JÄCKEL (1994) Mediennutzung zwar individuell kalkuliert wird, jedoch nicht ohne sich an Modelle sozialen Handelns anzulehnen.

Zusammenfassend kann gesagt werden, daß in neueren Konzepten des „Uses-and-Gratifications-Ansatzes“ individuelle Mediennutzung immer auch an anderen Menschen orientiert ist, für manche Autoren an gesamtgesellschaftlichen Werten. Individuelle Mediennutzung und gesamtgesellschaftliche Integration schließen sich nicht aus.

HÖFLICH (1994) wendet den „Uses-and-Gratifications-Ansatz“ explizit auf technische, interaktive Medien wie die sog. ‚Bulletin Boards‘ an, Mailboxsysteme, die als Vorläufer von ‚Usenet‘-Kommunikation gelten können. Aus diesen könnten die Verwender nach HÖFLICH (ebd.) nur dann einen Nutzen ziehen, wenn sie sich an anderen Nutzern orientierten, d.h. selber Beiträge schrieben etc. Gratifikationen sind demnach eine „interpersonale Angelegenheit“:

„Kommunikationsabsichten (gesuchte Gratifikationen) und deren Realisierung (erhaltene Gratifikationen) sind abhängig von den kommunikativen Erfordernissen der jeweiligen Handlungssituation. Diese Kommunikationserfordernisse der Handlungssituation sind jedoch nicht objektiv vorgegeben, sondern haben eine kollektive und intersubjektive Grundlage [...]“ (ebd. S. 401).

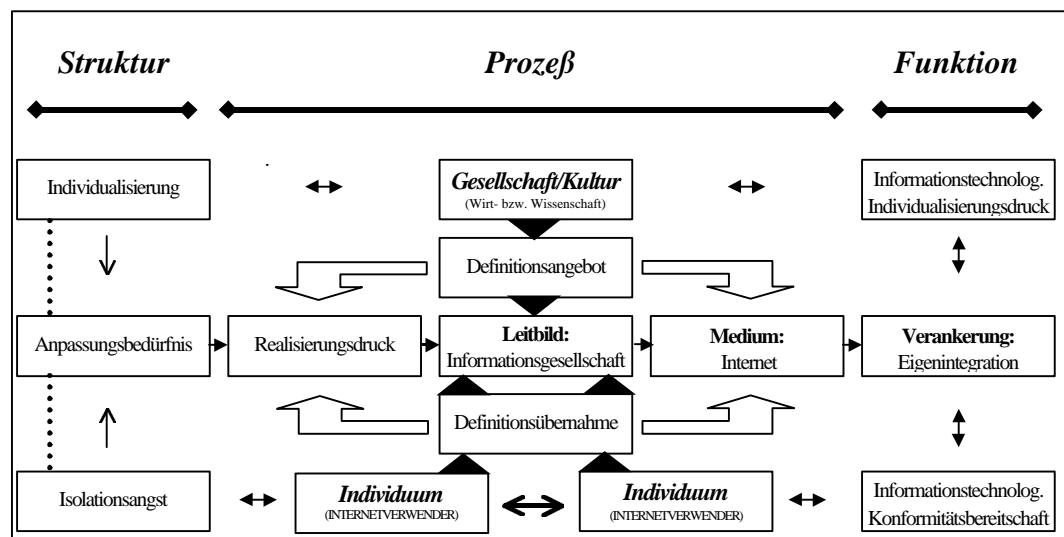
Nach einer gewissen Zeit kommt es nach HÖFLICH (1994) im Sinne des PALMGREEN'schen (1984, S. 54ff.) „Erwartungs/Bewertungs“-Modells zur Ausprägung von Erwartungen an bisher erhaltene Gratifikationen, die daraufhin immer wieder gesucht werden. Es kommt zu einer „sozialen Normierung von Gebrauchsweisen“ des Mediums, wie sie sich auch im Modell der ‚Eigenintegration‘ wiederfindet. Diese Normierung vollzieht sich im Spannungsfeld von Individualisierung und Integration, - nach HÖFLICH (ebd., S. 400) konstitutives Merkmal interaktiver, technischer Medien:

„Sie ermöglichen, daß individuelle Gratifikationsvorstellungen eingebracht werden können. Diese müssen aber mit anderen abgestimmt respektive verhandelt werden, wobei sich als Ergebnis solcher Abstimmungs- und Aushandlungsprozesse kollektive medienbezogene Gratifikationserwartungen ausformen“ (ebd.).

Diese „Gratifikationserwartungen“ wirken dann natürlich auf die Verwendungsweisen des Mediums zurück, das seine Interaktivität, d.h. optionale Vielfalt an Kontakt- oder Informationsmöglichkeiten dennoch nicht einbüßen muß.

2. Das Modell der ‚Eigenintegration‘

Das Modell der ‚Eigenintegration‘ (Darstellung 7) führt die Verwendung des Internets als soziales Medium auf die selbstbestimmte Anpassung der Individuen an ‚informationstechnologische Normen‘ zurück. Sie werden von Akteuren aus Wirtschaft bzw. Wissenschaft vor dem Hintergrund der gesamtgesellschaftlichen Individualisierung aufgestellt und als Definitionsangebot an die Individuen gerichtet. Die Gesamtheit der ‚informationstechnologischen Normen‘ wirkt auf das Individuum als ‚informationstechnologischer Individualisierungsdruck‘ ein und macht das Konzept der ‚Informationsgesellschaft‘ aus, bisher mehr ein Leitbild, eine soziale Utopie als soziale Wirklichkeit. Das Leitbild fungiert also als Schnittstelle zwischen Individuum und Gesellschaft, indem es ‚Anschlußmöglichkeiten‘ für kommunikative Akte zwischen Individuen und gesellschaftlichen Akteuren bereitstellt.



Darstellung 7: ‚Eigenintegration‘ im Spannungsfeld von Individualisierungsdruck und Konformitätsbereitschaft (eigener Entwurf)

‚Informationstechnologische Normen‘ bestehen darin, ein Maximum an ‚Informationen‘ (1) als moralisch neutrale ‚Daten‘ aufzufassen, (2) als Garant von Macht und beruflicher Unabhängigkeit zu postulieren, (3) als Basis von (individueller) ‚Freiheit‘ sowie ‚Gleichheit‘ und ‚Brüderlichkeit‘ in einer ‚Informationsdemokratie‘ zu definieren und (4) als Mittel der Selbstentfaltung zu deuten – alles Vorstellungen, die mit dem gesellschaftlichen Phänomen der Individualisierung in Verbindung stehen (vgl. Abschnitt A.III.1.e[aa]). Als Mittel bzw. Medium, das die Teilhabe an einer zukünftigen ‚Informationsgesellschaft‘ garantieren soll, definieren die Akteure und daraufhin auch die Nutzer das technische Artefakt Internet.

Der mediale Charakter des Internets besteht dabei zum einen im Kontaktpotential, zum anderen in der symbolischen Verwendung der Technik als solcher (siehe die Abschnitte A.I.2.d] sowie C.I.2.). Die Akteure reagieren mit der Propagierung des ‚Leitbildes Informationsgesellschaft‘ auf die Subkulturen der „Early Adoptors“ wie z.B. die Kultur der ‚Hacker‘, der Mailboxszenen, der frühen Internet-Verwender etc. Diese Sichtweise lehnt sich an das Prinzip der „Variation“ an, das laut evolutionstheoretischer Perspektive (vgl. Abschnitt A.I.2.c]dd]) für eine Auswahlgrundlage der Technikselektion durch gesellschaftliche Akteure sorgt. So stammt die Idee, Computer per Modem zu vernetzen, um damit eine demokratischere Gesellschaftsstruktur sowie Modelle der Selbstentfaltung (Bekenntnis zur Homosexualität, plurale Lebensstile im allgemeinen etc.) zu verbinden, wohl aus kalifornischen Hippie-Szenen Anfang der siebziger Jahre (vgl. auch HÖFLICH 1994, S. 396).

Dies Leitbild von der „Revolution“ durch die „Datenautobahn“ greifen die zentralen Akteure auf, hauptsächlich um den Ausbau von kostenintensiven Kommunikationsnetzen zu legitimieren, neue Arbeitsplätze heraufzubeschwören bzw. verlorene Arbeitsplätze als Folge der informationstechnologischen Entwicklung darzustellen (vgl. zur Revolutionsmetapher VOM LEHN 1997, S. 25ff.).

Es entsteht „Realisierungsdruck“, nach GROSS (1994, S. 62) eine zentrale Komponente der enttraditionalisierten „Multioptionsgesellschaft“: Alles, was möglich ist, muß, besonders wenn es die Möglichkeiten des Individuums zu erweitern fähig scheint, kaum noch reflektiert, sondern schlichtweg realisiert werden! Das Wechselspiel von Definitionsangebot und Definitionsnachfrage ermöglicht sozialen Wandel und wird darum im Schaubild als *Prozeß* bezeichnet.

Der an die Individuen herangetragene „Realisierungsdruck“ setzt das Phänomen der Individualisierung voraus, das zum einen dazu führt, sich an Verhaltensweisen anzupassen, die als ‚individuell‘ definiert werden; und das zum anderen eine gewisse Leere erzeugt. Beide Faktoren lassen ein Anpassungsbedürfnis entstehen, welches die Individuen ‚anfällig‘ macht für „Realisierungsdruck“. Ganz im Sinne der neueren Forschungsergebnisse des „Uses and Gratifications Approach“ wird hier also das ursprüngliche Bedürfnis nach Mediennutzung als gesellschaftlich geprägt aufgefaßt. „Isolationsangst“ ist zwar ein psychologisch-anthropologischer Faktor, jedoch hat BECK (vgl. 1986, S. 188 bzw. S. 194) auf die gesellschaftliche Bedingtheit von Gefühlen der Einsamkeit etc. hingewiesen. Darum sind Individualisierung, Anpassungsbedürfnis und „Isolationsangst“ im Schema durch eine gestrichelte Linie miteinander verbunden. Sie spiegeln die derzeitige soziale *Struktur* vor allem westlicher Gesellschaften wieder.

Den Begriff der „Isolationsangst“ verwendet NOELLE-NEUMANN (1989, S. 13ff.), um die an Wahltagen oft zutage tretenden Differenzen zwischen Wahlabsicht und Wahlverhalten zu erklären.

Demnach orientieren sich die Menschen bei ihrer Wahlentscheidung oftmals erst im letzten Moment in einer subtilen Art und Weise an ihrer Wahrnehmung, welche Partei die ‚stärkere‘ ist, um auf Seiten des vermeintlichen ‚Siegers‘ zu stehen. Als Orientierungsmittel fungieren dabei symbolische Codes wie Parteiaufkleber, Plakate etc.

Die Internet-Nutzer verwenden zum Zweck der Anpassung z.B. die beschriebenen „Smileys“, Grafiken und andere Gestaltungselemente sowie die Offenlegung der Tatsache, daß sie überhaupt bereit sind, persönliche Informationen über das Internet zur Verfügung zu stellen. Auch die Internet-Nutzer versuchen, nicht in die „Schweigespirale“ (ebd., S. 18) zu geraten, und orientieren sich darum aneinander bzw. an den Kommunikationen anderer Nutzer. Im Schaubild ist dies durch einen Pfeil zwischen zwei einzelnen Individuen demonstriert.

Die Individuen übernehmen also das gesamtgesellschaftliche „Definitionsangebot“ der Akteure nicht nur, sondern konstruieren es für sich selbst noch einmal neu und teilen diesen Nachvollzug mit anderen (siehe Abschnitt C.I.2.). Es entsteht ein *Prozeß* der „sozialen Normierung von Gebrauchsweisen“ (HÖFLICH 1994, S. 400), der zwar standardisiert ist, aber auch individuell: Das Individuum sitzt zuhause vor seinem Computer! Das Medium Internet zu gebrauchen, bedeutet zweierlei, nämlich sowohl eine *Funktion* für das Individuum zu erfüllen als auch für die Gesellschaft.

Individuell bekommt der Internet-Nutzer das ‚belohnende‘ Gefühl, sich erfolgreich an die ‚informationstechnologischen Normen‘ angepaßt zu haben, d.h. z.B.: sich die Chancen auf beruflichen Aufstieg zu wahren, die ‚heutzutage‘ mit der Beherrschung der ‚modernen‘ Informations- und Kommunikationstechnologien identisch sind – so wird zumindest suggeriert. Dies ist das *Gefühl* der Integration. Die *tatsächliche* Integration in die bestehende Gesellschaft vollzieht sich im Spannungsfeld von „Individualisierungsdruck“ (BECK 1986, S. 208) und „Konformitätsbereitschaft ohne Zwang und Sanktionen“ (SCHULZE 1995, S. 76), also innerhalb des dominierenden Bindungstypus ‚moderner‘ bzw. ‚postmoderner‘ Gesellschaften wie der Bundesrepublik. Diese Integration wird hier ‚Eigenintegration‘ genannt, weil die Internet-Nutzer Sozialkontakte vollkommen selbstbestimmt herstellen bzw. sich die Kenntnisse und Verhaltensstandards, die sie in der zukünftigen ‚Informationsgesellschaft‘ benötigen, selbst beibringen. Darin liegt das Moment des sozialen Wandels; denn obwohl die Nutzer die Sozialverhältnisse stabilisieren, die sich durch die Synthese von Individualisierung und Integration auszeichnen, gestalten sie diese auch um informationstechnologische Aspekte aus. M.a.W.: Die Entwicklung hin zur ‚Informationsgesellschaft‘ vollzieht sich *im Rahmen* der SCHULZE’schen „Erlebnisgesellschaft“, in der Individualisierung das entscheidende Strukturmerkmal darstellt.

Ebensogut könnte man den Zwang oder das Bedürfnis nach Fernreisen, das momentan zu beobachten ist, im erlebnisorientierten Spannungsfeld von individualistischem Mobilitätsdruck und konformistischer Mobilitätsbereitschaft beschreiben und damit das Leitbild der ‚Globalisierung‘ untersuchen.

Das hier vorgestellte Modell der ‚Eigenintegration‘ durch die Verwendung technischer Sozialmedien versteht sich als Ansatz für ein allgemeines techniksoziologisches Modell zur Analyse von technischen Artefakten, mit denen Leitbilder verbunden werden, weil diese Artefakte bei entsprechender Definition durch Entwickler und Nutzer das Potential haben, die Gesellschaft ‚wirklich‘ zu verändern.

III. Ausformulierung von Thesen

Aus den Erkenntnissen der vorangehenden Abschnitte ergeben sich sieben Thesen, deren Gültigkeit in Abschnitt E. geprüft werden soll:

- o (1) Es lassen sich vier normative informationstechnologische Einstellungskomplexe im Nutzungsverhalten der User feststellen.
- o (2) Diejenigen, die sich im Hinblick auf ihre Fähigkeit, mit Informationen aus dem Internet umzugehen, d.h. diese zu verarbeiten, zu vermitteln, zu verbreiten und sinnvoll zu nutzen‘, als ‚sehr fähig‘ einschätzen, vertreten diese Normen stärker als diejenigen, die sich lediglich als ‚fähig‘ oder gar ‚weniger fähig‘ einschätzen.
- o (3) Die vier informationstechnologischen Einstellungskomplexe können auch als Belastung empfunden werden.
- o (4a) Das Internet wird als Mittel definiert, mit gesellschaftlichen Entwicklungen ‚Schritt zu halten‘, d.h. von dem Zugang zu gesellschaftlichen Ressourcen nicht ausgeschlossen zu bleiben.
- o (4b) ‚Schritt zu halten‘ bezieht sich insbesondere auf Berufsaussichten.
- o (5) Das Internet wird als soziales Kontaktmedium definiert, d.h. zur Anbahnung und Herstellung von sozialen Kontakten aller Art genutzt.
- o (6a) Virtuelle wie ‚richtige‘ Kontakte tragen das Merkmal der Individualisierung.
- o (6b) Daß virtuelle wie ‚richtige‘ Kontakte das Merkmal der Individualisierung tragen, offenbart sich auch in einer gewissen Anonymität von Internet-Kommunikation.
- o (Integration offenbart sich nicht nur in der Zahl virtueller wie ‚richtiger‘ Kontakte. Es ergeben sich noch drei weitere Momente der Integration)
- o (7a) Die Nutzer bringen Internet-Kommunikation ein hohes Maß an Wertschätzung entgegen.

- o (7b) Die Nutzer stellen Gemeinsamkeiten zwischen sich und anderen Nutzern fest.
- o (7c) Die Nutzer machen das Internet zu einem Gesprächsgegenstand im ‚richtigen Leben‘.

Es geht nicht darum, diese Thesen endgültig zu bestätigen, sondern um Plausibilität und Konsistenz. Methodisch werden vor allem Prozentwertvergleiche vorgenommen.

D. METHODOLOGISCHE GRUNDLAGEN INTERNETBASIERTER UMFRAGEN

Da es bisher kaum in Buchform veröffentlichte Forschungsliteratur zur Methodologie internetbasierter Umfragen gibt (Ausnahmen sind BATINIC 1997; BOSNJAK 1997), bezieht sich der Verfasser in diesem Abschnitt D. hauptsächlich auf Quellen aus dem Internet. Dabei soll ein kritischer Gesichtspunkt eingenommen werden.

Die Authentizität von Internet-Befragungen wird nicht grundsätzlich in Frage gestellt, jedoch ist darauf hinzuweisen, daß schon ein einziger Nutzer den wissenschaftlichen Wert einer Umfrage erheblich schmälern könnte – eine Erkenntnis, die m.A. bisher zuwenig bzw. gar keinen Eingang in die entsprechende Forschungsliteratur gefunden hat.

I. Umfragemethoden im Internet

Umfragen im Internet lassen sich in der Hauptsache auf vier verschiedene Weisen durchführen, die untereinander beliebig kombinierbar sind. ‚E-Mail‘-, ‚Newsgroups‘- und ‚WWW‘-Umfragen sowie Umfragen in ‚Mailinglists‘ haben gemeinsam, daß sie sowohl ökonomisch als auch objektiv sind (BATINIC & BOSNJAK 1997). Entsprechende Internet-Ressourcen vorausgesetzt, fallen keine weiteren Kosten an. Eine große Zahl von Befragten kann innerhalb kürzester Zeit über die Möglichkeit zur Teilnahme an einer Umfrage informiert werden. Bei entsprechender Auswertungstechnik brauchen die Antworten der Befragten nicht von Hand in maschinenlesbare Daten umgewandelt zu werden, was das Risiko von Fehleingaben praktisch ausschaltet (vgl. Abschnitt D.II.3.). Ein weiterer genereller Vorteil internetbasierter Umfragen ist die Möglichkeit zu interkulturellen Vergleichen, die ansonsten zumeist kostenintensiven Forschungsprojekten vorbehalten bleiben müssen. Alle vier Befragungsformen eröffnen ähnliche Methoden der Befragtenmotivation. Kommerzielle Anbieter etwa verknüpfen ihre Umfragen mit der Teilnahme an Gewinnspielen bzw. kleinen materiellen Aufwandsentschädigungen. Um das Problem der Selektivität zu umgehen, sollten jedoch andere als immaterielle Motivationsanreize vermieden werden.

Denkbar ist z.B. das Angebot an die User, bei Untersuchungsteilnahme einen ‚Hyperlink‘ des Befragten auf der ‚Homepage‘ des Forschers unterzubringen bzw. den ‚Hyperlink‘ der ‚Homepage‘ des Untersuchers mitzuteilen, auf der sich Informationen befinden, die für den Befragten interessant sein könnten, z.B. aufklärende Informationen über die Absicht der Umfrage. Die Aussicht auf Mitteilung der Untersuchungsergebnisse ist schon zur Selbstverständlichkeit geworden.

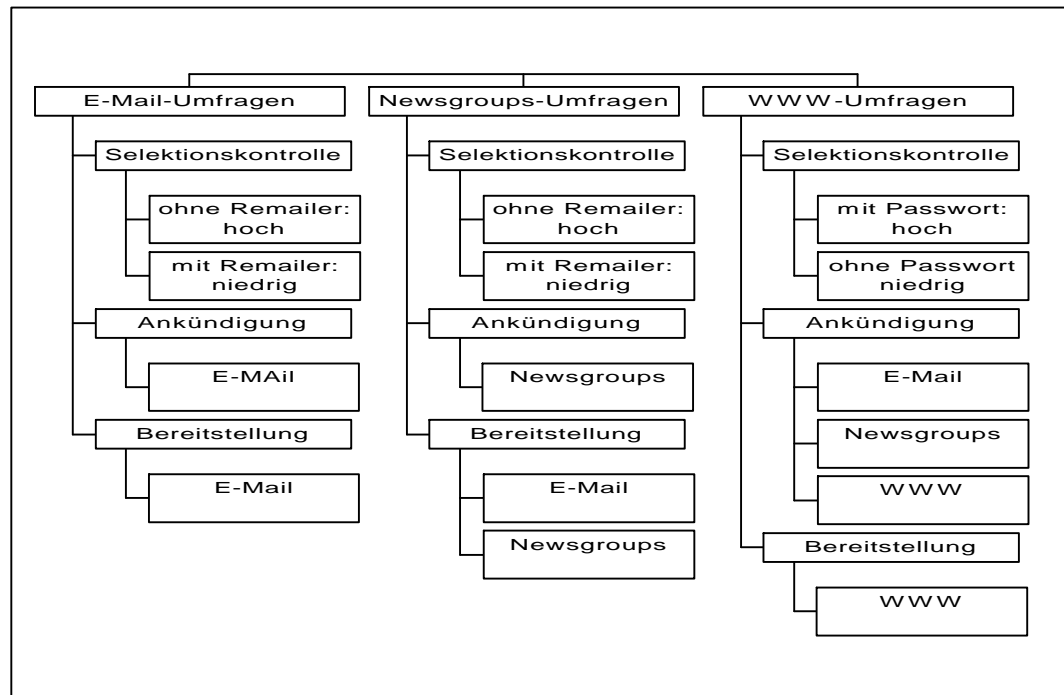
In der Fachliteratur noch nicht klar definiert, sollen die vier Verfahren hier durch die Art unterschieden werden, wie der auszufüllende Fragebogen bereitgestellt wird. Bei reinen ‚E-Mail‘-Umfragen geschieht dies meist innerhalb der ‚E-Mail‘, entweder im allerersten Anschreiben oder nach Absprache mit dem Befragten. Die ‚E-Mail‘ könnte jedoch auch auf einen in der Seitenbeschreibungssprache ‚HTML‘ verfaßten Fragebogen im ‚WWW‘ hinweisen und wäre dann als ‚WWW‘-Umfrage anzusprechen, weil die Bereitstellung des Fragebogens in diesem Fall über das ‚WWW‘ erfolgen würde.³⁸

Ähnliches gilt für ‚E-Mail‘-Umfragen in ‚Mailinglists‘, bei denen zumeist eine öffentlich lesbare ‚E-Mail‘ an alle zu Befragenden zugleich versandt wird; mit allen Schwierigkeiten, die sich daraus ergeben, daß die Teilnehmer der ‚Mailingliste‘ möglicherweise in einen sozialen Zusammenhang treten und einen sozialen Willen gegenüber der Umfrage ausbilden könnten, etwa durch eine entstehende Diskussion über das Befragungsthema. Überdies könnten sich die Befragten durch die Aufforderung zur Untersuchung belästigt fühlen, was bei ‚Mailinglisten‘ besonders wahrscheinlich ist, da diese sich oft speziellen Themen widmen und sachorientiert sind (vgl. Abschnitt B.II.1.). Darin ähneln sie den ‚Newsgroups‘, deren Nutzer jedoch die Wahl haben, ob sie sich einen bestimmten Artikel vom ‚Server‘ ‚herunterladen‘ oder nicht.

Die Mitglieder einer ‚Mailinglist‘ haben sich bei dieser eigens angemeldet, was bei den meisten ‚Newsgroups‘ nicht erforderlich ist. Das zeigt die Konzentration auf die Sache, die nur dann durch eine ‚E-Mail‘-Umfrage unterbrochen werden sollte, wenn diese mit dem ‚Moderator‘ der ‚Mailingliste‘ abgesprochen und absolut themenäquivalent ist (vgl. MITCHELL, PAPRZYCKI & DUCKETT 1994). Dieselbe Vorsicht sollte man walten lassen, wenn man das Verzeichnis einer ‚Mailinglist‘ als Adressen-Verzeichnis nutzt und jeden Teilnehmer einzeln anschreibt. Dann gelten zusätzlich die Bedenken, die gegen massenhafte, automatisch versandte ‚E-Mail‘-Anschreiben erhoben werden können (vgl. Abschnitt D.I.2.a)). Da Umfragen in ‚Mailinglists‘ nach Wissen des Verfassers nur sehr selten durchgeführt bzw. angekündigt werden und sich ihre methodologischen Probleme, von den erwähnten Ausnahmen einmal abgesehen, kaum von denen unterscheiden, die bei ‚Newsgroups‘- und reinen ‚E-Mail‘-Umfragen anzutreffen sind, werden sie in dieser Arbeit nicht weiter behandelt. MITCHELL, PAPRZYCKI & DUCKETT (ebd.) weisen auf die Bedeutsamkeit dieser Umfrageart für ‚Intranets‘ hin, auf die sie beschränkt bleiben sollte.

³⁸ Mit Hilfe neuerer Internet-Navigationssoftware (‚Browser‘) können auch WWW-Dokumente als E-Mail verschickt werden.

Darstellung 8 gibt einen orientierenden Überblick über die Umfrageformen im WWW. Die zwei am häufigsten durchgeführten Umfrageformen, nämlich ‚Newsgroups‘- und ‚WWW‘-Umfragen, sollen in den Abschnitten D.I.1. und D.I.2. erläutert werden.



Darstellung 8: Umfrageformen im Internet (eigener Entwurf)

1. Newsgroups-Umfragen

‚Newsgroups‘-Umfragen sind dadurch gekennzeichnet, daß die Aufforderung zur Untersuchungsteilnahme in eine oder mehrere ‚Newsgroups‘ ‚gestellt‘, d.h. von einem ➔„News-Server“ auf andere ‚Server‘ dieser Art verteilt u.U. dort abgespeichert wird. Die Aufforderung kann den auszufüllenden Fragebogen im ➔„ASCII-Format“ oder als ➔„Attachment“, z.B. als ‚WORD‘-Dokument, bereits beinhalten. Er wird vom Befragten ausgefüllt, indem die verschiedenen Antwortkategorien mit ‚ASCII‘-Zeichen markiert werden, z.B. dem Buchstaben ‚x‘. Nach dem Ausfüllen schickt der Befragte den Fragebogen dann per ‚E-Mail‘ an der Forscher zurück. Der Forscher gewinnt dadurch eine hohe Selektionskontrolle, weil er an der E-Mail-Adresse des Absenders erkennt, wer ihm geschrieben hat. Der Befragte steht damit im Prinzip für Rückfragen offen. Dies gilt aber nur, wenn keine ➔„Remailer“ verwendet werden, die die Absenderadresse verschleiern (siehe Darstellung 8). Überdies hat der Befragte immer die Möglichkeit, eine falsche ‚E-Mail‘-Adresse anzugeben und so z.B. mehrfach zu antworten.

„Newsgroups“-Umfragen haben sich in hohem Maße an die „Netiquette“ zu halten, die meist schriftlich fixiert und in einer eigens für organisatorische Fragen geschaffenen „Newsgroup“ der jeweiligen →„Hierarchie“ gespeichert ist.³⁹

Diese „Netiquette“ unterscheidet sich aber von der viel allgemeineren, die aus den Reihen der „IETF“ stammt, einem Konsortium aus der Gründerzeit des Internets. Es beschäftigt sich mit der Weiterentwicklung von Internet-Standards.

Für manche Nutzer umfaßt der Begriff „Netiquette“ jedoch auch ungeschriebenes Gesetz, das darum viel Raum für Interpretationen läßt und ein Gemisch aus Gelesenem und Vermutetem darstellt. Die schriftliche Fixierung der deutschen „NetNews-Netiquette“ deutet an, daß sich viele ausgewiesene Nutzer dieses Internet-Dienstes für die „Usenet“-Kommunikation verantwortlich fühlen und sich in entsprechenden „Newsgroups“ über die organisatorische und hierarchische Struktur der „Newsgroups“ verständigen. So halten sie ein Regelsystem aufrecht, in das internetbasierte Fragebogenuntersuchungen eingebettet werden sollten.

Artikel sollten in der Regel nicht in fachfremde „Newsgroups“ ‚gepostet‘, d.h. auf den jeweiligen „News-Server“ weitergeleitet bzw. dort abgespeichert werden. Um „Netzressourcen zu schonen“, die durch übergroße Datenströme in der Tat belastet werden, sollten Beiträge nicht zu lang sein und nicht mehrfach in unterschiedliche Newsgroups →„crossgepostet“ werden. Nur leider erbringt die Beschränkung auf eine einzige „Newsgroup“ nicht die gewünschte Teilnehmerzahl.

Daher empfiehlt (BATINIC 1998a) trotz Bekenntnis zur „Netiquette“ die Veröffentlichung der Untersuchungsankündigung in bis zu sechs „Newsgroups“: ein Widerspruch, der auf dem bisher in der „Netiquette“ nicht eindeutig geregelten, aber von vielen Nutzern und sogar „Newsgroups-Moderatoren“ stillschweigend akzeptierten Ausnahmestatus wissenschaftlicher Umfragen in den „NetNews“ beruht. So wird das „Crossposting“ von Artikeln in mehrere „Newsgroups“ in der „offiziellen Netiquette“ für die →„de.*-Hierarchie“ als „nicht empfehlenswert“ eingestuft, aber gleichzeitig technisch erläutert (KIRCHWITZ 1997). In einer Übersicht über die bestehenden „Newsgroups“ der „de.*-Hierarchie“ schreibt KOPP (1998) mit bezug auf die Gruppe „de.alt.umfragen“:

„Die Gruppe dient der Verbreitung von Umfragen im Netz, dabei sollten Umfragen prinzipiell als CrossPosting in thematischere Gruppen und nach de.alt.umfragen erfolgen.“ (KOPP 1998)

„Crossposting“ wird also an dieser Stelle akzeptiert, solange es sich um Umfragen handelt. Im „RFC1855“ (→„RFC“) der „IETF“, mithin der bedeutsamsten schriftlich fixierten „Netiquette“ im Internet, heißt es:

„- If you feel an article will be of interest to more than one Newsgroup, be sure to CROSSPOST the article rather than individually post it to those groups. In general, probably only five-to-six groups will have similar enough interests to warrant this.“ (HAMBRIDGE 1995, S. 12)

³⁹ vgl. z.B. KIRCHWITZ (1997)

M.a.W.: Es ist nicht festgelegt, daß das sog. ‚Crossposting‘ verboten wäre, es muß lediglich sehr gut begründet sein. ‚Verstöße‘ gegen die elektronische Ordnung werden zumeist von den Nutzern selbst sanktioniert. Sanktionsformen können von höflichen Aufforderungen über persönliche Beleidigungen bis hin zu ➔„Mailbomben“ oder dem Löschen entsprechender Artikel reichen.

Bisherige ‚Newsgroups‘-Umfragen haben gezeigt, daß solche Sanktionen selbst dann üblich sind, wenn der Interpretationsspielraum der deutschen ‚de.*-Netiquette‘ angemessen genutzt, d.h. Artikel in einige wenige thematisch adäquate ‚Newsgroups‘ geleitet werden.⁴⁰

Für die Platzierung des Fragebogens bedeutet all dies, daß die ausgewählten ‚Newsgroups‘ dem Thema gegenüber auf jeden Fall äquivalent oder ähnlich sein müssen, will man nicht gegen forschungsethische Grundprinzipien verstoßen. Z.B. könnte eine Untersuchung über die sozialen Faktoren von Verschuldung in einer Newsgroup zur Teilnahme ausgeschrieben sein, die ein Forum für Betroffene schaffen soll; desweiteren in einer Newsgroup, in der Nutzer mit allgemeinem Interesse an sozialen Themen diskutieren; oder in einer solchen, die ohne Ansicht der Themen für die Aufnahme von Umfragen geschaffen worden ist bzw. in der Newsgroup für allgemeine soziologische Fragen, in der auch Umfragen annonciert werden.

Der Nachteil dieser Methode besteht in der der Untersuchung vorangehenden reflexiven Auseinandersetzung der Befragten mit dem jeweiligen Thema bzw. der Umfrageforschung überhaupt. Die Untersuchungsteilnehmer haben sich bereits intensiv mit ihrer Problematik auseinandergesetzt und sind sich der damit einhergehenden sozialen Implikationen oftmals bewußt, da diese Diskussionsgegenstand der jeweiligen ‚Newsgroups‘ sind.

Problematisch ist die Zusammensetzung der Population von ‚NetNews‘-Usern, die ebenfalls Selektionseffekte begünstigt. Laut BATINIC (1998a) nutzen nur etwa **2400 Personen** die deutschsprachigen ‚NetNews‘-Gruppen *aktiv*. **91%** seien männlich, der Studentenanteil betrage **45%**, das Durchschnittsalter **28 Jahre**. Da die Beherrschung der sog. ‚Newsreader‘-Software etwas komplizierter ist als die Bedienung von ‚Browsern‘ und das ‚Usenet‘ aufgrund der vorwiegenden Textorientierung im Vergleich zum ‚WWW‘ weniger als bloßes Unterhaltungsmedium genutzt werden kann, ist bei den Befragten von Nutzern auszugehen, die das Internet überproportional lange nutzen und darum andere Einstellungsstrukturen zu Internet- und anderen Themen aufweisen.

Ein weiterer Nachteil von ‚Newsgroups‘-Umfragen ist eine möglicherweise einsetzende Diskussion über die Untersuchung innerhalb der ‚Newsgroup‘, in die die sog. ➔„FollowUps“ geleitet werden, d.h. die öffentlich lesbaren Antwort-Artikel der ‚Newsgroups‘-Nutzer. Erhebliche Lerneffekte könnten die Folge sein (vgl. BATINIC 1998a). Der öffentliche Charakter bedingt die mangelnde Rücklaufkontrolle. ‚WWW‘-Umfragen, die per ‚E-Mail‘ angekündigt werden, sowie reine ‚E-Mail‘-Umfragen sind hier vorteilhafter.

⁴⁰ Aussagen für andere, internationale Hierarchien können hier nicht getroffen werden.

Alles in allem lassen sich ‚Newsgroups‘-Umfragen weniger variieren und stellen den Forscher vor größere methodologische Probleme als ‚WWW‘-Umfragen. Sie sind jedoch wesentlich einfacher durchzuführen, da sie keinerlei Programmieraufwand verlangen, und könnten aufgrund dessen ihren Status als Alternative zu ‚WWW‘-Befragungen aufrechterhalten, wenn in Zukunft ein heterogenerer Nutzerkreis sich dieses Mediums bedienen würde, als es heute der Fall ist; zumal auch ‚WWW‘-Umfragen zum jetzigen Zeitpunkt bei weitem noch nicht den Anspruch erheben können, repräsentativ zu sein.

2. Umfragen im World Wide Web

‚WWW‘-Umfragen haben gegenüber ‚E-Mail‘- und ‚Newsgroups‘-Umfragen zunächst einmal den Vorteil der anonymen Datenübermittlung, wodurch systematische Antworttendenzen im Sinne des Problems der ‚Sozialen Erwünschtheit‘ vermindert werden können (BATINIC & BOSNJAK 1997).

Über Unterschiede in der Datenqualität zwischen ‚E-Mail‘-, ‚Newsgroups‘- sowie ‚WWW‘-Umfragen ist aus der Literatur nur wenig bekannt. Studien von BATINIC & BOSNJAK (1997) haben in dieser Hinsicht die Äquivalenz von ‚E-Mail‘- und ‚WWW‘-Umfragen ergeben, VOGT (1997) kam für den Vergleich zwischen ‚E-Mail‘- und ➔„Disk-by-Mail-Umfragen“ zum gleichen Ergebnis.

Anders als in den ‚Newsgroups‘ herrscht im ‚World Wide Web‘ keine thematische Hierarchie. Daher existiert auch kein allgemeines Forum, das der ‚Newsgroup‘ de.newusers.infos vergleichbar, d.h. dessen virtueller ‚Ort‘, Inhalt und Funktion einem Großteil der Nutzer bekannt wäre. Können in den ‚Newsgroups‘ wie übrigens auch in ‚Mailinglists‘ Artikel von den Betreibern derselben ‚gencancel‘, d.h. gelöscht werden, so entfällt dies Merkmal im ‚WWW‘ weitgehend, da die Verantwortlichkeiten für Inhalte selten klar geregelt sind.

Der ➔„Provider“ kann außerdem aus technischen Gründen nicht darüber entscheiden, welche Inhalte über seinen ‚WWW-Server‘ laufen. Doch auch das ‚WWW‘ als graphische Oberfläche des Internets hat seine schriftlich fixierte ‚Netiquette‘, den bereits angesprochenen ➔„RFC1855“. Er stammt aus dem Jahre 1995 und macht vorwiegend Aussagen über Verhaltensprobleme in den ‚NetNews‘, in ‚Mailinglists‘ sowie im ‚E-Mail‘-Verkehr.

Damit sind alle Möglichkeiten genannt, auf eine ‚WWW‘-Umfrage hinzuweisen. Insofern besitzt der ‚RFC1855‘ auch für ‚WWW‘-Umfragen seine Gültigkeit, wenngleich das ‚WWW‘ selbst in diesem Dokument nur am Rande behandelt wird.

a) WWW-Umfragen mit E-Mail-Anschreiben

Prinzipiell besteht natürlich immer die Möglichkeit, bestimmten Nutzern unaufgefordert eine elektronische Nachricht zu schicken, um sie zur Teilnahme an einer ‚WWW‘-Untersuchung zu motivieren.

Dies hat u.a. den Vorteil, daß sich schon in den ersten Tagen des Befragungszeitraumes die Rücklaufquote abzuzeichnen beginnt, wohingegen bei einer ausschließlichen Ankündigung durch Hinweise auf den ‚WWW‘-Seiten anderer Anbieter lange unklar bleibt, ob genügend Antworten gesammelt werden können (BATINIC 1998b). Dabei kann einmal, ähnlich dem ‚Posten‘ von Artikeln im ‚Usenet‘, das Anschreiben den Fragebogen bereits enthalten, im ‚ASCII-CODE‘ oder sogar als Dokument eines Textverarbeitungsprogrammes (‚MS WORD‘ o.ä.). Diese Möglichkeit gilt aber als überaus verpönt, da der Nutzer auf diese Weise nicht nur eine evtl. unerwünschte Nachricht bekommt, sondern sogar anfallende Kosten für Übertragungszeiten zu übernehmen hat. Die Nachricht kann den ‚WWW‘-Fragebogen oder eine andere beliebige ‚WWW‘-Seite enthalten, die aber nur dargestellt werden kann, wenn der Nutzer über die entsprechende Software zur Darstellung verfügt; darum ist von dieser Variante abzusehen. Zum zweiten kann das ‚E-Mail‘-Anschreiben lediglich einen ‚Hyperlink‘ auf den Fragebogen enthalten. Dies Verfahren wurde in der vorliegenden Untersuchung angewendet und soll in diesem Abschnitt daraufhin beleuchtet werden, ob es sich forschungsethisch vor dem Hintergrund der sog. ‚Netiquette‘ verantworten läßt. Der ‚RFC1855‘ erhebt nicht den Anspruch, offizieller Internet-Standard zu sein, sondern stellt nach eigenen Angaben Informationen für solche Nutzer zusammen, die die technische Entwicklung des Internets nicht verfolgen konnten. Die Betonung der Notwendigkeit technischer Standards setzt sich durch das gesamte Dokument hindurch insofern fort, als bei der Verurteilung des Versendens unaufgeforderter E-Mails bzw. Informationen nicht die mögliche psychische Informationsüberlastung beim Empfänger, sondern ➔ „Ressourcen-verschwendung“, die Behinderung von Diskussionsverläufen und die Entstehung zusätzlicher Kosten angemahnt wird:

„- Don't send large amounts of unsolicited information to people.“ (HAMBRIDGE 1995)

Der Kostenaspekt wird mit Bezug auf Informationssysteme im ‚WWW‘, wozu auch private ‚Homepages‘ zu zählen sind, deutlich zum Ausdruck gebracht:

„- Remember that all these services belong to someone else. The people who pay the bills get to make the rules governing usage.“ (ebd.)

Es wird jedoch darauf hingewiesen, daß das Internet dazu dient, Informationen, die für andere interessant sein könnten, auch bereitzustellen, z.B. innerhalb der ‚Newsgroups‘:

„However, don't hesitate to post when something will be of general interest to the Newsgroup participants.“ (ebd.)

Auch wenn sich dies Zitat vorwiegend auf die Frage bezieht, in welchen Fällen eine ‚E-Mail‘ einem ‚Usenet‘-Artikel vorzuziehen ist, also privater vor öffentlicher Informationsweiterleitung der Vorzug gegeben werden sollte, so findet sich auch hier der Gedanke, daß Informationen in Ausnahmefällen durchaus unaufgefordert versandt werden bzw. öffentlich gemacht werden dürfen, solange bei den Rezipienten ein gewisses Interesse unterstellt werden kann bzw. ein gewisser thematischer Bezug ihrer Veröffentlichungen zum Informationsangebot zu vermuten ist. Eindeutig abgelehnt wird auch im ‚RFC1855‘ lediglich jede Form von unerwünschter kommerzieller Information, aber auch dies wird nicht moralisch, sondern ökonomisch begründet:

„Sending someone mail may also cost them in other specific ways like network bandwidth, disk space or CPU usage. This is a fundamental economic reason why unsolicited e-mail advertising is unwelcome (and is forbidden in many contexts).“ (ebd.)

Dazu ist zu sagen, daß sich die Datentransferraten heutiger handelsüblicher Systeme bzw. der ‚Provider‘ gegenüber dem Jahr 1995 oder früheren Jahren im Durchschnitt deutlich verbessert haben. Das Herunterladen einer ‚Mail‘, wie sie z.B. im Rahmen dieser Untersuchung versandt worden ist, dürfte bei den allermeisten Befragten nur wenige Sekunden gedauert und insofern keine Zusatzkosten verursacht haben. Insofern sind die technischen Voraussetzungen, wie sie der ‚Netiquette‘ des ‚RFC1855‘ zugrundeliegen, schon heute nicht mehr in vollem Ausmaß anzutreffen.

Von daher ist davon auszugehen, daß Aufforderungen zur Untersuchungsteilnahme von den Befragten nur dann als Anmaßung empfunden werden, wenn sie über ein erhebliches Maß an unerwünschten ‚E-Mails‘ zu klagen haben, wie im Rahmen dieser Arbeit die ‚Mail‘ eines Untersuchungsteilnehmers gezeigt hat, der das Anschreiben als Belastung empfand, weil er sich jeden Tag ‚mit irgendwelchen unerwünschten E-Mails herumschlagen‘ müsse.

Aus der Reproduktionsmedizin ist das techniksoziologische Phänomen bekannt, daß die moralische Entrüstung über physisch oder psychisch potentiell schädliche Technologien mit der Vervollkommenung der Technologie sinkt. M.a.W.: Je höher die Datentransferraten in Zukunft steigen, z.B. durch die zunehmende Verbreitung von ‚ISDN‘, desto eher ist mit der Akzeptanz unaufgeforderter ‚E-Mails‘ auf seiten der Befragten zu rechnen, sofern die Nachrichten nonkommerzieller Natur sind.

Alles in allem läßt sich dem für immer niedergelegten ‚RFC1855‘ also nicht entnehmen, daß die massenhafte Versendung von ‚E-Mails‘ bzw. das mehrfache ‚Posten‘ von ‚Newsgroups‘-Artikeln zwangsläufig ein Verstoß gegen die ‚Netiquette‘ darstellt, solange dabei ein vermutetes Interesse der Befragten am Thema vorausgesetzt werden kann und die Menge der versandten Information ein angemessenes Maß nicht überschreitet.

Dabei ist zu bedenken, daß der ‚RFC1855‘ kein Gesetz darstellt, sondern bewußt auf die Definitionsmacht der Akteure selbst abhebt. Je mehr Menschen das Internet nicht nur als Instrument zur reibungslosen Übermittlung von Information, sondern darüber hinaus als Unterhaltungs- bzw. soziales Medium definieren, desto stärker wird die von den Nutzern tatsächlich praktizierte ‚Netiquette‘ vom Postulat der technischen Reibungslosigkeit abgehen.

Dies zeigt die enorme Akzeptanz der vorliegenden Untersuchung bzw. ihrer Ankündigung durch ‚E-Mail‘ auf beeindruckende Weise - unter **488** Antwort-‚Mails‘ sind nur sechs, die sich deutlich gegen unaufgeforderte ‚Mails‘ verwahren, d.h. ein großes Maß an Belästigung verspürt haben.

Über das Maß an Belästigung bei denjenigen, die den Fragebogen nicht ausgefüllt und keine ‚E-Mail‘ geschrieben haben, kann natürlich nur spekuliert werden. Da im ‚RFC1855‘ empfohlen wird, auf unaufgeforderte ‚E-Mails‘ nicht zu antworten, kann nicht ausgeschlossen werden, daß auch ein großer Teil der Non-Respondents sich durch das elektronische Anschreiben belästigt gefühlt, aber nicht geantwortet hat.

Es bleibt zumindest ein ungeschriebenes Gesetz, daß es bedenklich ist, Nutzer per ‚E-Mail‘ anzuschreiben und sie zu einer Untersuchungsteilnahme zu motivieren bzw. anderweitig zu ‚informieren‘.

Selbst wenn es nur eine Minderheit ist, die diese Regel einfordert, sollte sie weiterhin ernstgenommen werden. Andererseits können auch klassische Umfragen als Belästigung empfunden werden, selbst wenn sie angekündigt werden. Nur stehen den Befragten bei Paper-Pencil-Befragungen keine Sanktionsmöglichkeiten zur Verfügung, die den Erfolg der Untersuchung ernsthaft gefährden könnten, und Beschwerden sind aufwendiger als im Internet.

Darum wird die Gefahr der Belästigung durch elektronische Vorankündigungen wissenschaftlicher Umfragen wohl immer bestehen bleiben und sollte auch nicht überbewertet werden, da Internet-Umfragen sonst unmöglich gemacht würden. In diesem Sinne schlagen manche Autoren Filter gegen evtl. ‚Mailbomben‘ vor. D.h., sie sind bereit, einen gewissen Unwillen der Befragten in Kauf zu nehmen.

Neben ethischen Bedenken ergibt sich auch bei ‚WWW‘-Befragungen mit ‚E-Mail‘-Anschreiben das Problem der Selektivität; denn nach dem oben Gesagten sind es Nutzer, die das Internet und insbesondere das ‚WWW‘ als Unterhaltungs- bzw. soziales Medium definieren, von denen angenommen werden kann, daß sie sich überproportional häufig an ‚WWW‘-Umfragen beteiligen.

Werden die Befragten ausschließlich durch ‚Hyperlinks‘ auf ‚WWW‘-Umfragen aufmerksam gemacht, verstärken sich diese Selektionseffekte immens. In einem solchen Fall kann der Forscher die Entscheidung der Befragten, an einer Umfrage teilzunehmen, nicht beeinflussen. Sie unterliegt vollkommen der Selbstselektion der Nutzer.

b) WWW-Umfragen ohne E-Mail-Anschreiben

Auf ‚WWW‘-Umfragen, die weder in den Newsgroups noch per ‚E-Mail‘ angekündigt sind, werden die Befragten zumeist durch ‚Hyperlinks‘ hingewiesen, die sich auf anderen ‚WWW‘-Seiten befinden. Jedoch können größere Umfragen auch über die klassischen Medien (Funk, Fernsehen oder Presse) bekannt gemacht werden. Mundpropaganda, Aushänge o.ä. sind ebenfalls denkbar, aber wenig erfolgversprechend.

Die ‚Seite‘, die den Fragebogen enthält, kann bei Internet-‚Suchmaschinen‘ registriert werden, so daß insbesondere solche Personen, die nach einem thematisch zur Umfrage passenden Begriff suchen, zur Umfrage-‚Seite‘ gelangen, wodurch die Selektivität der Umfrage erhöht wird.

‚WWW‘-Verweise, die zu der entsprechenden Fragebogen-‚Seite‘ führen, können auf allen denkbaren ‚Seiten‘ untergebracht sein, so daß der Forscher in gewissem Rahmen Einfluß auf die Selektivität nehmen kann; denn der Grad der Selektivität sinkt zumindest ein wenig in dem Maße, in dem die entsprechenden ‚Links‘ zum Fragebogen auf Seiten untergebracht sind, von denen anzunehmen ist, daß es keine besonderen, gruppenspezifischen Interessen sind, die die Nutzer auf diese ‚Seiten‘ stoßen lassen. Allerdings ist ein gewisses Maß an Selektivität bei der Auswahl einer ‚Seite‘ natürlich immer gegeben.

Diese steigt drastisch, wenn die auf die Umfrage verweisenden ‚Links‘ sich auf Seiten befinden, die dem Umfragethema ähnlich sind, wodurch sogar zusätzlich Lerneffekte gefördert werden.

BATINIC (1998b) erwähnt die Möglichkeit, über ein sog. ➔„Banner“ auf die eigene Umfrage aufmerksam zu machen, also auf einer oft besuchten ‚WWW‘-Seite beliebigen Inhalts Werbefläche zu mieten, die nach dem ➔„Anklicken“ zur Fragebogen-‚Seite‘ führt. Auch diese Methode läßt eine erhebliche Selektivitätsproblematik erwarten, zumal BATINIC (ebd.) zufolge von **1000 Personen**, die eine solche ‚Seite‘ besuchen, nur etwa **30 – 40 Personen** die Entscheidung treffen, die Umfrageseite anzuwählen, wovon schließlich nur **30%** an der Untersuchung teilnehmen.⁴¹

Bei Mobilisierung einer „breite[n] Öffentlichkeit“ seien durch die Untersuchungsankündigungen auf ‚WWW‘-Seiten binnen zwei Wochen **300 - 400 Antworten** „und mehr“ zu erwarten. Demnach sind nach dem dieser Untersuchung zugrundeliegenden Verfahren höhere Antwortquoten zu erreichen, wenn es auch wesentlich mehr Mühe und anschließende individuelle Betreuung erfordert, jeden einzelnen Teilnehmer per ‚E-Mail‘ anzuschreiben.

Vorteil einer Ankündigung von ‚WWW‘-Umfragen über Verweise auf anderen ‚WWW‘-Seiten ist zweifelsohne die Übereinstimmung mit der ‚Netiquette‘. Da die ‚WWW‘-Ressourcen von den jeweiligen Anbietern selbst gestellt werden, entstehen für die Befragten keine Kosten außer denen, die sie sich beim Anwählen der ‚Seiten‘ selber zumuten. Da beim ‚Laden‘ von ‚WWW‘-Seiten immer Umwege über andere ‚Server‘ gewählt werden, beeinflussen stark frequentierte ‚Seiten‘ die Datentransferraten im Internet zwar immer negativ, diese Tatsache wird aber von den Nutzern kaum sanktioniert, da das ‚WWW‘ anders als die ‚Newsgroups‘ nicht hierarchisch aufgebaut und eine Unterscheidung zwischen ‚thematisch relevanten‘ und ‚thematisch irrelevanten Seiten‘ wohl kaum zu treffen ist.

⁴¹ 2000 angeklickte ➔„Banner“ kosten laut BATINIC (1998b) durchschnittlich etwa 1000\$, so daß bei einem derartigen finanziellen Aufwand mit etwa 600 Antworten zu rechnen ist

Einzige Anforderung des ‚RFC1855‘ ist die Bereitstellung eines ausreichend schnellen ‚Servers‘, wenn zu vermuten ist, daß ein ‚WWW‘-Angebot besonders häufig genutzt werden wird, was bei Umfragen ja durchaus der Fall ist.

II. Untersuchungsanordnung und -durchführung

Für Anordnung und Durchführung einer Internet-Befragung gibt es in der Forschungsliteratur bisher nur sehr spärliche Ratschläge. Die dargestellte Variante ist zumindest im deutschsprachigen Raum nach Wissen des Verfassers so noch nicht angewendet worden und versteht sich darum als ein Vorschlag.

1. Auswahlgesamtheit

Die Auswahlgesamtheit umfaßte insgesamt **6259** private ‚Homepages‘. Davon stammt der Großteil, nämlich **5662** bzw. **90,46%** aus einer Vollerhebung aller ‚Homepage‘-Betreiber, die während des Untersuchungszeitraumes⁴² im ‚Suchmaschinen‘-Verzeichnis⁴³ der deutschen Sektion einer der bedeutsamsten, weil umfangreichsten und meistfrequentiertesten ‚Suchmaschinen‘ des Internets, der ‚Suchmaschine‘ „YAHOO!“⁴⁴, registriert gewesen sind.⁴⁵ Leider konnten längst nicht alle ‚Homepage‘-Betreiber tatsächlich angeschrieben werden, auch wenn dies in jedem Einzelfall versucht wurde.

Dafür sind mehrere Faktoren verantwortlich, die auch für alle weiteren verwendeten Verzeichnisse gelten. Viele ‚Homepages‘ waren nicht erreichbar, weil die entsprechenden Verzeichnisse nur in bestimmten Abständen aktualisiert werden. Einige Nutzer hatten ihre ‚Homepages‘ gelöscht bzw. stark reduziert: Manche ‚Homepages‘ bestanden lediglich aus der Ankündigung einer zukünftigen neuen ‚Homepage‘, z.T. ohne Angabe einer ‚E-Mail‘-Adresse.

Überdies waren die Datentransferraten derart langsam, daß vor dem Hintergrund der großen Anzahl anzuschreibender Personen auf das **➔ „Laden der Homepage“** in einigen Fällen nicht gewartet werden konnte, zumal in den meisten solcher Fälle nach minutenlangem Warten eine Fehlermeldung erschien.

Nochmaliges späteres Anwählen derselben ‚Homepage‘ brachte in den seltensten Fällen den gewünschten Erfolg, vergrößerte den Untersuchungsaufwand aber erheblich.

⁴² Dezember 1997/Januar 1998 (vier Wochen)

⁴³ http://www.yahoo.de/Unterhaltung/Private_Homepages/ (10.12.1997)

⁴⁴ <http://www.yahoo.com> (10.12.1997)

⁴⁵ Diese Aussage stimmt allerdings nur bedingt. Die Auswahlgesamtheit kann strenggenommen nie exakt angegeben werden; einzelne Verzeichnisseiten können sich während dieser Zeit ohne das Wissen des Autors geändert haben.

Um genügend ‚Homepage‘-Betreiber anschreiben zu können, war für das Anwählen, das ‚Laden‘, den kurzen inhaltlichen Überblick, das Auffinden der ‚E-Mail‘-Adresse, das Versenden des Anschreibens und, in seltenen Fällen, das Schreiben eines kurzen persönlichen Kommentars, eine Zeit von durchschnittlich drei Minuten vorgesehen. Darüber hinaus wurde der Bitte, sich in das ‚Gästebuch‘ des ‚Homepage‘-Betreibers einzutragen, einen vorhandenen Fragebogen auszufüllen oder einige Punkte der ‚Homepage‘ per ‚E-Mail‘ zu bewerten, ebenfalls z.T. entsprochen. In wenigen Fällen (**unter 25 ‚Homepages‘**) war auf den entsprechenden ‚Homepages‘ keine ‚E-Mail‘-Adresse vorhanden bzw. konnte auch nach minutenlangem Suchen nicht gefunden werden. Die Betreiber von ‚Homepages‘ rein kommerzieller Natur wurden nicht angeschrieben, ebensowenig Vereine oder Verbände.

7,01% oder **439** Untersuchungseinheiten rekrutierten sich aus einem Verzeichnis privater österreichischer ‚Homepages‘ des kommerziellen Informations- und Anbieterverbundes „PERO online“ der in Linz ansässigen „PERO Computer Handelsgesellschaft m.b.H.“.⁴⁶ Auf diese Weise sollte ein Ländervergleich ermöglicht werden.

Die eingetragenen ‚Homepage‘-Betreiber stehen in keiner kommerziellen Verbindung zu der betreffenden Firma, und das Verzeichnis ist wie die übrigen zugrundeliegenden Verzeichnisse vom Verfasser nicht bewußt ausgewählt worden, sondern war das einzige österreichische Verzeichnis, das nach einer längeren Suchphase gefunden wurde. Da sich dies Verzeichnis als einziges österreichisches auf der entsprechenden Index-Seite der in Deutschland überaus bekannten und stark frequentierten ‚Suchmaschine‘ „Dino-Online“⁴⁷ befand, ist davon auszugehen, daß es sich um eines der umfangreichsten, zumindest aber umfangreicheren österreichischen ‚Homepage‘-Verzeichnisse handelt. Zu vermerken ist, daß fast alle ‚Suchmaschinen‘ kommerzieller Natur sind und ihre Dienste nur deshalb kostenlos anbieten können, weil mit einer steigenden Zahl an ➔ „Hits“ höhere Werbeeinnahmen zu erzielen sind. Trotz ihrer Kommerzialität stellen die beiden genannten Anbieter keine Bedingungen für die Registrierung privater ‚Homepages‘.

Um den Anteil der Frauen an der Stichprobe etwas zu erhöhen, wurden zusätzlich vier weitere kleinere Verzeichnisse in die Untersuchung miteinbezogen, die ausschließlich ‚Homepages‘ von Frauen enthielten und überwiegend nonkommerziell orientiert waren. Da ist zum einen das sog. „Froue-Netz“ von Max Kleiner und Silvia Rothen, zwei Software-Entwicklern.⁴⁸ Die **13** dort verzeichneten Hompages von Frauen machen lediglich **0,21%** der Auswahlgesamtheit aus⁴⁹.

⁴⁶ Die Firmenadresse lautet: <http://www.info.co.at/> (10.12.97)

Das Startverzeichnis der registrierten Hompages ist unter: <http://www.info.co.at/privat/index/index-A.html> (10.12.97) zu erreichen.

⁴⁷ <http://www.dino-online.de/> (10.12.97)

bzw. <http://www.dino-online.de/privat.html> (10.12.97)

⁴⁸ http://ourworld.compuserve.com/homepages/max_kleiner/homepage.htm (10.12.97)

⁴⁹ http://ourworld.compuserve.com/homepages/max_kleiner/froueAdr.htm#wl_privat (10.12.97)

Das „wom@n - OnlineVerzeichnis“ zählte **26** Teilnehmerinnen, also **0,42%** aller Fälle, und war als Unterkategorie von „Women Only Mail And News - Computervernetzung und Kommunikation für Frauen e.V.“ zu erreichen, ein Verband, der „bildungspolitische Maßnahmen zur Förderung von Frauen und Mädchen im Bereich der neuen Kommunikationstechnologien“ durchführt.⁵⁰ **62** weitere Kontaktadressen, d.h. **0,99%** aller anzuschreibenden Adressen, ließen sich aus dem Verzeichnis des sog. „Mütter-mit-Modem-Webrings“ gewinnen⁵¹, veranstaltet als eigenständiger Teil (→„Webring“) der sog. „Hausfrauenseiten“⁵² von Carola Enning. Der „WonderWoman - Treffpunkt Kaffeeklatsch“⁵³ von Sigrid Kutscher bot eine weitere Gelegenheit, den Anteil der Frauen in der Stichprobe zu erhöhen. Der von ihr betriebene ‚Webring‘ der sog. „CyberWyber“ verzeichnete **57** ‚Homepages‘, mithin **0,91%** der ‚Auswahlgesamtheit‘.⁵⁴

Die ‚Homepages‘ der vier ausschließlich Frauenseiten enthaltenen Verzeichnisse machten zusammen **158** potentielle Untersuchungsteilnehmerinnen aus, also **2,52%** der Auswahlgesamtheit. In dieser sind damit insgesamt **414** Frauenseiten enthalten gewesen, also **6,61%**, wenn man die Frauenseiten der beiden größeren Anbieter, „YAHOO!“ (**208** Homepages bzw. **3,32%**) und „PERO Online“ (**48** Homepages bzw. **0,77%**) hinzuzählt, deren **256** ‚Homepages‘ von Frauen zusammen **4,09%** ausmachen.⁵⁵

2. Das Anschreiben

Die Befragten erhielten per ‚E-Mail‘ ein Anschreiben (siehe Anhang I.), dessen Ausgestaltung aufgrund der „dramaturgischen Schwäche“ von ‚E-Mail‘-Kommunikation besondere Bedeutung zukommt (vgl. Abschnitt B.II.1.). Es wurde möglichst neutral formuliert, um sich von dem fordernden Ton kommerzieller ‚E-Mail‘-Werbung abzusetzen. Den Untersuchungsteilnehmern sollte völlig freigestellt bleiben, ob sie sich an der Untersuchung beteiligen oder nicht. Das Anschreiben war so kurz wie möglich gehalten, um dem Vorwurf der ‚Ressourcenverschwendung‘ bzw. Kostenverursachung zu entgehen. Es bestand vorwiegend aus technischen Hinweisen, welche Möglichkeiten gegeben sind, an der Untersuchung teilzunehmen.

⁵⁰ <http://www.woman.de/index.html> bzw. <http://www.woman.de/frauimnetz/index.html> (10.12.97)

⁵¹ <http://www.icf.de/hausfrau/mmm.shtml> (10.12.97)

⁵² <http://www.icf.de/hausfrau/> (10.12.97)

⁵³ <http://privat.schlund.de/kaffeeklatsch/> (10.12.97)

⁵⁴ <http://privat.schlund.de/kaffeeklatsch/webring.htm> (10.12.97)

⁵⁵ Die Anzahl von 414 bzw. der Anteil von 6,61% Hompages von Frauen ist jedoch etwas zu hoch angesetzt, da einige wenige Frauen sich in zwei der sechs angegebenen Verzeichnisse registrieren lassen hatten. Dies ist dem Verfasser zwar subjektiv aufgefallen, konnte aber nicht berücksichtigt werden, weil die Registrierung in den meisten Fällen unter dem Vornamen bzw. unter einem Pseudonym erfolgte, so daß der Aufwand, jede einzelne Seite auf doppeltes Vorkommen hin zu überprüfen, die Höhe der Korrektur nicht aufgewogen hätte.

Im Briefkopf wurde die Diplomarbeit in den umfassenderen Kontext der Projektleitung durch den Erstgutachter, des soziologischen Institutes und der Universität Hamburg gestellt, um die Autorität der Wissenschaft zu beschwören und den potentiellen Befragten das Gefühl zu geben, etwas zur wissenschaftlichen Erforschung des Internets und damit letztlich zum Fortschritt der Wissenschaft überhaupt beizutragen.

Um der unklar definierten Norm, keine unaufgeforderten ‚E-Mails‘ zu versenden, gerecht zu werden, hat sich der Verfasser im Anschreiben dafür entschuldigt, zu dieser Form der Mitteilung gegriffen zu haben, und zugesichert, daß er die Adressen „handverlesen“ ausgewählt, d.h. den Datenverkehr im Internet nicht maschinell mit Unmengen von ‚E-Mails‘ allzusehr belastet hat.

In zwei kurzen Sätzen wurde dem Befragten erklärt, worum es in der Umfrage geht. Ohne bewußt einen motivationspsychologischen Anreiz setzen zu wollen, wurde darauf hingewiesen, daß nach dem Ausfüllen des Fragebogens ein Verweis zu den privaten ‚Seiten‘ des Verfassers sichtbar werden würde. Es wäre auch denkbar gewesen, die Befragten zunächst dorthin zu lenken, wo sie allerdings nach dem Verweis zum Fragebogen hätten suchen müssen.

Das hätte zu Verwirrung geführt, die Glaubwürdigkeit der Untersuchung aber weiter erhöhen können; denn es ist unwahrscheinlich, daß sich ein Unbefugter als Student aus- und persönliche Daten preisgibt, um an Daten der Befragten heranzukommen, die sich dann z.B. kommerziell weiterverwerten ließen.

Doch trägt auch der Hinweis auf eine nachträgliche Identifizierung des Forschers zur Glaubwürdigkeit und Akzeptanz der gesamten Untersuchung bei, weil die Befragten sich im klaren darüber sind, daß sie zumindest unmittelbar nach Absenden des Fragebogens eine Bestätigung darüber erhalten, daß ihre Daten nicht zweckentfremdet werden. – Ein Unbefugter würde die Möglichkeit zur nachträglichen Identifizierung wohl kaum anbieten.

Einige Befragte faßten das Angebot, sich nach dem Ausfüllen des Fragebogens auf der ‚Homepage‘ des Verfassers umsehen zu können, nach eigenem Bekunden als tatsächlichen Belohnungsanreiz auf und waren von der „Belohnung“ teilweise enttäuscht oder aber auch positiv überrascht.

Glaubwürdigkeit erzeugte im Anschreiben der ➔„Domainname“ der Universität Hamburg, der der ‚Homepage‘-Adresse des Verfassers voranstand. Dieser stellt die Verbindung zur Universität her, so daß die Befragten das Gefühl bekommen haben sollten, rechtliche Schritte einleiten zu können, falls ihre Daten mißbraucht werden. Das Anwählen der ‚Homepage‘-Adresse des Verfassers führte die Befragten direkt zur ➔„Startseite“ der Fragebogenuntersuchung.

Das Anschreiben enthielt darüber hinaus einen ‚Link‘, der den Angeschriebenen beim Anwählen zu einer Seite führte, auf der der Fragebogen ohne weitere Umwege in zwei verschiedenen Formaten vom Universitäts- ‚Server‘ ‚heruntergeladen‘ werden konnte.

3. Der technische Ablauf

Auf der ‚Startseite‘ erschien der Titel der Untersuchung, der Name des Untersuchers, das voraussichtliche Ende der Befragung sowie zwei ‚Links‘, wovon der eine zur Zugangsseite des Fragebogens, der zweite zu weiteren Informationen über die Befragung führte.⁵⁶ Dort wurden einige Einblicke in die Relevanz des Themas geboten, ohne jedoch auf die Thesen oder die grundsätzliche Anlage der Untersuchung allzusehr einzugehen (siehe Anhang II.). Dadurch sollten Lerneffekte vermieden werden. Es war davon auszugehen, daß dies Dokument von Personen abgerufen wurde, die noch unschlüssig waren, ob sie an der Umfrage teilnehmen sollten oder nicht.

Darum wurde darin noch einmal etwas dezidierter auf die Zusicherung von Datenschutz und die spätere Bereitstellung der Untersuchungsergebnisse hingewiesen.

Auf der ➔ „Zugangsseite“ des Fragebogens befand sich neben einigen weiteren kürzeren Erklärungen zum technischen Ablauf der Untersuchung ein Bild des Verfassers, um den Eindruck der Authentizität der Umfrage zu erhöhen. Die Befragten hatten nun die Möglichkeit, den im Anschreiben enthaltenen Usernamen und das dazugehörige Passwort einzugeben, das für alle Befragten identisch war. Daraufhin gelangten die Befragten zum Fragebogen, wo Ihnen abermals Datenschutz zugesichert wurde.

Als problematisch erwies sich dabei die unterschiedliche Darstellung des Dokumentes auf den Bildschirmen der Befragten. Dies lag an unterschiedlichen ‚Browsern‘, unterschiedlichen Bildschirmauflösungen etc.

Als wertvoll erwies sich das ‚Feedback‘ der Untersuchungsteilnehmer, die über entsprechende Probleme berichteten – ein Novum der Umfrageforschung. So gut wie alle **488** eingegangenen ‚Mails‘ wurden vom Verfasser beantwortet, auch wenn sie nicht die Untersuchung selbst zum Gegenstand hatten. Nach Ablauf eines Viertels des Untersuchungszeitraumes wurde daraufhin das ‚Layout‘ des Fragebogens geändert, d.h. vereinfacht. Dabei können Selektionseffekte nicht ausgeschlossen werden. Schließlich mögen eher sachlich orientierte Untersuchungsteilnehmer ein farbloses, einfaches Design bevorzugen, wohingegen technisch begeisterte User sich nur durch solche Dokumente zur Teilnahme motiviert fühlen, die den neuesten Standards entsprechen. Der Verfasser versuchte darum, in der Gestaltung des Fragebogens die Balance zwischen möglichen Ansprüchen zu halten. Einige Nutzer klagten über langsame oder nicht zustandegekommene Netz-Verbindungen. Der entstandene Unmut konnte daraufhin durch Erklärungen etwas gemildert werden, was aus forschungsethischer Perspektive besonders wichtig ist.

⁵⁶ Zu Beginn der Untersuchung waren es acht Links, von denen vier auf eine in den Newsgroups anzukündigende Umfrage hinführten, die aus zeitlichen Gründen jedoch nicht mehr durchgeführt werden konnte. Zwei weitere Links wiesen auf eine englische Version des Fragebogens für Homepage-Betreiber sowie Downloadmöglichkeiten hin. Aus Gründen der Vereinfachung wurden sie ebenfalls bald nach Untersuchungsbeginn gelöscht.

Befragte konnten bei technischen Problemen motiviert werden, den Fragebogen noch einmal auszufüllen bzw. bekamen diesen per ‚E-Mail‘ zugeschickt. Einige unternahmen bis zu drei Versuche, an der Befragung teilzunehmen.

Am Ende des Fragebogens erhielten die Befragten die Zusicherung, daß jede beim Verfasser eingehende ‚Mail‘ beantwortet werde und daß die Untersuchungsergebnisse an gleicher Stelle zu gegebener Zeit veröffentlicht würden.

Nach dem Ausfüllen des Fragebogens betätigten die Befragten einen bestimmten →„Button“, um ihre Daten an den Verfasser weiterzuleiten. Zwischenstation ist dabei der ‚Server‘ der Universität gewesen, der auf das Betätigen des ‚Buttons‘ hin kontaktiert wurde und sog. →„CGI-Skripte“ zur Ausführung brachte, die den Transfer der Befragten Daten auf eine vorher festgelegte Weise veranlaßten.⁵⁷

Im vorliegenden Fall wurden die Daten in eine Datei auf dem Server der Universität geschrieben und gleichzeitig per E-Mail an den Verfasser verschickt, so daß eine Art Urbeleg entstand. Die Befragten Daten konnten schließlich vom heimischen PC per ‚FTP‘ vom ‚Server‘ der Universität bezogen und in ein Format überführt werden, das mit den gängigen Statistikpaketen zu analysieren war.

III. Zur Stichprobengüte

Der Begriff ‚Stichprobe‘ muß für Internet-Untersuchungen neu definiert werden, weil elektronische Kommunikation mit vielerlei Sicherheitsrisiken verbunden ist. Einige dieser Risiken sollen hier angesprochen werden. ‚Repräsentativität‘ und ‚Rücklaufquote‘ sind ebenfalls von den technischen Besonderheiten des Mediums Internet abhängig.

1. Umfang und Authentizität der Stichprobe

Die Stichprobe umfaßt ursprünglich **1291** Untersuchungseinheiten. Davon sind **17** doppelte und **6** aussagelose⁵⁸ Fälle ausgeschlossen worden, dazu ein unvollständiger Fall. Bei direkt aufeinanderfolgenden identischen Antworten ist absichtliche Verzerrung genauso denkbar wie versehentliches zweimaliges Absenden der Daten. Da die identischen Fälle in der vorliegenden Untersuchung weit weniger als **0,001%** der Gesamtstichprobe ausmachen, sich unsystematisch verteilen und bis auf eine Ausnahme leicht erkennbar direkt aufeinanderfolgen, kann zunächst einmal von einem hohen Grad an Authentizität ausgegangen werden. Absichtliche Täuschung scheint nicht vorzuliegen.

⁵⁷ Diese Skripte sind in der Sprache PERL geschrieben worden, allerdings nicht vom Verfasser selbst. Es war jedoch nötig, sie an die Server-Umgebung anzupassen und auf die spezifischen Anforderungen der Untersuchung abzustimmen. Die Skripte befinden sich auf der beigelegten CD.

⁵⁸ Die betreffenden Befragten schickten einen leeren Fragebogen ab.

Es verbleiben **1267** gültige Fälle. Zu den unvollständigen Datenzeilen werden hier solche gezählt, in denen Netzwerkprobleme zu einem Datenverlust von mehr als **85%** der möglichen Antworten führten. Nach Ausschluß solcher schadhaften Einheiten verbleiben allerdings nur **6** Fälle in der Stichprobe, die überhaupt von Datenverlust betroffen waren.

Für die Glaubwürdigkeit der abgegebenen Antworten spricht darüber hinaus die hohe Zahl von **ca. 488** nicht selten kritisch-anregenden, jedoch die Untersuchung zumeist bejahenden ‚E-Mails‘.⁵⁹ Lediglich **6** Befragte verwahrten sich dagegen, ungefragt angeschrieben zu werden, darunter **2** mit dem Hinweis auf die sog. ‚Netiquette‘, einer unter Androhung rechtlicher Schritte. Nur ein einziger Proband antwortete auf das Anschreiben im Ton einer persönlichen Beleidigung, ein weiterer beschwerte sich eigenen Angaben zufolge per ‚E-Mail‘ und ‚klassischer Briefpost‘ bei der Universität. ‚Mailbomben‘ bzw. anderweitige mögliche negative Sanktionen wurden weder angedroht noch verhängt.

Neben aller zumeist auf Art und Durchführung der Untersuchung bezogenen Kritik verraten die elektronischen Briefe der Befragten ein hohes Maß an Akzeptanz, da die Absicht, dem Untersucher fachliche Hilfestellung zu geben bzw. sozioemotionale Unterstützung zu leisten, oftmals sehr ausgeprägt war.

Dies gilt gleichermaßen für die **fast hundert** Einträge in das ‚Gästebuch‘ der ‚Homepage‘, in denen die Umfrage zumeist positiv sanktioniert wird. Die positive Resonanz mag der öffentlichen Zugänglichkeit dieses →„Dokumentes“ geschuldet sein, zumal ‚Gästebuch‘-Einträge, die den Aufbau einer ‚Homepage‘ bzw. den dahinterstehenden ‚Homepage‘-Betreiber positiv würdigen, im Internet nichts Ungewöhnliches sind.

Bei allen Hinweisen auf die Authentizität der Stichprobe ist zu konstatieren, daß schon ein einziger Befragter in der Lage gewesen wäre, die Untersuchung erheblich zu verzerren. Unsystematisches, mehrfaches Antworten ein- und derselben Person ist möglich. In der vorliegenden Untersuchung wurden die abgegebenen Antworten in eine Datendatei geschrieben, ohne die →„Server-Adresse“ des Absenders zu registrieren, um den Befragten auf Anfrage jederzeit den nötigen Datenschutz zusichern zu können. Doch auch das Registrieren der ‚Server‘-Adresse wäre keine Sicherheitsgarantie gewesen, da Internet-Zugänge bei verschiedenen ‚Providern‘ zu Testzwecken kostenlos verteilt werden und so mehrfaches Antworten von verschiedenen ‚Servern‘ aus möglich gewesen wäre. Zudem bereitet es Internet-Kundigen keine größeren Schwierigkeiten, ihre Absender-Adressen zu manipulieren, z.B. indem sie sog. →„anonymos server“ zwischen ihren ‚Provider‘ und die ‚Server‘, die sie anwählen, schalten.

Theoretisch denkbar, aber praktisch mit einem enormen Aufwand verbunden, hätte ein einzelner Untersuchungsteilnehmer unter Angabe falscher ‚E-Mail‘-Adressen die gesamte Korrespondenz der vorliegenden Untersuchung vortäuschen können, um zu manipulierten Fragebögen die nötige Glaubwürdigkeit beim Untersucher zu erzeugen.

⁵⁹ Darunter sind allerdings auch Mails von Befragten, die mehr als einmal geschrieben haben oder private Anliegen hatten.

Dies gilt in gleichem Maße für die angesprochenen ‚Gästebuch‘-Einträge. Ein derartiger Aufwand ist jedoch sehr unwahrscheinlich.

Durch die Vergabe von Username und Passwort an die Befragten ist zudem die Wahrscheinlichkeit vermindert worden, daß willkürliche Angaben gemacht wurden, da sich der Kreis derer, die überhaupt Angaben machen konnten, auf die Angeschriebenen beschränkte. Diese wurden vom Untersucher selbst ausgewählt und waren ihm somit bekannt. Da die Befragten nicht wußten, auf welche Weise die Untersuchung durchgeführt wurde, mußten sie zumindest teilweise damit rechnen, anläßlich eines Manipulationsversuches identifiziert zu werden. So wurden die Befragten im unklaren darüber gelassen, ob ihre ‚Server‘-Adressen registriert würden oder nicht bzw. wie viele Personen schon befragt worden waren. Bei einem Umweg über einen ‚Anonymos Server‘ hätte dies für die Befragten allerdings auch keine Rolle gespielt. Außerdem hätten die Befragten Passwort und Username nicht nur an Dritte weitergeben, sondern sogar auf einer allgemein zugänglichen ‚WWW-Seite‘ veröffentlichen können. Auf die Vergabe jeweils unterschiedlicher Passwörter und Usernamen an die Nutzer wurde in dieser Untersuchung aus technisch-organisatorischen sowie methodologischen Gründen verzichtet. Zum einen wäre es sehr zeitaufwendig gewesen, mehr als 6000 Usernamen und Passwörter einzurichten, zum anderen hätte diese Methode auch keine letztendliche Sicherheit geboten. Zwar hätten mehrfache Antworten vermieden werden können, sofern der Untersucher zur Bedingung gemacht hätte, daß das individuelle Passwort und der individuelle Username im Fragebogen genannt werden müssen. Doch die per ‚E-Mail‘ versandten Anschreiben wären weiterhin dem Risiko ausgesetzt gewesen, von Unbefugten gelesen zu werden, die durch mehrmaliges Antworten einzelne oder alle mit Passwörtern versehenen Daten und Usernamen hätten unbrauchbar machen können. Es wäre nicht mehr zu ermitteln gewesen, welche Antwort authentisch und welche manipuliert worden ist. Insgesamt ist allerdings auch diese Möglichkeit zur Verfälschung der Daten äußerst zeitaufwendig und erfordert technische Mittel und Fähigkeiten, die dem durchschnittlichen Nutzer nicht zu Verfügung stehen. Ein weiterer Grund, warum auf multiple Passwörter und Usernamen verzichtet wurde, besteht in der Unsicherheit darüber, ob durch diese Maßnahme nicht zusätzliche Probleme der Selektivität geschaffen worden wären. Datenschutz ist bei Internet-Kundigen ein intensiv diskutiertes Thema, und es steht zu vermuten, daß diejenigen, die der Datensicherheit und vielleicht sogar den Möglichkeiten des Internets insgesamt kritisch gegenüberstehen, in der Stichprobe systematisch unterrepräsentiert worden wären, wenn die Nennung von Passwort und Usernamen im Fragebogen zur Auflage für die Teilnahme gemacht worden wäre; denn sie hätte die Möglichkeit der Identifizierung der Befragten geboten, und dessen wären sich diese auch bewußt gewesen. Aufgrund des zu erwartenden Aufwandes bzw. einer zu geringen Stichprobengröße wurde in dieser Umfrage auf Verschlüsselung verzichtet. Damit unterliegen die Daten der vorliegenden Untersuchung u.a. zusätzlich dem Risiko der Verfälschung durch Manipulationen auf dem Weg vom Befragten zum Forscher. Selbst die fertige Datendatei hätte, solange sie sich auf dem →„WWW-Server“ befand, durch äußere Eingriffe verändert werden können.

Alle beschriebenen Eingriffsmöglichkeiten setzen jedoch ein nicht unerhebliches Wissen sowie ein Motiv voraus, so daß das Problem der Mehrfachantworten am meisten Beachtung verdient, insbesondere das Problem der nicht identischen Mehrfachantworten, bei denen im Fragebogen willkürliche Angaben gemacht werden, um den Tatbestand der Täuschung zu verschleiern. ‚WWW‘-Stichproben sollten m.A. darum größer sein als ‚normale‘ Stichproben, um die Fehler-Toleranz gegenüber Täuschungen zu erhöhen. Eine Konsistenzprüfung der abgegebenen Antworten kann hier Klarheit schaffen, da es unwahrscheinlich scheint, daß sich ein Unbefugter ohne persönliches Motiv die enorme Mühe macht, viele dutzende Male in sich schlüssige, aber doch auch falsche Antworten zu geben. Der im Rahmen dieser Arbeit analysierte Datensatz wurde einer solchen Konsistenzprüfung unterzogen.

Das Ergebnis: Inkonsistente Antworten kommen vor, doch diese sind nicht systematisch und lassen sich, gerade im Zusammenhang mit den vielen erhaltenen E-Mails der Befragten, erklären. Inkonsistente Antworten wurden nicht mit in die Analyse einbezogen, ebensowenig die damit evtl. zusammenhängenden Daten, z.B. bei Filterfragen.

2. Überlegungen zur Repräsentativität

BANDILLA (1997) hält ‚WWW‘-Umfragen vorwiegend für „Spezialstudien und Experimente“ geeignet, weil die Grundgesamtheit der Internet-Nutzer nicht umrissen werden könne. Dies Problem betreffe nicht nur die Zahl, sondern auch die Zusammensetzung der Grundgesamtheit. Entsprechende Annahmen entstammen aus Internet-Befragungen und unterliegen damit ebenfalls der Gefahr der Verzerrung (HAUPTMANN 1997). Gezählt werden können nur die angeschlossenen Rechner, d.h. die sog. → „Hosts“.⁶⁰ Jedoch kann die Zahl derer, die über einen solchen ‚Host‘ Zugang zum Internet haben, absolut nicht bestimmt werden (BATINIC 1998b).

HAUPTMANN (1997) sieht den Einsatzbereich von quantitativen Internet-Befragungen daher hauptsächlich im explorativen Bereich. Er erwähnt das Problem der Non-Respondents, die ebenso wie diejenigen, die die entsprechende ‚E-Mail‘-Ankündigung einer Untersuchung gar nicht zur Kenntnis genommen haben, weil sie ihre elektronische Post nicht regelmäßig oder gar nicht abrufen, eine unbekannte Größe darstellen. Anders als in klassischen postalischen Befragungen verbieten sich „Nachfaßaktionen“ (BANDILLA 1997) m.A. bei Internet-Befragungen von selbst, solange der Akzeptanzgrad der unaufgeforderten Versendung von ‚E-Mail‘-Anschriften, die zur Teilnahme an einer wissenschaftlichen Untersuchung motivieren sollen, nicht endgültig empirisch erwiesen worden ist.

⁶⁰ Aktuelle Zahlen für Deutschland und Europa befinden sich laut BATINIC (1998b) unter <http://www.nic.de/Netcount/netStatOverview.html> (26.02.1998)

Darüber hinaus würden derartige Bemühungen eine temporäre Identifizierung der Untersuchungsteilnehmer nötig machen, was angesichts der allgemeinen Skepsis der Nutzer gegenüber der Datensicherheit im Internet zu systematischen Ausfällen führen könnte.

BATINIC & BOSNJAK (1997) haben nach eigenen Angaben in mehreren Untersuchungen zeigen können, daß Befragte wissenschaftlichen Untersuchungen größere Akzeptanz entgegenbringen als kommerziellen Befragungen. Psychologische Anreize seien dabei „Neugier, Hilfsbereitschaft und Interesse an den Ergebnissen“. Es lasse sich zeigen, „daß wissenschaftliche Fragebogenuntersuchungen im allgemeinen als signifikant ‚interessanter‘, ‚sympathischer‘, ‚besser‘ und ‚positiver‘ bewertet werden als kommerzielle“.

Dies kann für die vorliegende Untersuchung bestätigt werden. Der überwiegende Teil der Befragten bat den Autor um Mitteilung der Untersuchungsergebnisse. Einige Befragte äußerten positive Kritik daran, daß das Internet verstärkt zum Gegenstand sozialwissenschaftlicher Forschung gemacht werde.

Andere schrieben dem Autor freiwillig und ohne Aufforderung ihre Gedanken zur Thematik ‚Internet und Gesellschaft‘. Bei fehlgeschlagenen Versuchen waren die Befragten in der Regel sogar bereit, den Fragebogen ein zweites oder drittes Mal auszufüllen, und das bei einem Umfang von 59 Fragen bzw. einer Ausfülldauer von 15-40 Minuten⁶¹. Der weitaus überwiegende Teil aller ‚E-Mail‘-Nachrichten war äußerst freundlich und von Glückwünschen für das Diplomarbeitsprojekt des Verfassers begleitet. Dahinter mag die Autorität der Wissenschaft stehen, der Gedanke, an etwas Bedeutsamen teilhaben zu können.

MILGRAM (1993) hat in seinen Experimenten bewiesen, wie weit Probanden „im Namen der Wissenschaft“ zu gehen bereit sind. Sollte in zukünftigen Untersuchungen die (sozialpsychologisch begründete) Achtung der Befragten vor der Autorität der Wissenschaft als psychologischer Faktor auch für die Durchführung von wissenschaftlichen Internet-Untersuchungen bestätigt werden, dann kann von einer positiven Wirkung dieses allgemeingültigen Faktors auf die Repräsentativität solcher Untersuchungen ausgegangen werden.

Bei der vorliegenden Untersuchungsanordnung ist zu vermerken, daß ‚Homepage‘-Betreiber möglicherweise über ein überproportionales Kontaktbedürfnis verfügen, was jedoch keinesfalls als Hinweis auf Kontaktdefizite im „realen“, im „richtigen“ Leben gewertet werden sollte, sondern z.B. im Zusammenhang mit Studien über die Bereitschaft zum „Chatten“ eher als das Gegenteil (vgl. Abschnitt B.II.4.). Durch ein überproportionales Kontaktbedürfnis der ‚Homepage‘-Betreiber könnte die Hilfsbereitschaft gegenüber einer studentischen Diplomarbeit erhöht worden sein, so daß die Gruppenzusammensetzung der Antwortbereiten bei Untersuchungen wissenschaftlicher Institute nicht unbedingt mit der Gruppenzusammensetzung der vorliegenden Stichprobe identisch sein muß, weil einmal die Autorität der Wissenschaft, einmal die Hilfsbereitschaft gegenüber einer Privatperson überwiegen mag.

⁶¹ Angabe stammt von Befragten.

Ob die im Rahmen dieser Diplomarbeit angewandte Untersuchungsmethode auch bei zukünftigen Untersuchungen zum Einsatz kommen kann, hängt ganz entscheidend von der Entwicklung der Zahl der privaten ‚Homepages‘ ab. Bei gleichbleibender Grundgesamtheit ist zu vermuten, daß die Antwortbereitschaft der Befragten mit zunehmendem Erhalt von Aufforderungen zur Untersuchungsteilnahme bzw. tatsächlicher Teilnahme an Befragungen rapide absinkt und sich die Selektivität erhöht, da vorwiegend Personen mit Interesse an Befragungen mehrfach antworten würden. Unabhängig vom Problem der Repräsentativität würden bei allen Befragten Lerneffekte eintreten.

In der vorliegenden Untersuchung könnten auf andere Weise Lerneffekte zum Tragen gekommen sein und sich auf die Repräsentativität der Stichprobe ausgewirkt haben. Einige Befragte gaben an, selber schon einmal eine Umfrage durchgeführt zu haben und darum um die Relevanz einer genügend großen Stichprobe zu wissen.

Überhaupt kann eine akademische Ausbildung insofern einen Einfluß auf die Teilnahmebereitschaft gehabt haben, als Akademiker sich überproportional häufig für den Aufbau einer Untersuchung wie der vorliegenden interessieren und daher eher zur Teilnahme bereit sind als Nicht-Akademiker.

Dafür spricht, daß viele Befragte, insbesondere Studenten, mit ihren Kommentaren zum Fragebogen gezeigt haben, daß sie an sozialwissenschaftlichen Themen interessiert sind und über sozialwissenschaftliche Kenntnisse verfügen.

Alles in allem kann strenggenommen keine Internet-Umfrage für sich in Anspruch nehmen, repräsentativ zu sein. Allerdings beschränkt sich die dieser Arbeit zugrundeliegende Stichprobe auf deutschsprachige ‚Homepage‘-Betreiber als Grundgesamtheit.

Dabei werden ‚Homepage‘-Betreiber als Gruppe verstanden, die die Computer- und Internet-Technologie zu verwenden gelernt haben. Insofern kann die vorliegende Studie für sich reklamieren, Merkmale einer Expertenbefragung zu tragen.

Die genaue Zahl deutschsprachiger ‚Homepage‘-Betreiber ist nicht bekannt, weil sie nach Wissen des Autors nirgends offiziell registriert wird. Zudem existieren mehrere Verzeichnisse mit z.T. denselben ‚Homepage‘-Betreibern. Eine Auszählung würde einen enormen Untersuchungsaufwand erfordern. „Carlo von Loesch“ betreibt ein Register, daß zum Untersuchungszeitpunkt etwa **19000** private deutsche ‚Homepages‘ umfaßt hat, und das bei einer monatlichen Zuwachsrate von **1000** ‚Homepages‘.⁶²

Die ‚Suchmaschine‘ „DINO-Online“ bietet ein Verzeichnis an, dessen Gesamtzahl an privaten ‚Homepages‘ nicht zu ermitteln war, das aber ebenfalls äußerst umfangreich ist und wahrscheinlich weitaus mehr ‚Homepages‘ enthält als das im Rahmen dieser Untersuchung verwendete Verzeichnis der ‚Suchmaschine‘ „YAHOO!“.⁶³

⁶² <http://home.pages.de> (25.02.1998). Die Unterkategorie <http://home.pages.de/file/meta.html> (25.02.1998) listet einzelne Verzeichnisse verschiedener Organisationen auf und begreift sich selbst als „Metaliste“ von Homepages im deutschsprachigen Raum.

⁶³ <http://www.dino-online.de/privat.html> (25.02.1998)

Die Zahl der nicht registrierten ‚Homepage‘ dürfte überdies ganz erheblich sein. Dabei ist zu vermuten, daß die Wahrscheinlichkeit, sich die Mühe der Registrierung zu machen, mit der Mühe ansteigt, die sich der Nutzer bei der Erstellung seiner ‚Homepage‘ gegeben hat.

Die im Rahmen dieser Untersuchung erfolgte Durchsicht von etwa **6300** Homepages hat ergeben, daß der überwiegende Teil davon mehrere Seiten mit einer z.T. beachtlichen Fülle an Informationen enthielt.

Nach eigenen Erfahrungen des Verfassers dauert das Erstellen derartiger ‚Homepages‘ mehrere Wochen bis hin zu mehreren Monaten, je nach vorhandenen Kenntnissen.

M.a.W.: Die Selbstselektion durch Selbstregistrierung beeinflußt auch die Repräsentativität ganz erheblich, was im Rahmen einer techniksoziologischen Fragestellung, wie sie im Rahmen dieser Untersuchung verfolgt wird, nicht unbedingt von Nachteil sein muß.

In diesem Sinne nähert sich der in dieser Arbeit erhobene Stichprobenumfang von **1267** Personen *der Absicht nach* dem Postulat der Repräsentativität an, wenn man als Grundgesamtheit technisch versierte Internet-Nutzer mit durchschnittlich mehreren Jahren Internet-Erfahrung und der Bereitschaft zur Veröffentlichung persönlicher Informationen sowie einer daraus resultierenden Kontaktbereitschaft zugrundelegt. Eine ähnliche Auffassung der Repräsentativität von Internet-Umfragen haben MITCHELL, PAPRZYCKI & DUCKETT (1994).

Der Umfang einer Internet-Stichprobe hat nach BATINIC (1998c) allerdings keinen Einfluß auf die Repräsentativität. Er begründet dies jedoch nicht. Bei einer entsprechenden Festlegung drauf, für welche Gruppe das Untersuchungsergebnis repräsentativ sein soll, ist der Umfang einer Stichprobe sicher nicht ganz ohne Bedeutung. Wenn Internet-Untersuchungen vorerst Repräsentativität für sich noch nicht in Anspruch nehmen können, so heißt dies auch bei einer Betonung des explorativen Charakters solcher Untersuchungen nicht, daß auf das Ideal der Repräsentativität ganz verzichtet werden sollte.

Für die vorliegende Untersuchung bedeutet dies, daß eine genügend große Stichprobe gezogen und versucht wurde, jedem Befragten, der über Netzwerk-Probleme geklagt hat, die Teilnahme an der Untersuchung zu ermöglichen, z.B. durch die Versendung des Fragebogens per E-Mail; dennoch haben einige Mails gezeigt, daß es Befragte gegeben hat, die den Fragebogen aufgrund von Netzwerkproblemen oder anderweitiger technischer Probleme nicht ausfüllen konnten. Diese Ausfälle sind jedoch nicht systematisch.

Den Befragten wurde genügend Zeit gegeben zu antworten, etwa 18 Tage nach Versenden des letzten Anschreibens, damit nicht diejenigen aus der Stichprobe herausfallen, die ihre elektronische Post nur selten kontrollieren. In den letzten Tagen dieses Zeitraumes waren höchstens noch ein bis zwei Antworten pro Tag zu verzeichnen; dennoch gab es einige Untersuchungsteilnehmer, die per ‚Mail‘ oder ‚Gästebuch‘-Eintrag ihre Teilnahmebereitschaft signalisierten, die Untersuchungsankündigung aber zu spät gelesen hatten und also nicht mehr an der Untersuchung teilnehmen konnten.

Obwohl die meisten der angeschriebenen Frauen zum standardisierten Anschreiben eine persönliche Aufforderung zur Teilnahme erhielten, hat dies dem Versuch der Annäherung an Repräsentativität, der in dieser Untersuchung unternommen wurde, nicht geschadet, sondern genutzt. Unter den **1267** gültig Antwortenden der Stichprobe sind **100** weiblich, also ca. **7.89%**. Damit liegt der Anteil der Frauen niedriger, als er nach Durchsicht der bisher umfassendsten Internet-Befragungen im deutschsprachigen Raum zu erwarten gewesen wäre. Fehlende Deckungsgleichheit zeigt sich auch für einige andere Merkmale. Die folgende Tabelle ergänzt die Übersicht von BATINIC & BOSNJAK (1997, S. 234) um die Daten der ersten sowie der dritten bis fünften Welle des ‚W3B‘-Institutes⁶⁴ und die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung⁶⁵:

	IBM	W3B/1	IST-Online	W3B/2	W3B/3	W3B/4	W3B/5	Soz. Gebr.	W3B/6
Dauer	09-11/95	10-11/95	11/95-01/96	04-05/96	10-11/96	04-05/97	10-11/97	12/97-01/98	04-05/98
Teiln.	2781	k.A.	3064	3012	7445	16299	16403	1267	>16000
männl.	97%	93,80%	93%	91%	90,80%	89,50%	87,80%	92,10%	84,50%
weibl.	3%	6,20%	7%	9%	9,20%	10,50%	12,20%	7,90%	15,50%
Alter	29 J.	29 J.	28 J.	29 J.	30 J.	32 J.	33 J.	21 - 30J.*	35,5 J.
Abitur	k.A.	94,50%	82%	85,80%	78,40%	71,60%	69,80%	43,90%	63,90%
Stud.	39%	48,20%	45%	40,40%	29,80%	22,40%	17,40%	31,10%	17,10%

*49,1% der Befragten befinden sich in dieser Altersgruppe

Darstellung 9: Internet-Umfragen im Vergleich (vgl. BATINIC & BOSNJAK 1997, S. 234)

Dabei passen sich die Zahlen dieser Arbeit nicht optimal in den deutlich erkennbaren Trend ein: Der ‚mittlere Internet-Nutzer‘ ist zunehmend weiblichen Geschlechts, älter und seltener der Gruppe der Studierenden zugehörig; der Anteil derjenigen, die Abitur gemacht haben, nimmt stetig ab. Doch ist diese Trendentwicklung für die vorliegenden Daten zumindest im Vergleich mit der ersten ‚W3B‘-Studie, bezogen auf die Anteile an Abiturienten auch im Vergleich mit allen übrigen Studien, nachzuvollziehen. Hält man die Daten der ‚WWW‘-Umfragen von ‚IBM‘, ‚W3B‘ und ‚IST-Online‘ für näherungsweise repräsentativ, dann ist der Anteil der Studenten und Männer im Hinblick auf das Ideal der Repräsentativität in den Daten dieser Arbeit etwas zu hoch ausgefallen, vielleicht weil die Gruppe der Nutzer, die in der Lage sind, eine ‚Homepage‘ zu erstellen bzw. zu registrieren, vorwiegend noch eine demographische Struktur aufweist, wie sie die Studien von ‚IBM‘-, ‚W3B‘ bzw. ‚IST-Online‘ für das Jahr 1995 ermittelt haben. Um repräsentative Aussagen für die Gesamtheit der Internet-Nutzer treffen zu können, muß man sich laut BATINIC (1998c) „traditioneller Verfahren“ bedienen, doch ergeben diese überraschende Werte.

⁶⁴ Demographische Übersichten aller Wellen unter:
<http://www.w3b.de/ergebnisse/> (06.07.1998)

⁶⁵ Die Klassifikation der Merkmale sowie die Daten der IBM- und IST-Online-Studie stammen von BATINIC & BOSNJAK (1997, S. 234); nicht jedoch die Daten zur zweiten Welle der W3B-Umfragen, weil sie von den entsprechenden Daten, die das Institut auf seiner Homepage veröffentlicht, abweichen. Die Daten zur sechsten Welle der W3B-Befragung waren zum Zeitpunkt der Drucklegung dieses Dokumentes noch nicht erhältlich, werden aber in der Online-Version enthalten sein.

Das Forschungsinstitut „Academic Data“⁶⁶ aus Essen hat **bei 2600 bundesdeutschen Haushalten** 1997 eine repräsentative Telefonumfrage durchgeführt, d.h. die in der Stichprobe enthaltene Subgruppe der Internet-Nutzer gesondert analysiert. Es ergab sich ein sehr hoher Frauen-Anteil von **32%** Internet-Nutzerinnen.⁶⁷ Der Kontrast dieser Zahl zu Vergleichswerten der genannten großen deutschen „WWW“-Untersuchungen verdeutlicht die Notwendigkeit einer intensiveren methodologischen Grundlagenforschung internetbasierter Umfrageverfahren.

3. Rücklaufquote

Die Bestimmung der Rücklaufquote bestimmt sich üblicherweise aus dem Prozentsatz der Antwortenden. Dem liegt die Annahme zugrunde, daß alle Befragten ihr Anschreiben auch wirklich bekommen haben. Davon kann bei Internet-Umfragen nicht ausgegangen werden. Veraltete E-Mail-Adressen, nicht oder erst nach Monaten geleerte „elektronische Briefkästen“, zeitweilig oder dauerhaft ausgefallene „Server“ u.v.m. können die Ursache dafür sein, daß ein Befragter nicht die Chance hatte, das „E-Mail“-Anschreiben zu lesen. Bei „WWW“- oder „Newsgroups“-Umfragen ohne „E-Mail“-Anschreiben erübrigt sich der Begriff der „Rücklaufquote“ von vornherein, weil die Nutzer sich vorwiegend selbst selektieren und kaum Kontrolle darüber herrscht, welche Nutzer die Untersuchungsankündigung gelesen haben und welche nicht. Für die vorliegende Untersuchung läßt sich die Rücklaufquote auf zweierlei Weisen bestimmen. Zum einen kann man die Auswahlgesamtheit zugrundelegen, d.h. den Prozentsatz der Antwortenden auf diejenigen beziehen, deren „Homepage“ sich zum Untersuchungszeitpunkt in den beschriebenen „Homepage“-Verzeichnissen befunden haben. Bei **6259 Homepages** und **1291 bzw. 1267 Untersuchungseinheiten**⁶⁸ betrüge die Rücklaufquote demzufolge **20,63%** bzw. **20,24%**. Da aber nicht alle „Homepages“ erreichbar waren, müßte die Anzahl der nicht erreichbaren „Homepages“ von der Gesamtzahl der Auswahlgesamtheit abgezogen und dann auf dieser Basis die Rücklaufquote bestimmt werden. Dies ist im Rahmen dieser Arbeit aus technischen Gründen leider nicht möglich gewesen, weil aufgrund eines Computerabsturzes während der Befragung eine wichtige Protokolldatei verloren ging, die die Anzahl der nicht erreichten Homepages aufgezeichnet hatte. Schätzungsweise waren **zwischen 15% und 35%** Prozent der verzeichneten „Homepages“ nicht erreichbar, so daß näherungsweise von einer Rücklaufquote zwischen **24% und 31%** ausgegangen werden kann.⁶⁹ Und selbst diese „Rücklaufquote“ ist wahrscheinlich noch etwas zu niedrig angesetzt, weil nicht alle Befragten die Untersuchungsankündigung (rechtzeitig) gelesen haben dürften.

⁶⁶ <http://www.academic-data.de/> (26.02.1998)

⁶⁷ zitiert bei BATINIC (1998c)

⁶⁸ Die Differenz erklärt sich aus den ausgeschlossenen Fällen (siehe Abschnitt D.II.1.)

⁶⁹ Ausgehend von einer Basis von 1267 gültigen Antworten; Prozentwerte sind gerundet.

E. PLAUSIBILITÄTSPRÜFUNG DER THESEN

„Menschen, die das Internet regelmaessig nutzen sind meist offener und koennen zumindest informierter sein. Man kann Hintergrundinformationen erhalten, wenn man sich z.B. mit einem betroffenen unterhaelt. Man tauscht Ansichten aus und der Horizont erweitert sich. Erst kuenzlich habe ich mit einem Suedafrikaner ueber die Reinkarnationstheorie diskutiert. Die Liste meiner Bekannten ist inzwischen auf rund 70 Kontakte angewachsen, rund 80% kenne ich persoenlich, den Rest nur aus dem Grund nicht, weil es die Entfernung bisher verhinderte.“ (ein im Rahmen dieser Untersuchung befragter Nutzer)⁷⁰

Die im Folgenden durchgefuehrte Analyse foerdert moeglicherweise keine fuer die Gesamtheit der (deutschsprachigen) Internet-Nutzer bzw. ‚Homepage‘-Betreiber repraesentativen Ergebnisse zutage. Die Antworten der Befragten weisen aber eine erstaunliche Konsistenz auf, so daB nicht davon ausgegangen werden kann, daB sie manipuliert sind. Die ‚Weiß-nicht‘- bzw. ‚Möchte-nicht-antworten‘-Kategorie wurde nur sehr selten gewaehlt und die entsprechenden Antworten darum aus den Berechnungen zumeist ausgeschlossen. Ausnahmen sind kenntlich gemacht. Die Fragen, auf die sich die Daten beziehen, sind in Klammern gesetzt und kursiv gedruckt. Der dazugehoerige Fragebogen befindet sich in Anhang III. In seltenen Faellen addieren sich Prozentwerte nicht zu hundert Prozent.⁷¹

I. Zusammensetzung der Stichprobe

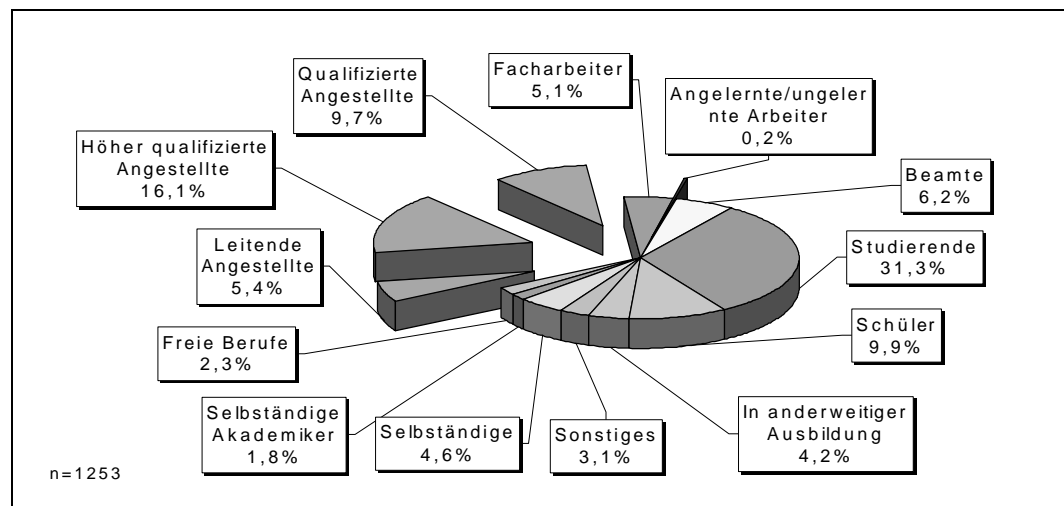
Im Zuge weiterer Forschung ist es wichtig, vermehrt demographische Daten ueber ‚die Internet-Nutzer‘ zu erheben. Einerseits ergibt sich daraus die Moeglichkeit zum Vergleich unterschiedlicher Forschungsarbeiten, um sich auf diese Weise indirekt an das Ideal der Repraesentativitaet anzunaehern (vgl. Darstellung 9). Zum anderen birgt jede derzeit durchgefuehrte Internet-Umfrage die einmalige Chance, Daten ueber die sog. „Early Adoptors“ zu gewinnen, die spaeter mit den Daten neu hinzukommener Nutzer in Zusammenhang gebracht werden koennen. So wird sich die Entwicklung der Nutzerstruktur des Internets von Anbeginn an nachzeichnen lassen. Sich wandelnde Definitionsprozesse koennen derart ebenfalls festgehalten werden.

⁷⁰ Auch dieser Nutzer hat von sich aus geschrieben, d.h., er wurde nicht um eine Stellungnahme gebeten und dadurch womoeglich in seinen Aeußerungen beeinflusst.

⁷¹ Verantwortlich dafuer sind Rundungsfehler des sozialwissenschaftlichen Statistikpaketes SPSS. Die Abweichungen sind aber aeußerst gering.

1. Demographische Daten

Die Befragten sind zu **92,1%** männlich und zu **7,9%** weiblich (*Frage 8*; zur stichprobentheoretischen Einordnung dieser und aller weiteren Werte siehe Abschnitt D.III.2.).⁷² Studierende stellen mit **31,6%** die größte Nutzer-Gruppe dar. Zählt man Schüler und Personen ‚in anderweitiger Ausbildung‘ dazu, dann ergibt sich ein Gesamtwert von **45,4%** für in Ausbildung stehende Personen. Für die Akzeptanz und das Vertrauen gegenüber akademischen ‚WWW‘-Befragungen spricht, daß nur **0,6%** der Befragten auf die Frage nach dem zuletzt ausgeübten Beruf (*Frage 12*) keine Antwort geben wollten. Darstellung 10 gibt einen Überblick über alle Berufsgruppen.

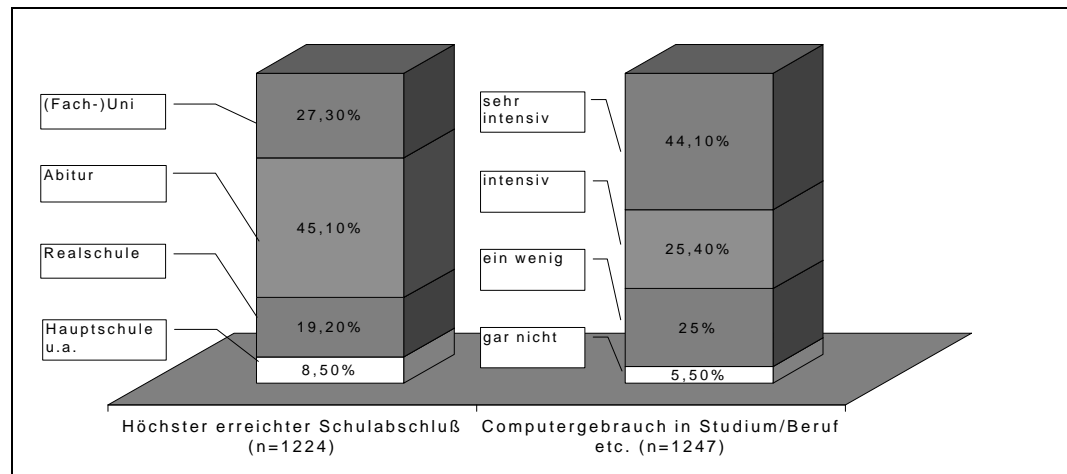


Darstellung 10: Nutzer nach Berufsgruppen

Das Internet ist bereits zum jetzigen Zeitpunkt nicht mehr nur angehenden Akademikern vorbehalten. Der Anteil der Angestellten beträgt **31,2%** und ist damit bereits etwa so hoch wie der der Studenten. Da ‚Homepage‘-Betreiber befragt wurden, die einiges an Zeit aufwenden mußten, um die eigene ‚Homepage‘ zu entwickeln, dürfte der Anteil der Angestellten an der Gesamtheit der Internet-Nutzer noch höher liegen. **72,4%** der Befragten verfügen über das Abitur oder einen Universitätsabschluß (Darstellung 11; *Frage 14*). Es läßt sich darum zweifelsohne von einer akademischen Bildungselite sprechen.

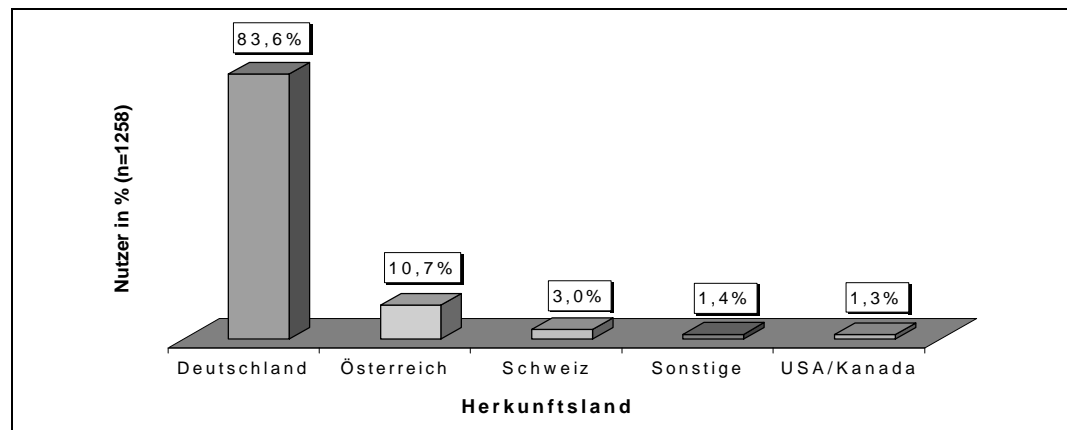
25% aller Befragten sind in ihrem Beruf nur „ein wenig“ mit dem Computer befaßt, nur **5,5%** „gar nicht“ (Darstellung 11; *Frage 13*). Der Computer hat also für die Befragten eine enorme berufliche Bedeutung (vgl. Abschnitt A.II.).

⁷² n=1264



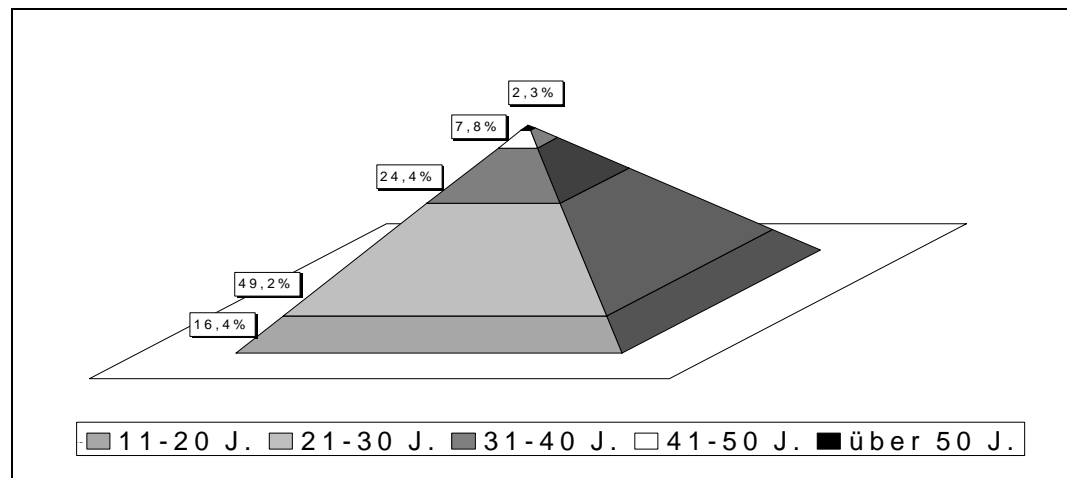
Darstellung 11: Höchster Schulabschluß und Intensität der Computernutzung im Studium/am Arbeitsplatz

Gemäß Untersuchungsabsicht hatten die meisten, nämlich **83,6%** der befragten Nutzer, ihren Wohnsitz zum Untersuchungszeitpunkt in Deutschland und ein relativ großer Teil in Österreich (Darstellung 12; *Frage 10*). Dies zeigt, daß die entsprechenden ‚Homepage‘-Verzeichnisse recht genau sind und sich in Zukunft für weitere akademische Untersuchungen eignen könnten, sofern ethische Bedenken nicht dagegen stehen (vgl. Abschnitt D.I.).



Darstellung 12: Herkunftsländer der befragten Nutzer

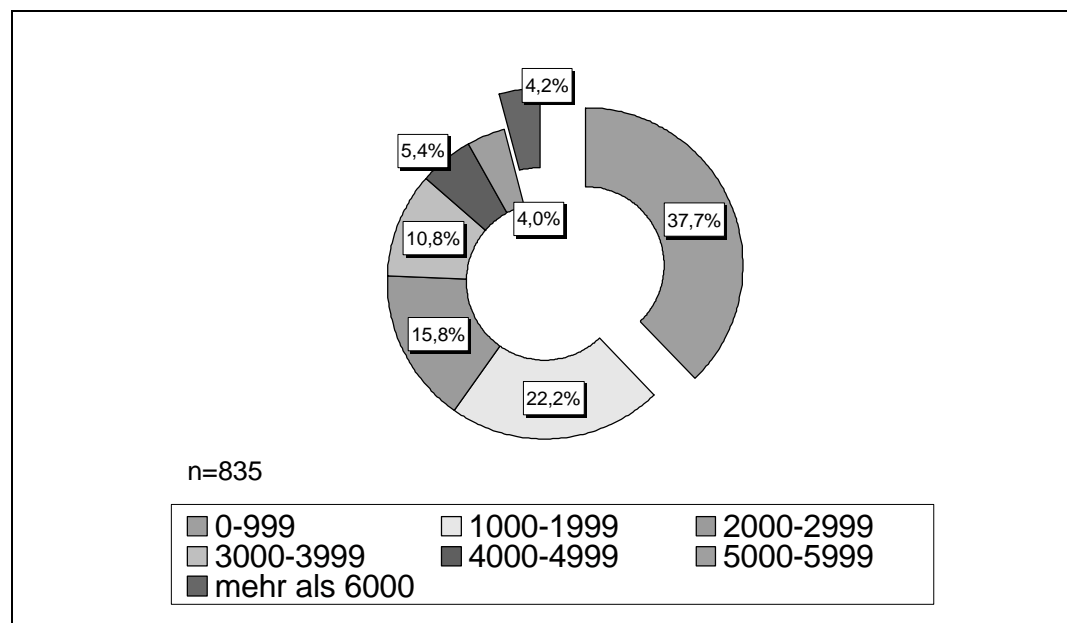
Die Alterstruktur der Stichprobe ist insofern bemerkenswert, als **90%** der Befragten unter 40 Jahre alt sind (Darstellung 13). Dies ist ein weiterer Hinweis darauf, daß das Internet in einem starken Zusammenhang steht mit beruflichen Absichten bzw. Hoffnungen (vgl. Abschnitt A.II.).



Darstellung 13: Alterstruktur der Nutzer

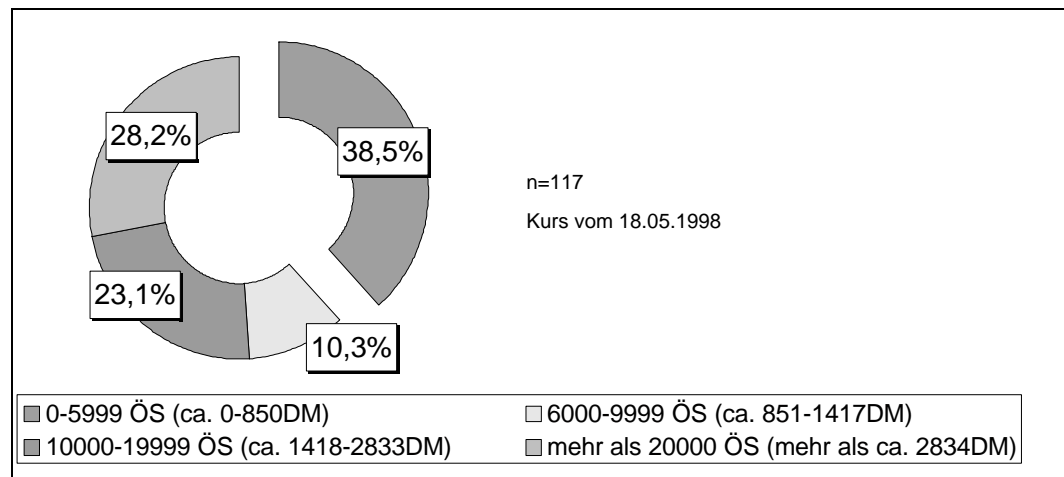
Der Anteil der beruflich ambitioniertesten Gruppe, der 21 bis 30 Jahre alten ‚Homepage‘-Betreiber, ist mit **49,2%** am höchsten.

Der hohe Anteil junger, in Ausbildung stehender Nutzer schlägt sich natürlich auch in der Einkommensverteilung nieder. Darstellung 14 (*Frage 11*) zeigt die Einkommensverteilung für ‚Homepage‘-Betreiber, die ihren Wohnsitz zum Zeitpunkt der Untersuchung in Deutschland hatten. **37,7%** gaben an, zwischen 0DM und 999DM im Monat zur Verfügung zu haben. Von diesen **37,7%** sind **89,8%** Schüler, Studierende oder ‚in anderweitiger Ausbildung‘ stehende Personen.



Darstellung 14: Einkommensverteilung – deutsche Homepage-Betreiber

Aufgrund unterschiedlicher Währungen war es erforderlich, für die zweitgrößte befragte Nutzergruppe, ‚Homepage‘-Betreiber mit Wohnsitz in Österreich, ein eigenes Diagramm zu erstellen (Darstellung 15; *Frage 11*).



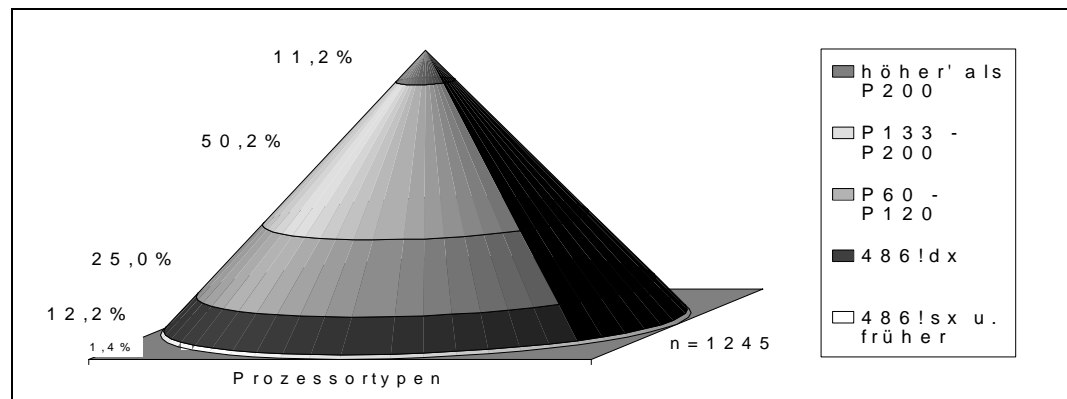
Darstellung 15: Einkommensverteilung - Homepage-Betreiber aus Österreich

In DM umgerechnet, sind die Einkommen österreichischer ‚Homepage‘-Betreiber mit denen deutscher ‚Homepage‘-Betreiber durchaus vergleichbar. **71,9%** verdienen unter ca. 2833DM monatlich, während in der Gruppe der deutschen ‚Homepage‘-Betreiber **75,7%** angaben, monatlich unter 3000DM zur Verfügung zu haben.

Alle Befragten zusammengefasst, wollten **18,7%** zur Frage nach dem monatlichen Einkommen keine Angabe machen. Dies ist der höchste Wert für die Antwortalternative ‚möchte nicht antworten‘; kein Wert jedoch, der die Aussagekraft der vorliegenden Analyse in Zweifel ziehen kann, wenn man bedenkt, daß bei Fragen zu anderen persönlichen Angaben wie Alter, Beruf und Bildungsgrad die Antwortverweigerungsquoten deutlich unter zwei Prozent liegen. Auch die Raten aller übrigen Fragen sprechen in diesem Zusammenhang gegen die Befürchtung, ‚WWW‘-Umfragen könnten an der Skepsis der Befragten gegenüber der Sicherheit ihrer Daten scheitern.

2. Charakteristik der „Early Adopters“

Die befragten ‚Homepage‘-Betreiber sind zum größten Teil informationstechnologisch versierte Personen, die Computer und Internet ausgiebig nutzen und positiv besetzen. Diese Technologien werden aber nicht nur sachorientiert genutzt, sondern auch als Unterhaltungs- oder soziales Medium. Darstellung 16 zeigt die technische Ausrüstung der Befragten (*Frage 5*):

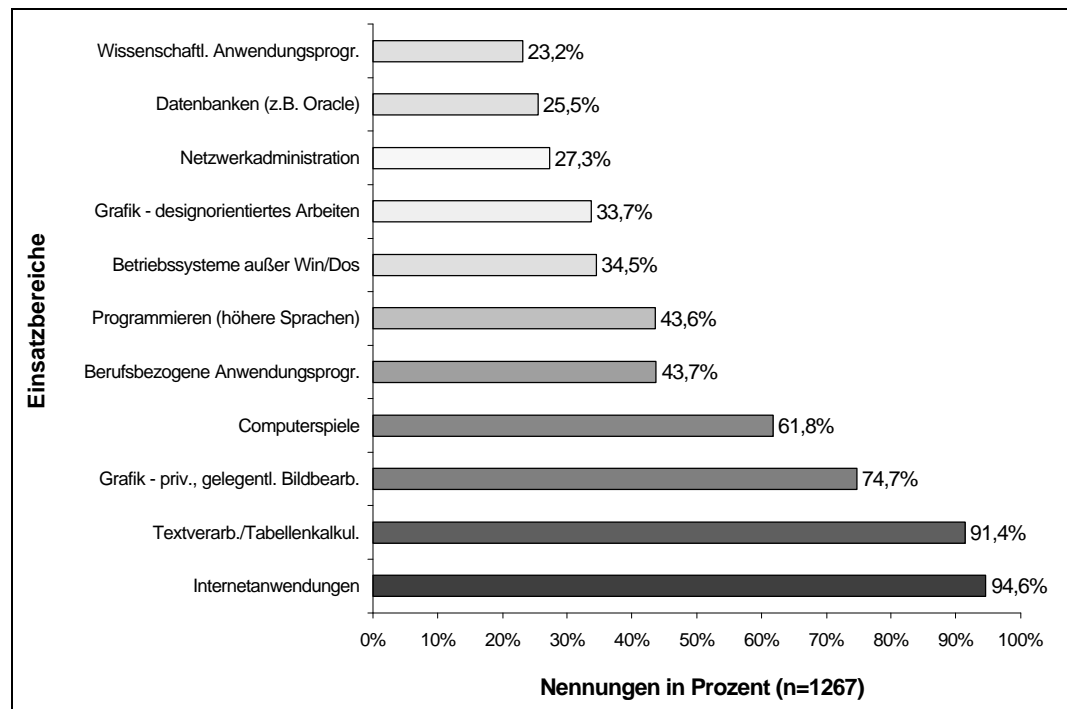


Darstellung 16: Prozessorarten

86,4% besitzen einen PC, in den ein Chip der ➔ „Pentium-Klasse“ eingebaut ist. Angesichts kontinuierlich weiterentwickelter Chip-Generationen gewinnt dieser Wert techniksoziologische Bedeutung, weil er anzeigt, daß die befragten Nutzer mit der technischen Entwicklung ‚Schritt halten‘ wollen bzw., aus beruflichen Gründen, müssen (vgl. Abschnitt A.II.). Die zum Zeitpunkt der Befragung aktuellen Prozessorarten ab ‚Pentium133‘ aufwärts sind mit **61,4%** vermutlich häufiger vertreten als unter ‚durchschnittlichen‘ Computernutzern, die das Internet nicht nutzen; aber das ist natürlich nur eine Vermutung.

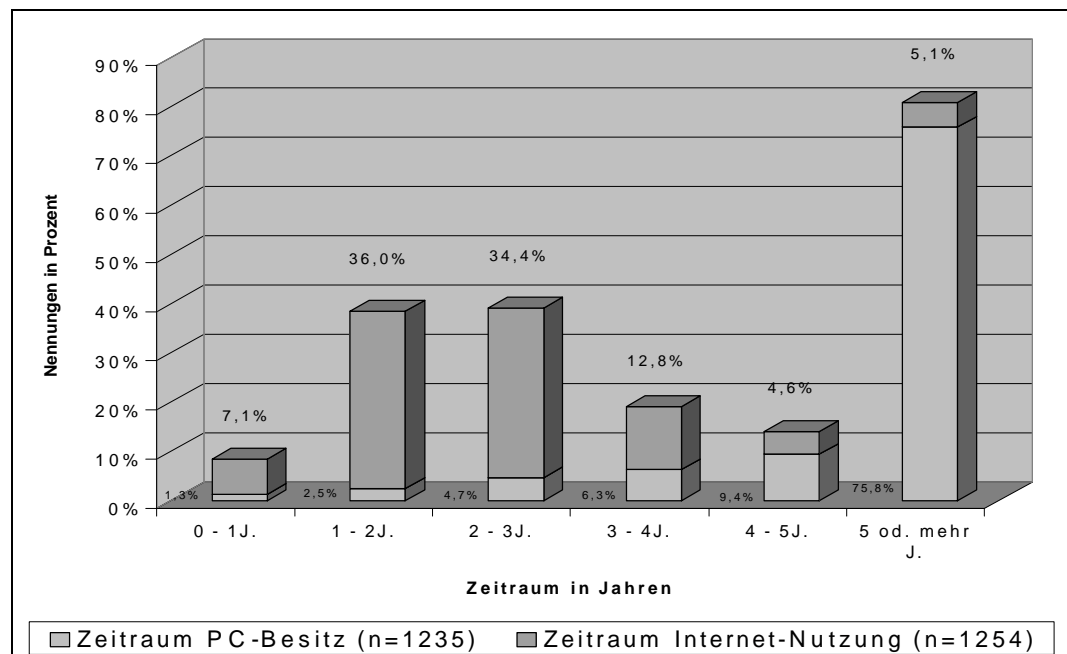
Darstellung 17 (*Frage 4*) zeigt Bereiche, in denen die Nutzer den PC einsetzen.⁷³ ‚Anspruchsvolle‘ Einsatzbereiche wie z.B. ‚Netzwerkadministration‘ mit **27,3%** werden zu einem Prozentsatz genannt, der ebenfalls über dem des typischen Computernutzers liegen dürfte. ‚Normale‘ Einsatzbereiche wie ‚Computerspiele‘ (**61,8%**), ‚gelegentliche Bildbearbeitung‘ (**74,7%**) und ‚Textverarbeitung/Tabellenkalkulation‘ (**91,4%**) sind jedoch bei weitem die häufigsten Nennungen. Internet-Nutzung ist also nicht mehr unbedingt ausschließlich Sache von Experten, wobei diese eine beachtliche Gruppe darstellen (siehe Abschnitt E.I.2.).

⁷³ Mehrfachantworten möglich.



Darstellung 17: Einsatzbereiche des Computers

Darstellung 18 kombiniert die Dauer des PC-Besitzes (*Frage 2*) in Jahren mit der Anzahl der Jahre, die das Internet bis zum jetzigen Zeitpunkt genutzt wird (*Frage 18*).⁷⁴

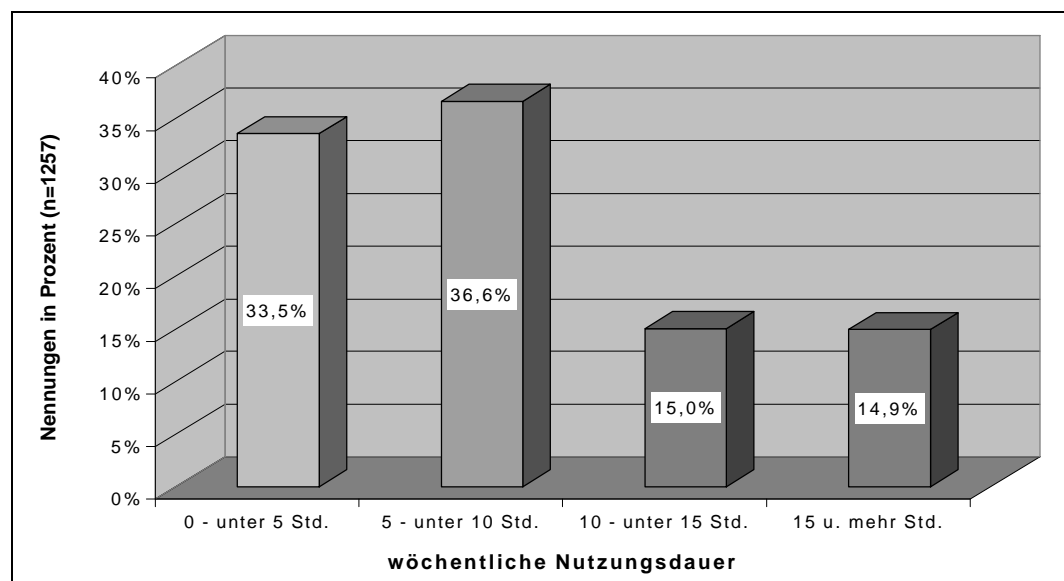


Darstellung 18: Zeitraum von PC-Besitz und Internet-Nutzung

⁷⁴ Aus Platzmangel sind die Antwortalternativen hier nicht ausschließend formuliert; vgl. die zugrundeliegenden Fragen

Die große Mehrheit der Nutzer, nämlich **75,8%**, besitzt seit ‚fünf oder mehr Jahren‘ einen Computer. Anders verhält es sich mit der Nutzdauer des Internets. **70,4%** nutzten es zum Untersuchungszeitpunkt seit ein bis drei Jahren. Das ist ein Zeitraum, der ausreicht, die Nutzer als ‚erfahren‘ zu bezeichnen. Schließlich wurden erst im Januar 1991 die ersten ‚Web-Server‘ in Betrieb genommen, und im Juni 1994 gab es weltweit nicht mehr als 1500 ‚Web‘-Server (ALEXANDER et al. 1997, S. 40f.). Nur **7,1%** der Befragten nutzen das Internet erst seit einem Jahr oder kürzer.

Etwa ein Drittel der Befragten hält sich bis zu fünf Stunden pro Woche im Internet auf, **14,9%** sogar ‚15 und mehr Stunden‘ (Darstellung 19; Frage 17).

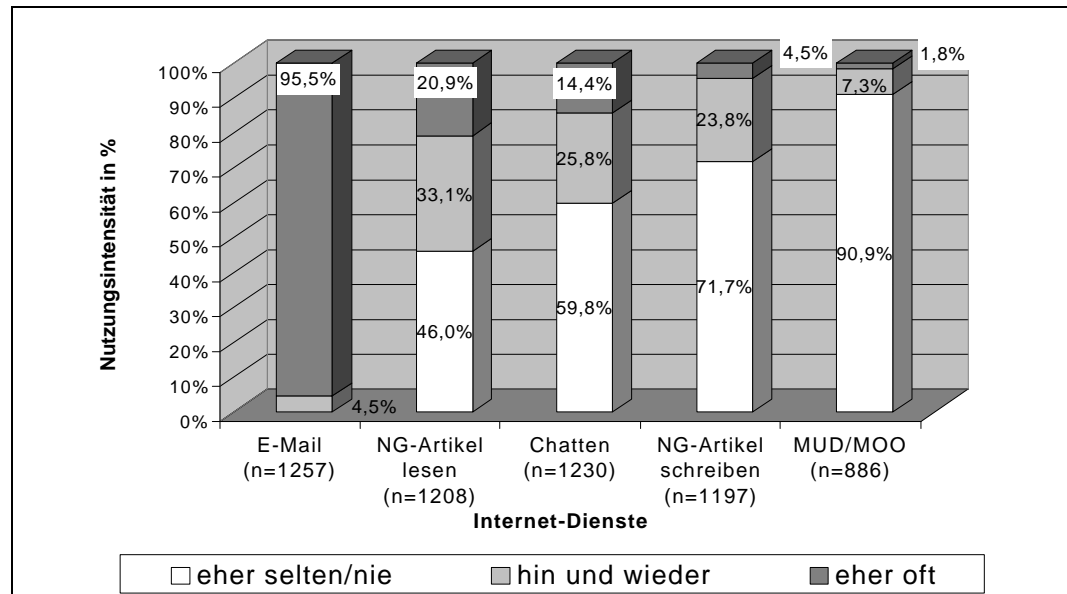


Darstellung 19: Wöchentliche Internet-Nutzung in Stunden

Darstellung 20 gibt einen Überblick über die Nutzung einzelner Internet-Dienste durch die befragten Nutzer (Frage 29). Von der Analyse ausgeschlossen wurden die Befragten, die diese Dienste jeweils nicht kannten. Es fällt ins Auge, wie selten ‚MUDs‘ genutzt werden. Nur **72,3%** kannten diesen Dienst bzw. wußten, wie man ihn nutzen kann. Von den **72,3%** halten sich **7,3%** ‚hin und wieder‘ und gar nur **1,8%** ‚eher oft‘ in dieser virtuellen Umgebung auf. Zum Vergleich: Bei allen übrigen Diensten blieben die Nennungen der Kategorie ‚kenne/kann ich nicht‘ **unterhalb von 3,5%**. Das Phänomen ‚postmoderner‘, ‚fragmentierter‘ Identität im ‚MUD‘ ist also nicht pauschal auszudehnen auf die gesamte Internet-Kommunikation, wie viele Autoren es tun (vgl. Abschnitt B.II.3.).

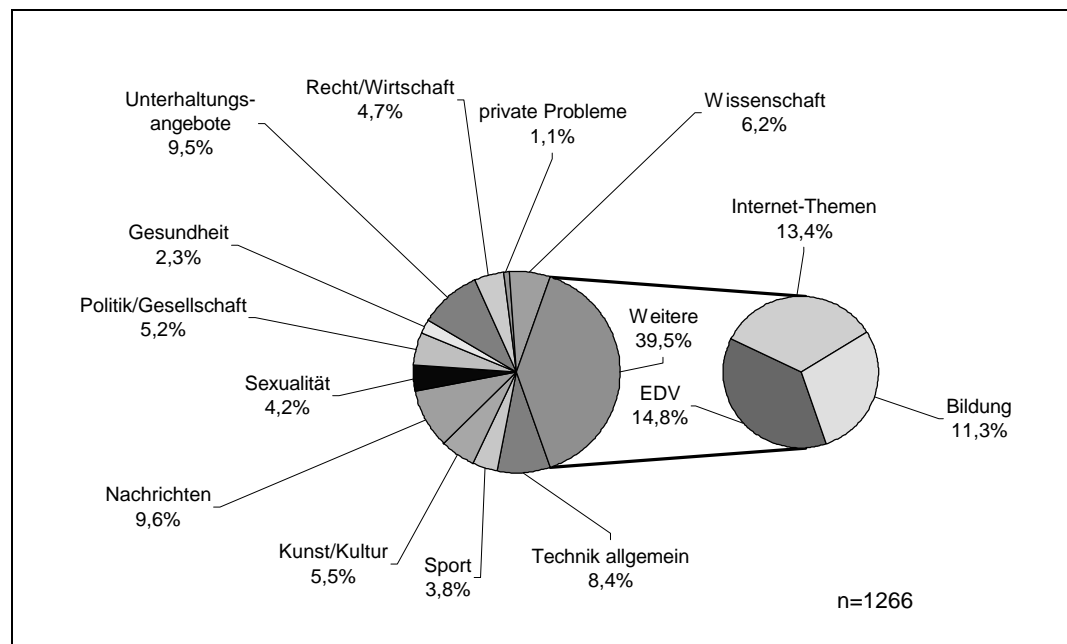
Auffällig an der Darstellung ist ferner, daß ‚Newsgroups‘-Artikel wesentlich häufiger gelesen als geschrieben werden (vgl. Abschnitt B.II.2.). Dabei bleibt zunächst unklar, ob die Nutzer das ‚Usenet‘ vorwiegend auf der Suche nach ‚Sachinformationen‘ nutzen, oder ob sich daraus auch soziale Kontakte ergeben (siehe Abschnitte E.IV.1.a] und E.IV.1.b]).

Der ‚Chat‘-Dienst, von vornherein auf das Herstellen sozialer Kontakte angelegt, wird von **40,2%** der Nutzer ‚hin und wieder‘ oder ‚eher oft‘ genutzt. Dies ist ein erster Hinweis auf die soziale Nutzung des Internets.



Darstellung 20: Nutzungsintensität Internet-Dienste

Zumindest ein Wert aus Darstellung 21 bestätigt diesen ersten Hinweis (*Frage 26*). Immerhin **4,2%** aller Mehrfachnennungen beziehen sich auf Informationen zur Sexualität. In absoluten Zahlen sind dies **295 von 1266** Befragten oder **23,3%**. Diese Zahl ist vor dem Hintergrund des Problems der ‚Sozialen Erwünschtheit‘ sicher noch zu niedrig angesetzt.



Darstellung 21: Themen, über die sich die Internet-Nutzer im Internet hauptsächlich informieren

Die Themen, über die sich die Nutzer im Internet hauptsächlich informieren, sind ‚Bildung‘, ‚EDV‘ und ‚Themen, die das Internet selbst betreffen‘. Zusammen machen diese drei Bereiche **39,5%** aller Nennungen aus. Legt man die absoluten Nennungen zugrunde, dann vereinigt jeder dieser Bereiche für sich genommen **über 60%** der Nennungen auf sich. Dies ist ein weiteres Indiz dafür, daß das Internet bestimmte Funktionen für die berufliche Integration der Befragten erfüllen könnte (siehe Abschnitt A.II.).

In Darstellung 22 (*Frage 27*) sind die (auf jeweils absoluten Zahlen beruhenden) Antworten auf die Frage zusammengefaßt, ob es schon einmal vorgekommen sei, daß sich die Nutzer entschlossen hätten, eine Internet-Verbindung herzustellen bzw. aufrechtzuerhalten, anstatt bestimmten anderen Tätigkeiten nachzugehen. Diese Frage setzt auf seiten der Befragten einen hohen Bewußtseinsgrad voraus, ist aber durchaus typisch für den „Uses and Gratifications Approach“ (Abschnitt C.II.1.). Da dieser Ansatz unbewußte Motive der Medienwahl nicht ausschließt (siehe ebd.), sind die Aussagen m.A. nach auch als normative Soll-Vorstellungen zu interpretieren.

Eine Internet-Verbindung hergestellt bzw. aufrechterhalten anstatt ...		
• fernzusehen.		72,5%
• sich zu langweilen.		62,6%
• einen Brief auf Papier zu schreiben.		48,0%
• Computerspiele zu spielen.		45,8%
• etwas für Schule/Ausbildung/Studium/Beruf zu tun.		42,6%
• außer Haus tätig zu sein (z.B. Homebanking [...]).		42,3%
• ein Buch zu lesen.		34,7%
• Zeitschriften/Zeitungen/Magazine zu lesen.		28,8%
• Radio/Musik zu hören.		20,8%
• sonstigen Freizeitbeschäftigungen nachzugehen.		16,6%
• mit Freunden/Verwandten/Bekannten zu telefonieren.		15,4%
• Sport zu treiben.		12,2%
• auszugehen (Kino, Diskothek, Restaurant, Theater usw.).		11,5%
• sich mit Freunden/Verwandten/Bekannten zu treffen.		6,8%

Darstellung 22: Herstellung bzw. Aufrechterhaltung einer Internet-Verbindung als Alternative zu anderen Tätigkeiten⁷⁵

Es ist nach Auskunft der Befragten selten, daß Kommunikation über das Internet soziale Kontakte im ‚richtigen Leben‘ ersetzt. Alle entsprechenden Aussagen sind zu nicht mehr als **15,4%** bewertet worden und belegen damit die letzten Plätze in der Rangfolge. Der Wert **15,4%** bezieht sich dabei auf das Telefonieren, das ja auch eine Form technisch vermittelter Kommunikation darstellt. Die beiden ersten Plätze werden von Alternativen belegt, die anscheinend nicht mehr im Trend einer individualisierten ‚Erlebnisgesellschaft‘ im Sinne SCHULZES (1995) liegen: passives Fernsehen sowie Langeweile.

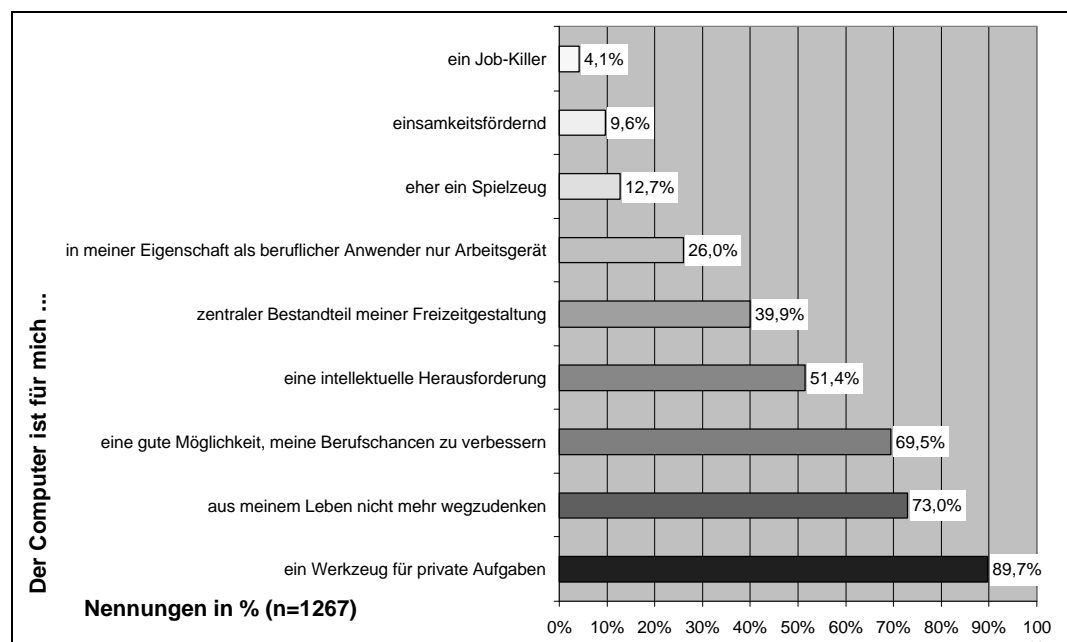
⁷⁵ n=1266

Damit wird einer These des Uses and Gratifications Approach widersprochen, wonach das Überwechseln von einem älteren zu einem neuen Medium bedeutet, daß die Funktionen des alten Mediums nun vom neuen Medium erfüllt werden.

Zu diskutieren wäre, ob die **11,5%** der Befragten, die angeben, schon einmal im Internet gewesen zu sein, anstatt ‚auszugehen (Kino, Diskothek, Restaurant, Theater usw.)‘, eine Minderheit darstellen, oder ob sich darin ein zunehmender Trend abzeichnet, ‚richtige Kontakte‘ durch virtuelle Kommunikation zu ersetzen, die zwar zu ‚richtigen Kontakten‘ führen kann, aber auf eine höchst individualistische Weise.

II. Definitionsübernahme: ‚informationstechnologische Normen‘

Daß das Internet schon heute massiv als soziales Medium definiert, d.h. genutzt wird, ist eine Vermutung, die die Literaturschau aus den Abschnitten B.II.1. bis B.II.5. nahegelegt hat. Einen weiteren Anhaltspunkt bietet die äußerst positive Besetzung der Informationstechnologie Computer, die in Darstellung 23 (*Frage 1*) zum Ausdruck kommt.



Darstellung 23: Persönliche Bedeutung des Computers für die Nutzer

Die negativen Konnotationen liegen eindeutig ‚auf den hinteren Plätzen‘. Für die wenigsten ist der Computer ‚ein Job-Killer‘, ‚einsamkeitsfördernd‘ oder ‚eher ein Spielzeug‘, für nur **26%**, dem viertniedrigsten Wert, ‚nur Arbeitsgerät‘.

Die positiven Konnotationen dominieren eindeutig. Für **69,5%** bedeutet der Computer ‚eine gute Möglichkeit‘, ‚Berufschancen zu verbessern‘, und gar **73%** geben an: Der Computer ist ‚aus meinem Leben nicht mehr wegzudenken‘.

Das legt die Vermutung nahe, daß die Nutzer auch dem Internet aus einer technikdeterministischen Haltung heraus soziale Funktionen zutrauen, es mit gesellschaftlichen Utopien aufladen.

1. Die vier informationstechnologischen Normen

In Abschnitt A.III.1.e]aa] sind vier ‚informationstechnologische Normen‘ identifiziert worden: Informationen als Daten, als Machtfaktor, als Motor gesellschaftlicher Entwicklung (‚Freiheit‘, ‚Gleichheit‘, ‚Brüderlichkeit‘) sowie als Mittel zur Persönlichkeitsentfaltung. Sie zu erfüllen, bedeutet, dem gesellschaftlichen Ideal der ‚Informationsgesellschaft‘ nahezukommen. Zwei Dinge sind zu vermuten:

These 1: Es lassen sich vier normative informationstechnologische Einstellungskomplexe im Nutzungsverhalten der User feststellen.

These 2: Diejenigen, die sich im Hinblick auf ihre Fähigkeit, mit Informationen aus dem Internet umzugehen, d.h. diese zu verarbeiten, zu vermitteln, zu verbreiten und sinnvoll zu nutzen (Frage 21), als ‚sehr fähig‘ einschätzen, vertreten diese Normen stärker als diejenigen, die sich lediglich als ‚fähig‘ oder gar ‚weniger fähig‘ einschätzen.

Die Frageformulierung in These 2 lehnt sich dabei an die Definition der ‚Informationsgesellschaft‘ durch die Bundesregierung an, die die „Informationsgesellschaft“ normativ definiert als „eine Wirtschafts- und Gesellschaftsform, in der die Gewinnung, Speicherung, Verarbeitung, Vermittlung und Verbreitung und Nutzung von Informationen und Wissen einschließlich wachsender technischer Möglichkeiten der interaktiven Kommunikation eine entscheidende Rolle spielen“ (BDWi 1995, S. 9).

Dazu ist vorauszuschicken, daß diejenigen, die sich für ‚weniger fähig‘, ‚fähig‘ oder ‚sehr fähig‘ halten, dieser Selbstzuschreibung auch wirklich entsprechen. Die ‚sehr Fähigen‘ besitzen zu **78,2%** seit über fünf Jahren einen Computer; bei den ‚Fähigen‘ sind es immerhin noch **74,8%**, wohingegen die ‚weniger Fähigen‘ lediglich zu **56,3%** seit fünf oder mehr Jahren einen Computer ihr eigen nennen (Frage 2).⁷⁶

Diejenigen, die sich als ‚sehr fähig‘ einschätzen, verwenden den Computer häufiger für anspruchsvolle Zwecke als diejenigen, die sich selbst als ‚fähig‘ oder ‚weniger fähig‘ bezeichnen (Frage 4)⁷⁷: Sie programmieren häufiger (**46,9% : 42,3% : 31,3%**), betreiben häufiger Netzwerkadministration (**33,9% : 25,2% : 15,6%**) und beschäftigen sich öfter mit Betriebssystemen außer DOS oder WINDOWS (**44,5% : 30,4% : 18,8%**).

⁷⁶ n (gesamt)=1222

⁷⁷ n (gesamt)=1243

Technisch sind die ‚sehr Fähigen‘ am besten ausgerüstet (*Frage 5*): **89,6%** befinden sich im Besitz eines Computers mit einem Chip der ‚Pentium-Klasse‘, das sind **3,9%** mehr als bei den ‚Fähigen‘ und **16,3%** mehr als bei den ‚weniger Fähigen‘.⁷⁸

54,7% der ‚sehr Fähigen‘ befassen sich in ihrem Beruf oder ihrer Ausbildung ‚sehr intensiv‘ mit dem Computer, - damit liegen sie **14,8%** vor den ‚Fähigen‘ und sogar **35,3%** vor den ‚weniger Fähigen‘.⁷⁹

Was für den Computer gilt, das gilt auch für die Beschäftigung mit dem Internet. Diejenigen, die angaben, ‚sehr fähig‘ zu sein, nutzen es zu **15%** seit ‚mehr als vier Jahren‘ (*Frage 18*). Bei den ‚Fähigen‘ sind es **7,7%** und bei den ‚weniger Fähigen‘ **3,2%**, die die gleiche Nutzungsdauer angaben.⁸⁰

Pro Woche verbringen die ‚sehr Fähigen‘ zu **25,2%** ‚15 und mehr Stunden‘ im Internet, die ‚Fähigen‘ demgegenüber nur zu **10,3%**, die ‚weniger Fähigen‘ zu **6,3%** (*Frage 17*).⁸¹

Diejenigen, die sich als ‚sehr fähig‘ einschätzen, informieren sich im Internet außerdem häufiger über technikbezogene Themen als solche, die sich selbst als ‚fähig‘ oder ‚weniger fähig‘ bezeichnen (*Frage 26*)⁸²: Sie informieren sich häufiger über ‚Technik allgemein‘ (**49,7% : 45,3% : 37,5%**) bzw. ‚EDV‘ (**85,9% : 80,8% : 59,4%**).

Die ‚sehr Fähigen‘ und in nicht viel geringerem Ausmaß die ‚Fähigen‘ entsprechen aber nicht nur in ihrem Handeln den ‚informationstechnologischen Normen‘, sondern auch in ihren Einstellungen, wie im Folgenden (Abschnitte E.II.1.a] bis E.II.2.b]) zu zeigen sein wird. Möglicherweise realisiert sich hier tatsächlich der momentan oft propagierte Typus des ‚information workers‘.

a) Erste ‚informationstechnologische Norm‘

Mit Bezug auf eine Welle des ‚W3B‘-Marktforschungsinstitutes heißt es bei XXX⁸³:

„Aus diesen Umfrageergebnissen läßt sich schließen, daß ein großer Teil der WWW-Nutzer gar nicht so genau weiß, wofür man das Internet verwenden kann. Immerhin gaben 70% an, sie surfen aus Neugier und 64% zur Unterhaltung.“

Der Begriff des ‚Surfens‘ ist in den massenmedialen Berichten über das Internet und im Internet selbst sehr verbreitet und bezeichnet das erlebnismäßige Betrachten unterschiedlichster Informationen im Internet, ohne ein bestimmtes Ziel zu haben, d.h. ohne an bestimmte Informationen gelangen zu wollen.

⁷⁸ n (gesamt)=1214

⁷⁹ n (gesamt)=1225

⁸⁰ n (gesamt)=1232

⁸¹ n (gesamt)=1235

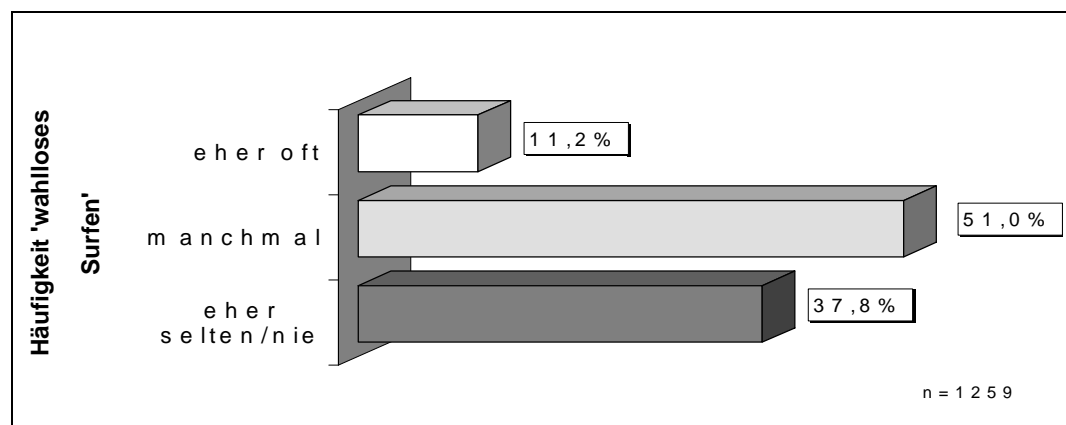
⁸² n (gesamt)=1243

⁸³ Eine unerfreuliche Eigenschaft von Internet-Veröffentlichungen: Die Autoren können oft nicht genau ermittelt werden. Die Informationen befanden sich am 27.05.1998 unter <http://www.bauwesen.tu-cottbus.de/~kratzsbo/verwendung.html>

Da der Begriff positiv besetzt ist und es in den Massenmedien als ‚cool‘ und zeitgemäß hingestellt wird zu ‚surfen‘, wurde dieser Vorgang in *Frage 20* bewußt neutral, ja sogar mit leicht kritischem Unterton abgefragt, um keine allzu positiven Stereotype zu provozieren, sondern eine gewisse Streuung der Antworten zu erreichen:

‚Kommt es eher oft vor, daß Sie nicht gezielt nach Informationen suchen, sondern sich ‚einfach so‘ wahllos Seiten im Internet anschauen, oder kommt dies eher selten vor?‘

Eine Zustimmung würde bedeuten, daß sich der Nutzer selbst als ziellos darstellt. Dennoch wählen nur **37,8%** die Antwortalternative ‚eher selten/nie‘, wie aus Darstellung 24 hervorgeht. Die Einhaltung der ‚ersten informationstechnologischen Norm‘ scheint bestätigt, wonach ‚Informationen‘ als ‚Daten‘ interpretiert werden und ein Maximum an ‚Information‘ als Wert gilt, unabhängig vom ‚Sinn‘ dieser Informationen. Dies hat auch das Zitat zu Beginn des Abschnittes deutlich gemacht.



Darstellung 24: Anteil ‚wahllosen Surfens‘ an der Internet-Nutzung

Die ‚sehr Fähigen‘ (*Frage 21*) haben diese ‚informationstechnologische Norm‘ besonders gut verinnerlicht: Von den weniger Fähigen geben **25%** oder 8 Personen an, ‚eher selten/nie‘ wahllos zu surfen. Von den ‚Fähigen‘ sind es **35,2%** oder 290 Personen, und von den ‚sehr Fähigen‘ **43,9%** oder 168 Personen.

aa) „Free Flow of Information“

Ein Stichwort im Internet, das die Interpretation von ‚Informationen‘ als ‚Daten‘ besonders gut widerspiegelt, ist der sog. „Free Flow of Information“, der freie Informationsfluß, der im Zusammenhang mit der Zensur-Debatte oft gefordert wird. Intensivster Ausdruck ist die geschilderte „blue ribbon campaign“, die im Sinne des „Free Speech“ die Abwesenheit staatlicher Kontrollen fordert, wenn es darum geht, Informationen im Internet zu veröffentlichen (siehe Abschnitt B.II.5.).

M.a.W.: Informationen werden nicht länger mit einem moralischen Anspruch verbunden. Von den befragten Nutzern kennen **69,3%** die „blue ribbon campaign“, **30,7%** kennen sie nicht (*Frage 28*).⁸⁴ Dies muß natürlich nicht bedeuten, daß die diejenigen, die sie kennen, die dahinterstehenden Einstellungen übernommen haben.

Die in Darstellung 25 zusammengefaßten Fragen versuchen, Einstellungen zum „Free Flow of Information“ schrittweise abzufragen. Das ‚gedankenlose Veröffentlichen‘ (1) ist das umfassendste Item, denn es schließt in letzter Konsequenz auch die Akzeptanz der Veröffentlichung von Kinderpornografie o.ä. mit ein. Daß Kontrollen ‚wenig Sinn‘ (2) hätten, ist eine Aussage, die in eine ähnliche Richtung tendiert, aber trotzdem schwächer formuliert ist. Die verbleibenden zwei Aussagen sind moderat formuliert. Die Forderung, ein ‚gewisses Maß‘ (4) an Anonymität zu erhalten, beinhaltet zwar noch den Wunsch, ‚Informationen‘ nicht zu werten, aber nur unter bestimmten Umständen nicht. Die Darstellung zeigt, daß selbst die am schärfsten formulierte Aussage zum ‚freien Informationsfluß‘ ‚nur‘ von **40,6%** der Befragten abgelehnt wird. Allen übrigen Aussagen wird sogar überwiegend zugestimmt.

Im Internet...			
(1) sollte jedermann gedankenlos Dinge veröffentlichen können			
40,6%	30,6%	28,8%	(n=1236)
(2) hätten Kontrollen bezüglich der Inhalte [wenig] Sinn⁸⁵			
25,3%	32,8%	41,9%	(n=1242)
(3) darf sich über unbeabsichtigte Weiterverwendung und Manipulation nicht beklagen, wer Bilder und andere persönliche Informationen von sich veröffentlicht			
19,8%	24,5%	55,6%	(n=1235)
(4) sollte ein gewisses Maß an Anonymität immer erhalten bleiben, da das Internet das einzige Medium ist, in dem auch der Privatmann Tabuthemen öffentlich diskutieren kann			
8,1%	34%	57,9%	(n=1227)
lehne eher ab	teils, teils	stimme eher zu	

Darstellung 25: Aussagen zum ‚Free Flow of Information‘

Besondere Beachtung verdienen die Antworten auf die zweite Aussage, die nur zu **25,3%** abgelehnt wird. Sie geht bezüglich ihres Anspruches an den ‚freien Informationsfluß‘ sehr weit, ohne die ‚totale Anarchie im Netz‘ zu proklamieren.

Von den ‚weniger Fähigen‘ lehnen **31,3% oder 10 Personen** die Aussage, daß Kontrollen bezüglich der Inhalte im Internet durchaus ihren Sinn hätten, ab (Aussage 2).

Von den ‚Fähigen‘ sind es **38,7% oder 315 Personen** und von den ‚sehr Fähigen‘ **49,7% oder 188 Personen**.⁸⁶

⁸⁴ n=1230

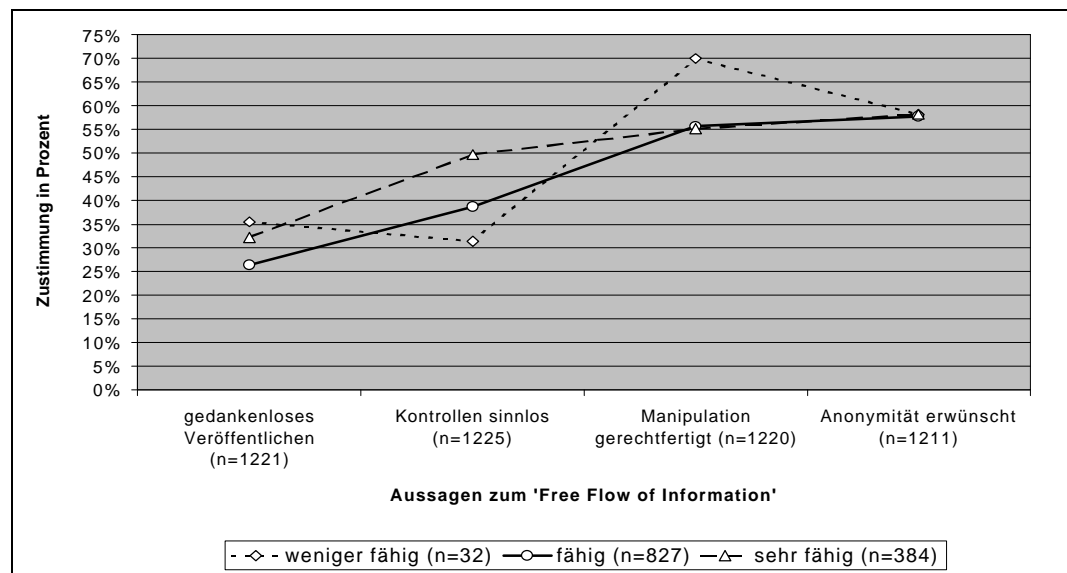
⁸⁵ Aussage ist zur besseren Veranschaulichung ‚gedreht‘. Die ursprüngliche Aussage lautet: „...hätten Kontrollen bezüglich der Inhalte durchaus ihren Sinn“.

⁸⁶ Die Aussage ist an dieser Stelle nicht ‚gedreht‘; die Werte geben also die Zustimmung bzw. Ablehnung gegenüber

M.a.W.: In bezug auf die Ablehnung dieser Aussage haben die ‚sehr Fähigen‘ die ‚informationstechnologische Norm‘ des ‚freien Informationsflusses‘ am besten internalisiert.⁸⁷

Für die anderen drei Aussagen (1), (3) und (4) haben die ‚sehr Fähigen‘ allerdings nicht die jeweils höchste Zustimmungstendenz. Insbesondere die ‚weniger Fähigen‘ liegen bei den Aussagen (1) und (3) in ihrer Zustimmungstendenz deutlich über den beiden anderen Gruppen. Jedoch ist zu bedenken, daß die Fallzahlen für diese Gruppe jeweils recht niedrig sind, was allerdings auch für die Einstellungen zu Aussage (2) gilt.

Die Systematik ‚sehr fähig‘ – hohe Anpassung an ‚informationstechnologische Normen‘, ‚fähig‘ – mittlere Anpassung und ‚weniger fähig‘ – geringe Anpassung wird jedoch auch durch die Zustimmungstendenzen zu den Aussagen (1), (3) und (4) zumindest für das Verhältnis von ‚sehr Fähigen‘ zu ‚Fähigen‘ nicht widerlegt.



Darstellung 26: Aussagen zum ‚Free Flow of Information‘ im Zusammenhang mit zugeschriebener Informationsverarbeitungskompetenz

Darstellung 26 zeigt, daß die ‚sehr Fähigen‘, insgesamt gesehen, in ihrem Zustimmungsverhalten in zwei Fällen ‚über‘ den ‚Fähigen‘ liegen (Aussagen [1] und [2]), in den anderen beiden Fällen nahezu gleichauf, also in keinem Fall (deutlich) darunter. Die These, daß die ‚sehr Fähigen‘ ‚Informationen‘ häufiger als wertneutrale ‚Daten‘ interpretieren, kann also nicht voll bestätigt, aber auch nicht ganz von der Hand gewiesen werden.

der ursprünglichen Aussage wieder.

⁸⁷ Dazu paßt, daß die ‚sehr Fähigen‘ die „blue ribbon campaign“ zu 78,2% (n=295) kennen, gegenüber 66,3% (n=532) der ‚Fähigen‘ und nur 43,8% (n=14) der ‚weniger Fähigen‘.

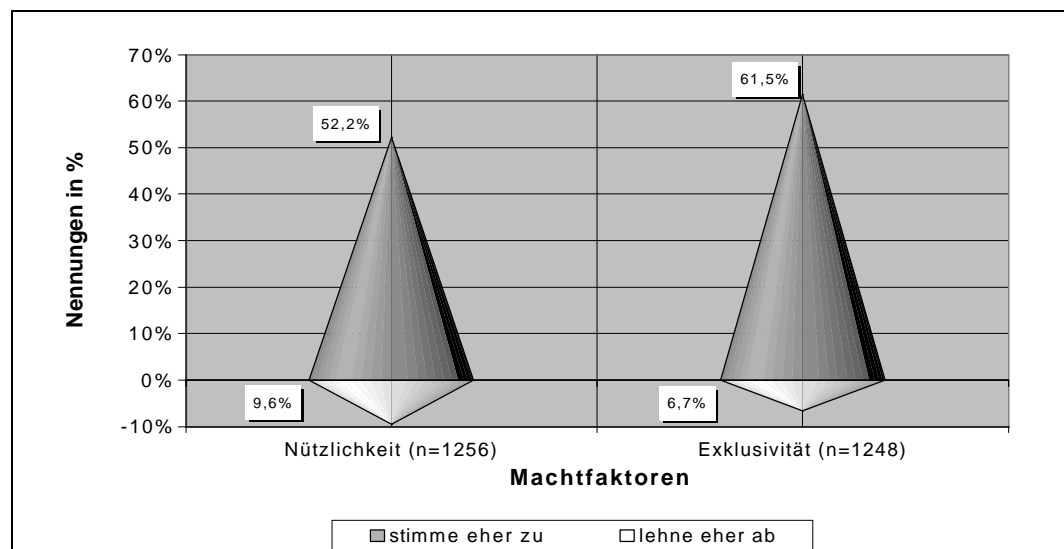
b) Zweite ,informationstechnologische Norm‘

„Informationen“ als „Informationsvorsprung“, als Machtfaktor zu begreifen, ist die ,zweite informationstechnologische Norm“. Darstellung 27 gibt die Nennungen für zwei Machtfaktoren wieder, und zwar für die „Nützlichkeit“ sowie die „Exklusivität“ von Informationen aus dem Internet (Frage 19).

Über mehr (,nützliche‘) Informationen zu verfügen, die andere nicht besitzen, dies glauben Nutzer, die die folgende Aussage ablehnen:

„Menschen mit Zugang zu Informationen aus dem Internet verfügen im Grunde nicht über mehr Informationen als andere, da viele Informationen aus dem Internet nicht sehr nützlich sind.“

Sich dieser Aussage gegenüber ablehnend zu verhalten, bedeutet, der Ansicht zuzustimmen, daß man über das Internet sehr wohl mehr (nützliche) Informationen bezieht, als Menschen ohne Internet-Zugang besitzen könnten. Insofern geht aus Darstellung 27 hervor, daß **52,2%** der Nutzer implizit der Aussage zustimmen, Menschen ohne Internet-Anschluß verfügten über weniger (nützliche) Informationen als Menschen mit Internet-Anschluß.



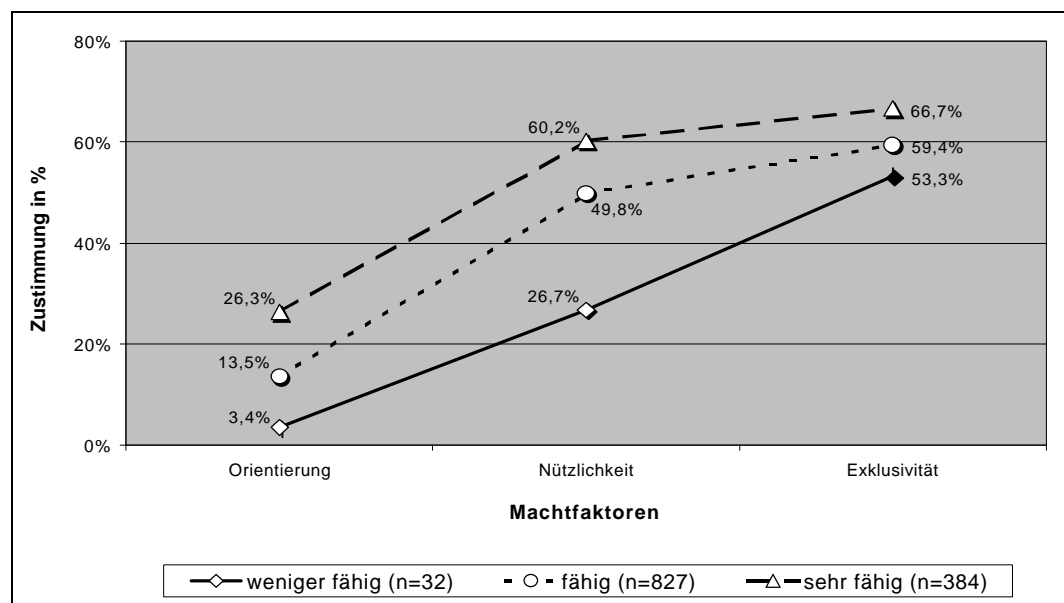
Darstellung 27: Zweite ,informationstechnologische Norm‘: Macht durch Information

Die Aussage zur ,Exklusivität“ von Information mußte ,gedreht“ werden. Im Fragebogen lautet die Aussage ursprünglich:

„Menschen mit Zugang zu Informationen aus dem Internet könnten sich diese Informationen in den meisten Fällen mit dem gleichen oder weniger Aufwand auch anderswo besorgen.“

Wer dieser Aussage gegenüber ablehnend eingestellt ist, stimmt der Ansicht zu, daß Internet-Nutzer über Informationen verfügen, an die Nicht-Nutzer nur mit erheblichem Aufwand gelangen könnten. Wie aus Darstellung 27 ersichtlich, stimmten **61,5%** dieser Aussage implizit zu, nur **6,7%** lehnten sie ab. **31,8%** konnten sich demnach nicht entscheiden und wählten die Kategorie ‚teils, teils‘. Insgesamt scheint also einiges für die These zu sprechen, daß Internet-Informationen als ‚nützlich‘ und ‚exklusiv‘, mithin als Machtfaktor empfunden werden.

Je ‚fähiger‘ sich jemand in Bezug auf Informationsverarbeitung einschätzt (*Frage 21*), desto eher akzeptiert er diese Norm, wie Darstellung 28 zeigt. So meinen z.B. **60,2%** der ‚sehr Fähigen‘, daß Internet-Nutzer über mehr ‚nützliche‘ Informationen verfügen als Nicht-Nutzer. Von den ‚Fähigen‘ meinen dies noch **49,8%**, von den ‚weniger Fähigen‘ nur **26,7%**. M.a.W.: Diejenigen, die dem Bild des ‚information workers‘, wie es die Bundesregierung implizit zeichnet, am ehesten entsprechen, haben die ‚zweite informationstechnologische Norm‘ am ehesten internalisiert.



Darstellung 28: Zustimmung zu Machtfaktoren im Zusammenhang mit selbst zugeschriebener Informationsverarbeitungscompetenz

Dies gilt auch für einen dritten Punkt, die ‚Orientierung‘ durch Informationen. Den befragten Nutzern wurde die Aussage vorgelegt:

‚Menschen mit Zugang zu Informationen aus dem Internet haben oft ein klareres Bild von ihrer Umwelt als diejenigen, die nichts vom Internet verstehen bzw. nichts davon halten.‘

Nur **3,4%** der ‚weniger Fähigen‘ haben dieser Aussage zugestimmt. Bei den ‚Fähigen‘ sind es **13,5%** und bei den ‚sehr Fähigen‘ fast doppelt soviel, nämlich **26,3%**.

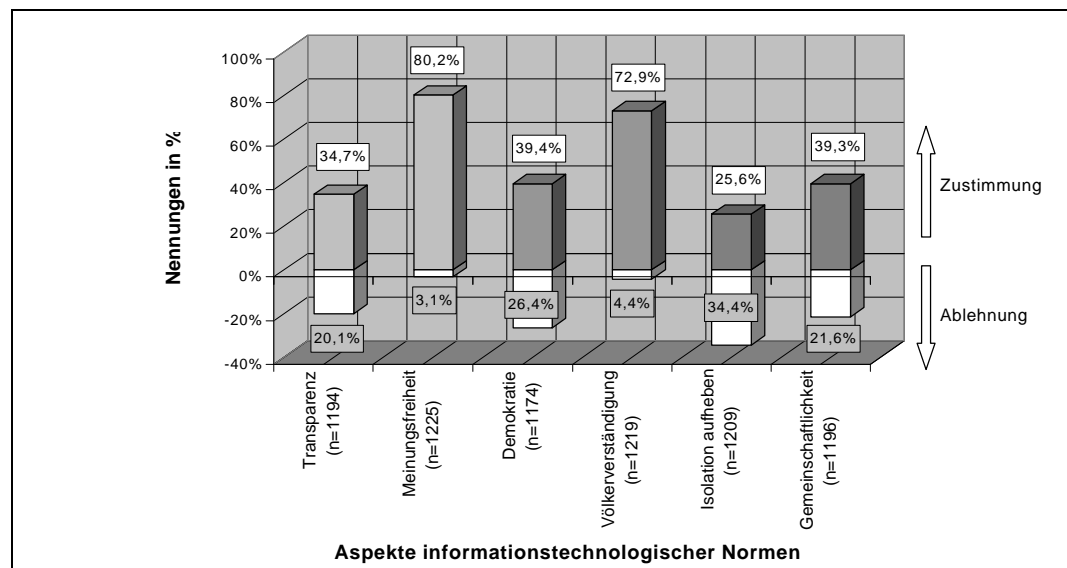
c) *Dritte, informationstechnologische Norm*

Die ‚dritte informationstechnologische Norm‘ besteht im Glauben daran, daß das Internet (1) die gesellschaftliche und damit individuelle ‚Freiheit‘ befördern kann, (2) ‚Gleichheit‘ und (3) ‚Brüderlichkeit‘ herzustellen vermag. Die Nutzer wurden gefragt, ob sie den Satz ‚Das Internet wird in Zukunft zu einem gewissen Teil Aufgaben der Politik übernehmen!‘ für bestimmte politische Aufgaben gelten lassen wollten (*Frage 58*). Darstellung 29 gibt einen Überblick über die Operationalisierung der ‚dritten informationstechnologischen Norm‘:

<u>‚Freiheit‘</u>	<u>‚Gleichheit‘</u>	<u>‚Brüderlichkeit‘</u>
Transparenz: ‚Aufklärung der Bevölkerung über Umweltprobleme und politische Skandale‘	Demokratie: ‚Förderung der Demokratie‘	Isolation aufheben: ‚Aufhebung der Vereinsamung von isolierten Menschen (z.B. älteren Menschen)‘
Meinungsfreiheit: ‚Aufrechterhaltung der Meinungsfreiheit‘	Völkerverständigung: ‚Förderung der Völkerverständigung‘	Gemeinschaftlichkeit: ‚Herstellung einer neuen Form der Gemeinschaftlichkeit‘

Darstellung 29: Operationalisierung der ‚dritten informationstechnologischen Norm‘

Darstellung 30 zeigt, daß die zustimmenden Nennungen die ablehnenden bis auf eine Ausnahme (‚Isolation aufheben‘) jeweils deutlich übersteigen.⁸⁸ Insbesondere die ‚Meinungsfreiheit‘ ist mit **80,2%** eine Hoffnung, die besonders häufig mit dem Internet als Motor gesellschaftlichen Wandels verbunden wird. Das gleiche gilt für ‚Völkerverständigung‘ mit **72,9%**.



Darstellung 30: Dritte ‚informationstechnologische Norm‘: ‚Freiheit‘, ‚Gleichheit‘, ‚Brüderlichkeit‘ durch ein weltweites Informationsnetz

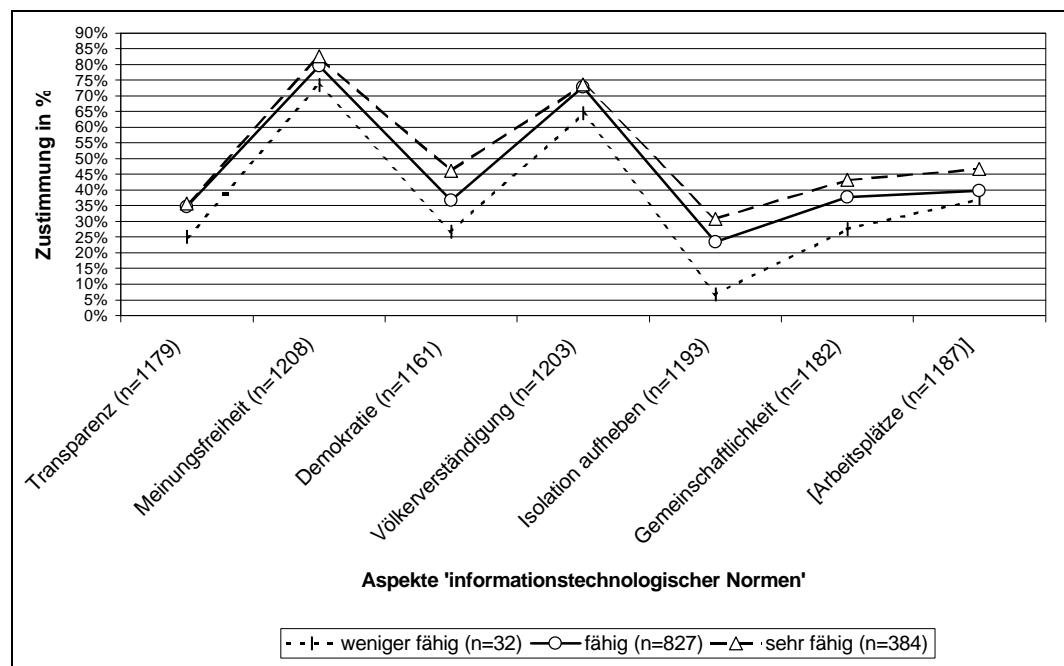
⁸⁸ Addiert man Zustimmungen und Ablehnungen und zieht diesen Wert von 100 ab, dann erhält man den Anteil derjenigen in Prozent, die mit ‚teils, teils‘ geantwortet haben.

Insgesamt kann man von einem hohen Grad an Verinnerlichung der ‚dritten informationstechnologischen Norm‘ ausgehen.

Diese läßt sich genau wie ‚erste‘ und ‚zweite informationstechnologische Norm‘ noch einmal für die Gruppen getrennt untersuchen, die sich in dem Grad selbst zugeschriebener Informationsverarbeitungskompetenz unterscheiden (*Frage 21*). Darstellung 31 läßt sich entnehmen, daß die ‚sehr Fähigen‘ in drei Fällen nahezu gleichauf mit den ‚Fähigen‘ liegen. Bezeichnenderweise beziehen sich zwei dieser Übereinstimmungen auf ‚Meinungsfreiheit‘ und ‚Völkerverständigung‘, also auf die zwei Bereiche, denen von allen Befragten am stärksten zugestimmt wird.

In allen anderen Fällen liegt die Kurve der ‚sehr Fähigen‘ am höchsten, die der ‚Fähigen‘ in der Mitte und die der ‚weniger Fähigen‘ am niedrigsten. Die ‚sehr Fähigen‘ haben also die ‚dritte informationstechnologische Norm‘ besser internalisiert als die beiden übrigen Gruppen.

Ergänzt wurde Darstellung 31 um den Bereich ‚Arbeitsplätze‘ (‚Erhaltung bzw. Schaffung neuer Arbeitsplätze‘; ebenfalls *Frage 58*), der allerdings nicht mit der ‚dritten informationstechnologischen Norm‘ in Verbindung steht und darum in Klammern gesetzt ist.



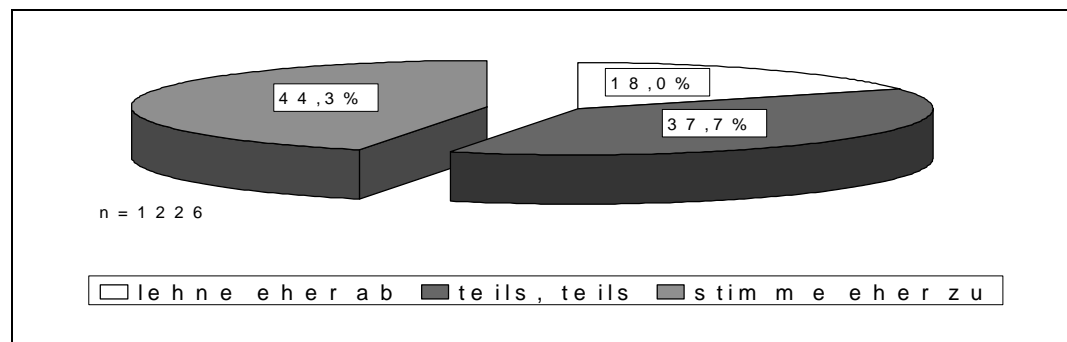
Darstellung 31: Zustimmung und Ablehnung zu Bereichen der ‚dritten informationstechnologischen Norm‘

Auch für diesen Bereich ergibt sich, daß die ‚sehr Fähigen‘ dem Internet am stärksten zutrauen, positive Veränderungen zu bewirken.

Zwar sind die Prozentwertunterschiede bei den ersten drei ‚informationstechnologischen Normen‘ nicht besonders groß, jedoch liegt eine erstaunliche Konsistenz der geschilderten Systematik vor, die auch die ‚vierte‘ ‚informationstechnologische Norm‘ umfaßt.

d) Vierte, informationstechnologische Norm⁸⁹

Die ‚vierte informationstechnologische Norm‘ besteht darin, daß ein Mehr an Informationen automatisch zu persönlichkeitssteigernden Effekten führt, z.B. zu verstärkter Selbstbildung. Darstellung 32 bringt die Anpassung der Nutzer an diese Norm zum Ausdruck. **44,3%** der Befragten glauben, daß ‚Menschen mit Zugang zu Informationen aus dem Internet‘ schnell lernen, ‚bewußt mit Informationen umzugehen‘ und ‚gerade nicht von Informationen überflutet‘ werden. Nur **18%** lehnen diese Aussage ab.

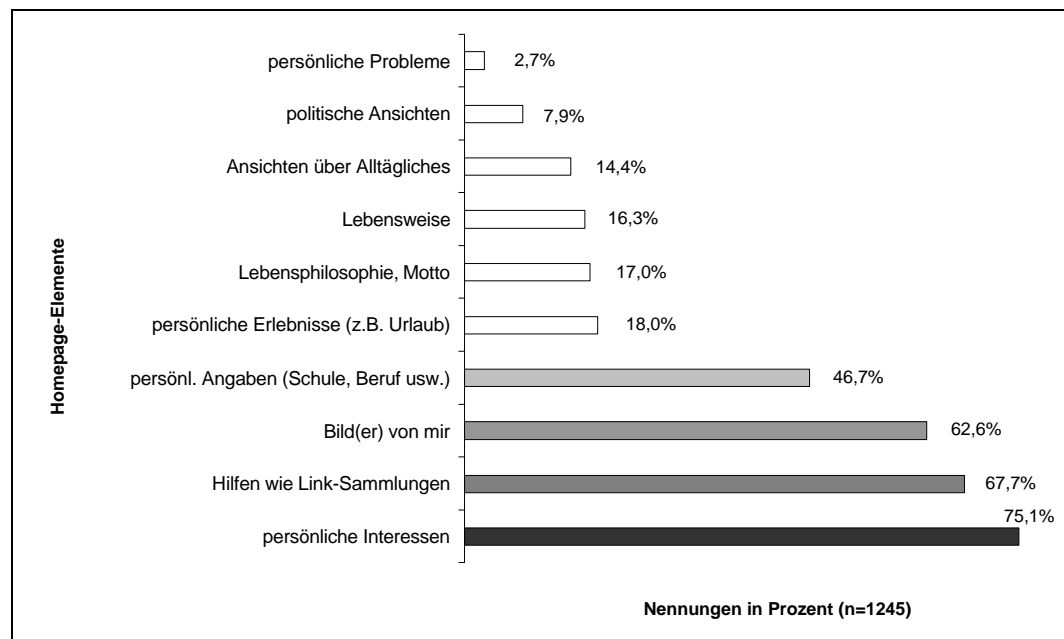


Darstellung 32: Vierte ‚informationstechnologische Norm‘: Persönlichkeitssteigerung durch Information

Von den ‚weniger Fähigen‘ stimmen **23,3% oder 7 Personen** der Aussage zu, daß Menschen mit Zugang zu Informationen aus dem Internet schnell lernen würden, bewußt mit Informationen umzugehen. Von den ‚Fähigen‘ sind es **41,3% oder 331 Personen**, und von den ‚sehr Fähigen‘ **52,5% oder 198 Personen**. Auch hier zeigt sich also eine Reihenfolge in der Intensität der Internalisierung einer ‚informationstechnologischen Norm‘.

Selbstentfaltung durch die Preisgabe persönlicher Informationen ist eine weitere Facette dieser Norm. Darstellung 33 zeigt, in welchem Ausmaß die Befragten persönliche Informationen auf ihrer eigenen ‚Homepage‘ bereitstellen (*Frage 16*; Antwortalternativen zwecks besserer Übersichtlichkeit leicht gekürzt).⁸⁹

⁸⁹ Zugrundegelegt wurden diejenigen, die angaben, eine Homepage zu betreiben.



Darstellung 33: Homepage-Elemente

Am häufigsten genannt wurden ‚persönl. Angaben (Schule, Beruf usw.)‘, ‚Bild(er) von mir‘, ‚Hilfen wie Link-Sammlungen‘ und ‚persönliche Interessen‘. Die Angabe von ‚Links‘ demonstriert ‚Verweiskompetenz‘ als Kennzeichen der Selektionsfähigkeit ‚wichtiger‘ bzw. ‚interessanter‘ Informationen (vgl. Abschnitt B.II.5.). Die Nennung zutiefst persönlicher bzw. intimer Informationsbereiche tritt zugunsten von Erlebnisbereichen im Sinne SCHULZEs (vgl. 1995) zurück. Es geht darum, seine ‚Interessen‘ so gut als möglich bekannt zu machen (**75,1%**), um Erlebnispartner zu finden. ‚Persönliche Probleme‘ (**2,7%**) bzw. ‚politische Ansichten‘ (**7,9%**) werden dahingegen nur selten öffentlich gemacht, weil sie weniger konsensfähig sind bzw. einen allzu festen kommunikativen Rahmen vorgeben. Besonders der letzte Wert zeigt, daß die Ansicht, das Internet leiste einen entscheidenden Beitrag zur politischen Partizipation, bisher nur Utopie ist (vgl. Abschnitt B.I.2.). ‚Lose‘ Informationen zu sich selbst dominieren. Sich selbst darzustellen und so auf unkomplizierte Weise mit anderen in Kontakt zu kommen, hat Priorität. Allerdings mögen auch noch andere Faktoren eine Rolle spielen, da neben den in Darstellung 33 genannten Mehrfachalternativen zu **55,3%** die Kategorie ‚sonstiges‘ genannt wurde.

These 1 hat sich weitgehend stützen lassen: Es lassen sich vier normative informationstechnologische Einstellungskomplexe im Nutzungsverhalten der User feststellen.

Und auch für die vorläufige Gültigkeit von **These 2** gab es viele Anhaltspunkte:

Diejenigen, die sich im Hinblick auf ihre Fähigkeit, mit Informationen aus dem Internet umzugehen, d.h. diese zu verarbeiten, zu vermitteln, zu verbreiten und sinnvoll zu nutzen (Frage 21), als ‚sehr fähig‘ einschätzen, vertreten diese Normen stärker als diejenigen, die sich lediglich als ‚fähig‘ oder gar ‚weniger fähig‘ einschätzen.

2. ‚Informationstechnologische Normen‘ als Belastung

In den nun folgenden Abschnitten E.II.2.a] und E.II.2.b] sollen die belastenden Aspekte dieser Normen am Beispiel von ‚E-Mail‘-Nutzung und dem Umgang mit Identität im Internet demonstriert werden. Folgendes ist zu vermuten:

These 3: Die vier informationstechnologischen Einstellungskomplexe können auch als Belastung empfunden werden.

a) Belastung durch E-Mails

Daß ‚informationstechnologische Normen‘ wie alle anderen Normen auch als Belastung empfunden werden können, das soll hier am Beispiel des ‚E-Mail‘-Schreibens verdeutlicht werden. Auf die Frage, ob es schon einmal zur Belastung geworden sei, ‚E-Mail‘-Kontakte zu pflegen, d.h. regelmäßig Antwortbriefe zu schreiben (Frage 47), antworteten immerhin **26,1%** mit ‚ja‘ und **26,4%** mit ‚teils, teils‘.⁹⁰ M.a.W.: Ein Maximum, ja ein Zuviel an (sozialer) Information (‚erste informationstechnologische Norm‘) erzeugt bei mehr als der Hälfte der Nutzer zumindest z.T. Selektionsprobleme (vgl. Abschnitt A.IV.).

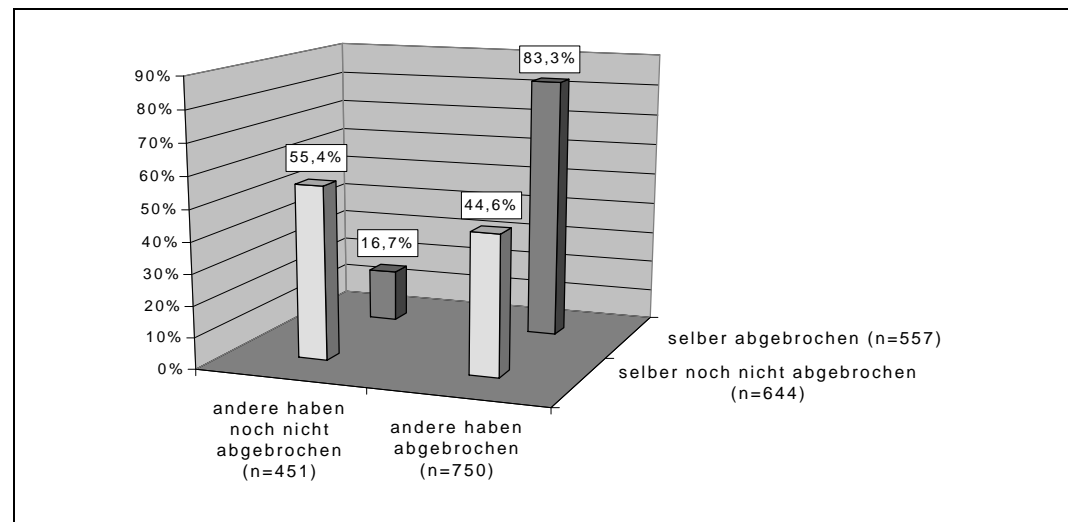
Es ist zu vermuten, daß die Belastung je deutlicher ausfällt, desto mehr virtuelle Kontakte, die ja zumeist über ‚E-Mail‘ vermittelt werden, ein Nutzer hat. Es wurden zur Analyse zunächst vier Untergruppen ausdifferenziert, die für verschiedene Kommunikationsstile stehen. Sie stellen Kombinationsmöglichkeiten aus den möglichen Antworten auf die Fragen dar, ob die Nutzer selber schon einmal ‚einen E-Mail-Kontakt ohne Erklärung abgebrochen, also auf eine Nachricht hin einfach nicht mehr geantwortet haben‘ (Frage 48) bzw. ob andere einen E-Mail-Kontakt zu dem Befragten auf diese Weise abrupt abgebrochen haben (Frage 49). Darstellung 34 zeigt alle denkbaren Kombinationsmöglichkeiten.

⁹⁰ n=1243; der Analyse zugrundegelegt wurde der Analyse die Gruppe derjenigen, die überhaupt schon einmal E-Mails ausgetauscht haben.

	Andere haben abgebrochen	Andere haben noch nicht abgebrochen
Selber abgebrochen	<i>„Die Dynamischen“</i>	<i>„Die Selbstbestimmten“</i>
Selber noch nicht abgebrochen	<i>„Die Fremdbestimmten“</i>	<i>„Die Statischen“</i>

Darstellung 34: Belastung durch ‚informationstechnologische Normen‘ - Kommunikationsstile

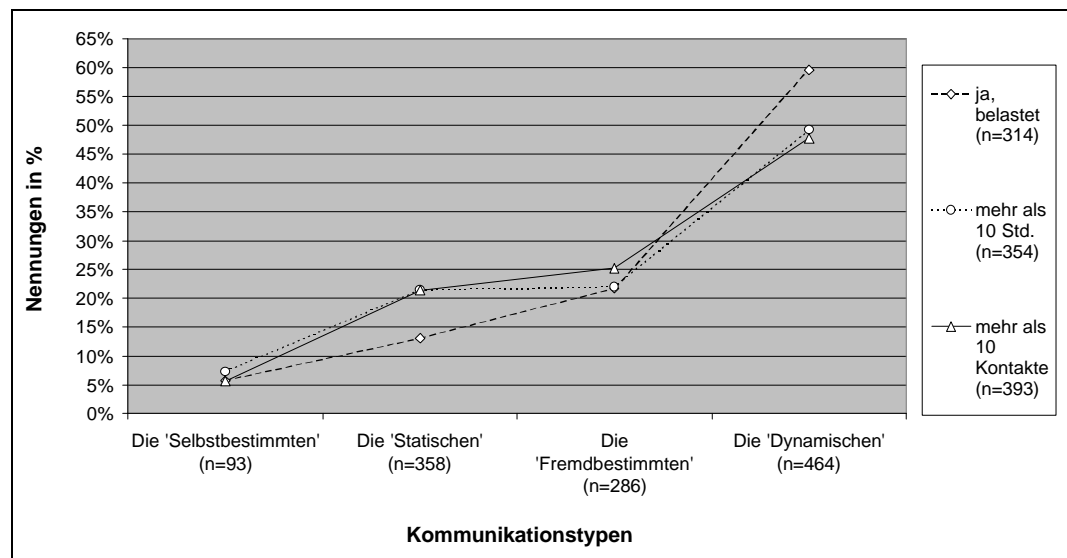
Es ist zu erwarten, daß ‚fremdbestimmte‘ und ‚dynamische‘ Nutzer am stärksten belastet sind; die ‚fremdbestimmten‘, weil sie keine ‚Kommunikationskontrolle‘ besitzen bzw. das Gefühl haben, keine zu besitzen; die ‚dynamischen‘, weil sie angesichts eines Übermaßes an zu verarbeitenden (sozialen) Informationen diese Kontrolle ebenfalls nicht erlangen können, bzw. das Gefühl haben, diese nicht erlangen zu können. Darstellung 35 zeigt zunächst einmal die Werte für die empirischen Kombinationen.



Darstellung 35: Die empirischen Antwortkombinationen der Fragen 48 und 49

Das wichtigste Ergebnis: Der ‚dynamische‘ Typus dominiert mit **38,6%**: **83,3%** derer, die selber schon einmal E-Mail-Kontakte ohne Erklärung abgebrochen haben, berichten dies auch von anderen. Möglicherweise haben die ‚Dynamischen‘ die meisten E-Mail-Kontakte und brechen deshalb öfter ab bzw. sind selber öfter von Kontaktabbrüchen betroffen.

Darstellung 36 bestätigt diese Aussage: Die ‚Dynamischen‘ haben nicht nur die meisten virtuellen ‚Kontakte‘ bzw. den höchsten Anteil derer, die bisher mehr als zehn virtuelle ‚Kontakte‘ hatten (*Frage 31*), unter ihnen ist auch der Anteil derer, die sich mehr als zehn Stunden pro Woche im Internet aufhalten (*Frage 17*), am höchsten.



Darstellung 36: Kommunikationstypen (E-Mail-Nutzung) und ihr Belastungsfaktor in Abhängigkeit von Nutzungsintensität und Kontakthäufigkeit

Überdies bzw. gerade deshalb ist es für die dieser Gruppe Zugeordneten zu **59,6%** schon einmal zur Belastung geworden, ihre ‚E-Mail‘-Kontakte zu pflegen (*Frage 47*).

Unter den ‚Selbstbestimmten‘ sind alle Anteile jeweils am geringsten: Wer sich nur selten im Internet aufhält und nur wenige virtuelle Kontakte hat, die er bzw. sie überdies stabil halten kann, fühlt sich natürlich am wenigsten belastet.

Interessant ist der Vergleich zwischen ‚Statischen‘ und ‚Fremdbestimmten‘: Die ‚Fremdbestimmten‘ fühlen sich wesentlich stärker belastet als die ‚Statischen‘, obwohl unter den ‚Fremdbestimmten‘ der Anteil derer, die bisher mehr als zehn virtuelle ‚Kontakte‘ hatten, nur unwesentlich höher, der Anteil derer, die sich mehr als zehn Stunden pro Woche im Internet aufhalten, sogar geringer ist.

Das erklärt sich aus Darstellung 34: ‚Fremdbestimmte‘ wie ‚Statische‘ haben beide bisher noch keine ‚Kontakte‘ abgebrochen, nur befinden sich in der Gruppe der ‚Fremdbestimmten‘ diejenigen, die angeben, daß andere schon einmal einen E-Mail-Kontakt zu ihnen ‚ohne Erklärung‘ abgebrochen haben. Die Kommunikationskontrolle ist in dieser Gruppe gering, und das führt zu verstärkter Belastung.

Die Gruppe der ‚Dynamischen‘ stellt zahlenmäßig die stärkste dar. So ist zu vermuten, daß dieser Typus Internet-Kommunikation am besten repräsentiert: Wer über einen längeren Zeitraum viele virtuelle ‚Kontakte‘ im Internet hat und damit die ‚erste‘ bzw. auch die ‚vierte informationstechnologische Norm‘ erfüllt, fühlt sich zumeist auch belastet.

b) Belastung durch vorgetäuschte Identität?

Internet-Kommunikation kann auch auf andere Weise zur Belastung werden. Hinter allen vier ‚informationstechnologischen Normen‘ steckt die umfassende Norm, Kommunikationstechnologien, sofern vorhanden, auch einzusetzen, da sich mit ihrer Hilfe mehr ‚Daten‘ in kürzester Zeit speichern und verarbeiten lassen als ohne sie (vgl. Abschnitt A.III.1.e[aa]). Auch technisch mediatisierte menschliche Kommunikation wird diesem Rationalitätsmuster unterworfen, das in die individualisierte Gesellschaft gut hineinpasst. Soziale Kontakte können wie ‚Daten‘ verwaltet werden, um verpflichtende Belastungen zu vermeiden. Doch dies Bestreben erzeugt eine neue Form kommunikativer Unsicherheit, die ebenfalls belastend wirken kann.

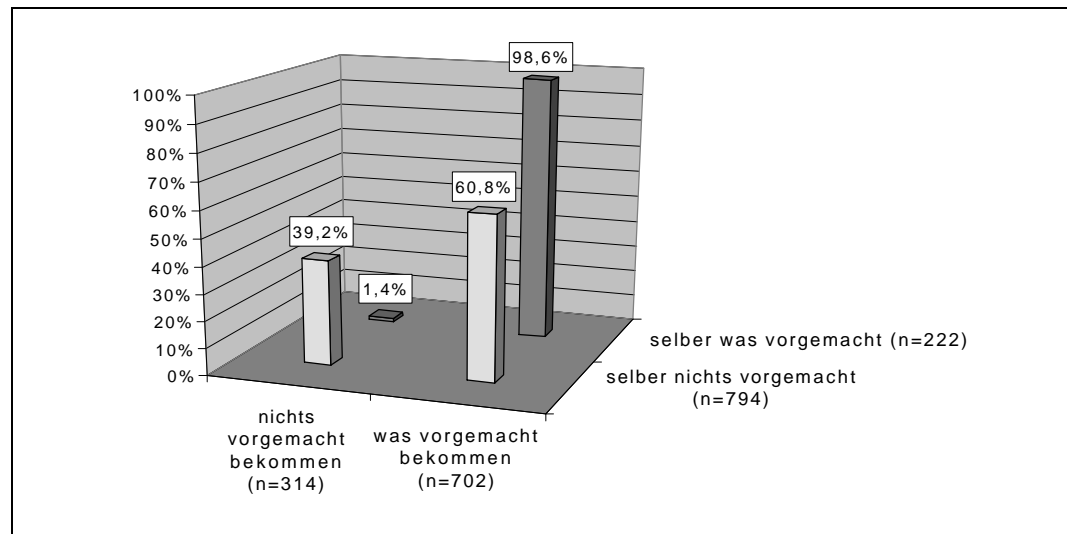
Darstellung 37 kombiniert die Antworten auf die *Fragen 53 und 54*. Die Nutzer wurden danach gefragt, ob es (1) schon einmal vorgekommen ist, ‚daß sie innerhalb des Internets (z.B. durch ihre Homepage/im Chat usw.) vorgegeben haben, etwas zu sein, was sie eigentlich gar nicht gewesen sind‘; und ob es (2) schon einmal vorgekommen ist, daß andere ihnen, den Nutzern gegenüber, vorgegeben haben, etwas zu sein, was nicht der ‚Wahrheit‘ entsprochen hat. Daraus ergeben sich folgende theoretische Kommunikationsstile:

	Etwas vorgemacht bekommen	Noch nichts vorgemacht bekommen
Selber etwas vorgemacht	<i>‚Die Mißtrauischen‘</i>	<i>‚Die Unehrlichen‘</i>
Selber noch nichts vorgemacht	<i>‚Die Ehrlichen‘</i>	<i>‚Die Vertrauensvollen‘</i>

Darstellung 37: Belastung durch ‚informationstechnologische Normen‘ - Identität

Die empirische Analyse ergibt, daß der Typ des ‚Unehrlichen‘ praktisch nicht vorkommt (Darstellung 38). Nur **1,4%** derer, die angeben, anderen selber schon einmal etwas vorgemacht zu haben, geben desweiteren an, noch nie etwas vorgemacht bekommen zu haben. Dieser Typ wird daher von der weiteren Analyse ausgeschlossen. Es bleiben drei Gruppen übrig.

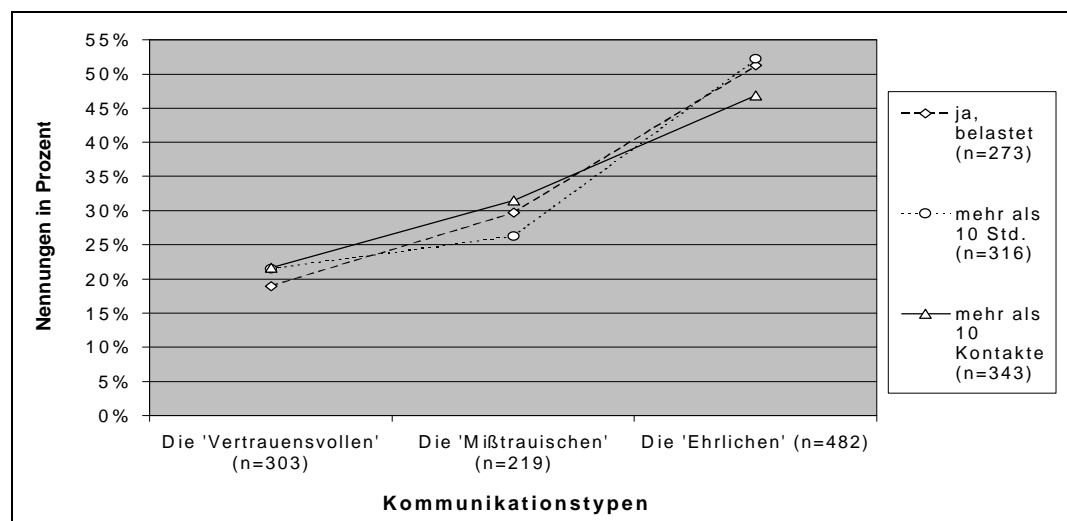
Vom Problem der ‚Sozialen Erwünschtheit‘ einmal abgesehen, ist natürlich nicht feststellbar, ob die Angaben der Befragten die ‚Wahrheit‘ widerspiegeln. Im Sinne des konstruktivistischen Ansatzes und dem Konzept der „Innenorientierung“ (SCHULZE 1995) ist entscheidend, daß die Empfindungen der Nutzer für sie selber den Charakter des ‚Realen‘ besitzen.



Darstellung 38: Empirischer Zusammenhang zwischen selbst vorgetäuschter und durch andere vorgetäuschte Identität (Frage 53 und 54)

Die zahlenmäßig größte Gruppe ist die Gruppe derer, die glaubt, anderen selber noch nie etwas vorgemacht zu haben, aber durchaus schon einmal etwas vorgemacht bekommen zu haben, also die Gruppe der ‚Ehrlichen‘. Sie kann daher neben den ‚Dynamischen‘ (siehe Abschnitt E.II.2.a)) als ein weiterer repräsentativer Kommunikationstypus konstatiert werden.

Aus Darstellung 39 geht hervor, daß die ‚Ehrlichen‘ sich am stärksten durch virtuelle ‚E-Mail‘-Kontakte belastet fühlen (Frage 47) und sich gleichzeitig zu den jeweils größten Anteilen mehr als zehn Stunden pro Woche im Internet aufhalten (Frage 17) bzw. bisher mehr als zehn virtuelle ‚Kontakte‘ gehabt haben (Frage 31).



Darstellung 39: Kommunikationstypen (Identität) und ihr Belastungsfaktor in Abhängigkeit von Nutzungsintensität und Kontakthäufigkeit

Es drängt sich auch hier der Schluß auf, daß bei steigender Nutzung und zunehmenden virtuellen Kontakten, d.h. zunehmendem Informationsaufkommen eine steigende Belastung auftritt.

Es spricht darum einiges für die These 3, daß die normativen informations-technologischen Komplexe auch als Belastung empfunden werden können.

III. Realisierungsdruck

Gemäß dem Schema zur ‚Eigenintegration‘ (vgl. Abschnitt C.II.2.) befindet sich das Individuum derzeit in einer strukturellen Spannung zwischen gesellschaftlicher Individualisierung und Anpassungsbedürfnissen, die mit NOELLE-NEUMANN (1989) als „Isolationsangst“ bezeichnet werden und zumindest teilweise gesellschaftlich erzeugt sein dürften.

Da insbesondere die ‚Informationsgesellschaft‘ von Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft und dem Staat zur Soll-Norm erhoben worden ist, versuchen die Gesellschaftsmitglieder, diese zu verwirklichen. Sie übernehmen dabei die Definition, daß dies durch die Beherrschung der ‚Informationstechnologie‘ Internet möglich ist: Die Befragten möchten weder von der Ausschöpfung bestimmter gesellschaftlicher Ressourcen, noch von Berufschancen ausgeschlossen sein. Sie geben darum bereitwillig dem auf sie ausgeübten „Realisierungsdruck“ nach. Daraus ergeben sich die Thesen 4a) und 4b):

These 4a): Das Internet wird als Mittel definiert, mit gesellschaftlichen Entwicklungen ‚Schritt zu halten‘, d.h. von dem Zugang zu gesellschaftlichen Ressourcen nicht ausgeschlossen zu bleiben.

These 4b): ‚Schritt zu halten‘ bezieht sich insbesondere auf Berufsaussichten.

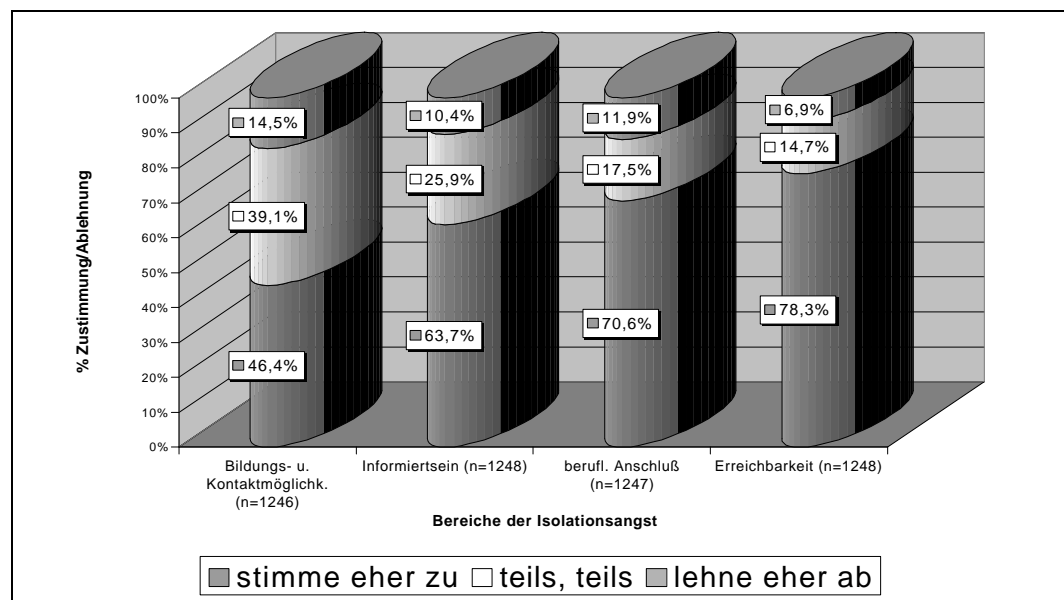
1. Ausschöpfung gesellschaftlicher Ressourcen durch das Internet

Um These 4b) zu belegen, wurden die Internet-Nutzer gefragt, ob sie bestimmten Aussagen zum zukünftigen Umgang mit dem Internet eher zustimmen, oder diese eher ablehnen (*Frage 59*). Sie sollten dazu Stellung nehmen, ob man in zehn bis zwanzig Jahren

- trotz mangelnder Auseinandersetzung mit dem Internet dennoch in Schule und Beruf alle Möglichkeiten haben wird (*‚beruflicher Anschluß‘*).
- ohne ‚E-Mail‘-Adresse ähnlich dastehen wird wie heutzutage jemand ohne Telefon bzw. Anrufbeantworter (*‚Erreichbarkeit‘* [als prestigeträchtige Eigenschaft]).

- ohne Internet-Anschluß ein Informationsdefizit davontragen wird, da bis zu diesem Zeitpunkt praktisch alle Behörden, Bildungseinrichtungen und Firmen wesentliche Informationen über das Internet bereitstellen werden (*„Informiertsein“*).
- trotz mangelnder Auseinandersetzung mit dem Internet gegenüber anderen keine größeren Nachteile hat, da man das Buch hat, um zu lernen, die Zeitung, um sich zu informieren, den Brief oder das Telefon, um mit Behörden und Betrieben in Kontakt zu treten (*„Bildungs- und Kontaktmöglichkeiten“*).

„Beruflicher Anschluß“, „Erreichbarkeit“, „Informiertsein“, sowie „Bildungs- und Kontaktmöglichkeiten“ werden im folgenden Diagramm (Darstellung 40) als Bereiche aufgefaßt, die für die zukünftige „Informationsgesellschaft“ von großer Bedeutung sind und daher auch „Isolationsangst“ auslösen können.



Darstellung 40: Einstellungen in % zu Aussagen darüber, ob mangelnde Beschäftigung mit dem Internet in 10-20J. zum Ausschluß von best. gesellschaftlichen Ressourcen führen wird

Die Nutzer definieren das Internet in der Tat als Mittel, in diesen Bereichen erfolgreich zu sein. Es sind **70,6%** der User der Meinung, daß das Internet für zukünftigen beruflichen Erfolg eine wichtige Rolle spielt. Gar **78,3%** stimmen implizit der Aussage zu, daß jemand ohne ‚E-Mail‘-Anschluß das Kriterium der ‚Erreichbarkeit‘ in zehn bis zwanzig Jahren so wenig erfüllen wird wie heute jemand ohne Telefonanschluß. Schon heute ärgerten sich **68%** der Befragten schon einmal darüber, daß jemand telefonisch/schriftlich erreichbar war, nicht jedoch per E-Mail‘ (Frage 50).⁹¹ Aus dem Verhältnis von zustimmenden zu ablehnenden Antworten auf die ‚Bereiche der Isolationsangst‘ läßt sich ein allgemeiner Zustimmungssindex erstellen.⁹²

⁹¹ n=1236

⁹² n=1249

Dabei werden drei Kategorien gebildet: ‚geringe Zustimmungstendenz‘, ‚Neutralität‘ sowie ‚hohe Zustimmungstendenz‘.

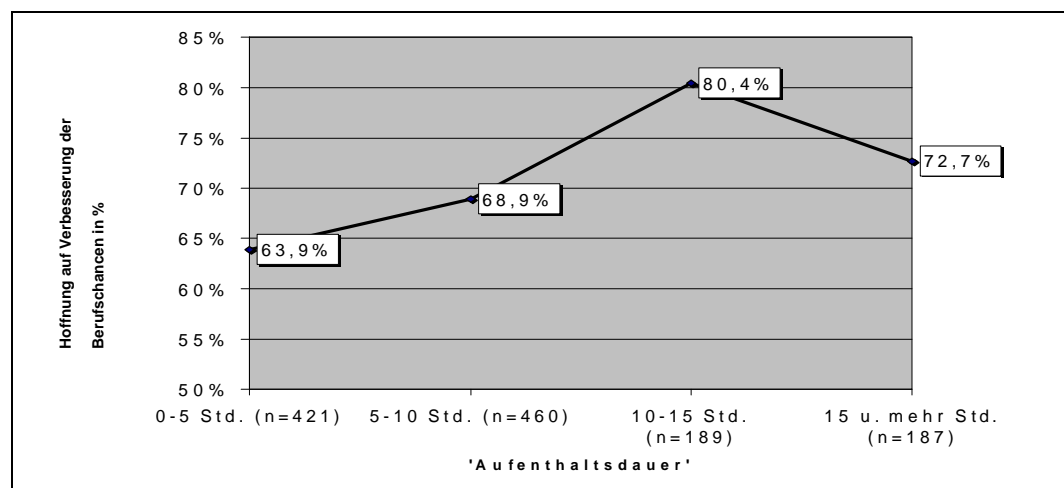
‚Geringe Zustimmungstendenz‘ zeigen Befragte, bei denen die zustimmenden über die ablehnenden Antworten zahlenmäßig dominieren. Tendenziell ‚neutral‘ stehen Befragte „Isolationsängsten“ gegenüber, bei denen sich zustimmende und ablehnende Einstellungen die Waage halten.⁹³ ‚Hohe Zustimmungstendenz‘ weisen Befragte auf, die den vier vorgegeben Aussagen öfter Ablehnung als Zustimmung entgegengebracht haben. Beispiel: Es wurde zweimal angegeben, eher abzulehnen als zuzustimmen, aber nur einmal, eher zuzustimmen als abzulehnen. (Die erste und vierte Antwort wurden ‚gedreht‘).

Nur **9,4%** haben in bezug auf den allgemeinen Zustimmungstendenzindex eine ‚geringe Zustimmungstendenz‘, **9,1%** nehmen eine ‚neutrale‘ Haltung ein, und der größte Teil, nämlich **81,4%**, hat sich eher zustimmend als neutral oder ablehnend geäußert.

Es spricht also vieles für These 4a: Das Internet wird als Mittel definiert, mit gesellschaftlichen Entwicklungen ‚Schritt zu halten‘, d.h. von dem Zugang zu gesellschaftlichen Ressourcen nicht ausgeschlossen zu bleiben.

2. Den beruflichen Anschluß halten

Herausgreifen läßt sich der Punkt ‚beruflicher Anschluß‘. Für **69,5%** der Befragten⁹⁴ bedeutet der Computer ‚eine gute Möglichkeit, meine Berufschancen zu verbessern‘ (*Frage 1*). Untersucht man diesen Wert für Gruppen, die sich jeweils unterschiedlich lange im Internet aufhalten (*Frage 17*), dann ergibt sich das folgende Diagramm (Darstellung 41):



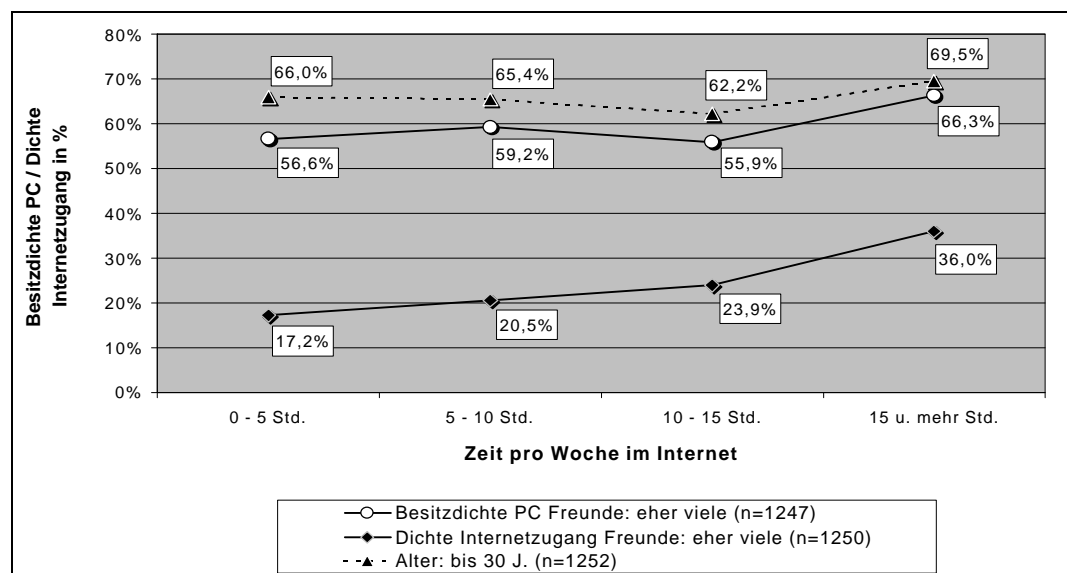
Darstellung 41: Der Computer als Möglichkeit, Berufschancen zu verbessern, in Abhängigkeit von der wöchentlichen Anzahl an Std. im Internet

⁹³ Darunter fällt auch ein Befragter, der alle Fragen mit ‚weiß nicht‘ beantwortet hat.

⁹⁴ n=1267

Bis zu einer ‚Verweildauer‘ von ‚zehn bis fünfzehn Stunden‘ pro Woche im Internet steigt die Hoffnung, die sich die Nutzer auf eine Verbesserung von Berufschancen durch die Beschäftigung mit dem Computer machen, stetig an. Der Wert von **80,4%** der Gruppe derjenigen, die sich zwischen zehn und fünfzehn Stunden pro Woche im Internet aufhalten, liegt mehr als zehn Prozent über dem Wert für alle Befragten (**69,5%**).

Zwar sinkt die Quote für die Gruppe, die sich fünfzehn Stunden und mehr in der Woche im Internet aufhält, auf **72,7%** ab, ist damit aber zumindest noch die zweithöchste. Es ist außerdem zu vermuten, daß die Internet-Nutzung für diese Gruppe eine zusätzliche Funktion erfüllt und als eine Art lebensstilbildens Element fungiert. Die Anteile an ‚eher vielen‘ Freunden, die ebenfalls Internet-Zugang haben (*Frage 7*) oder einen PC besitzen (*Frage 6*), sind in dieser Gruppe am höchsten, wie Darstellung 42 veranschaulicht:

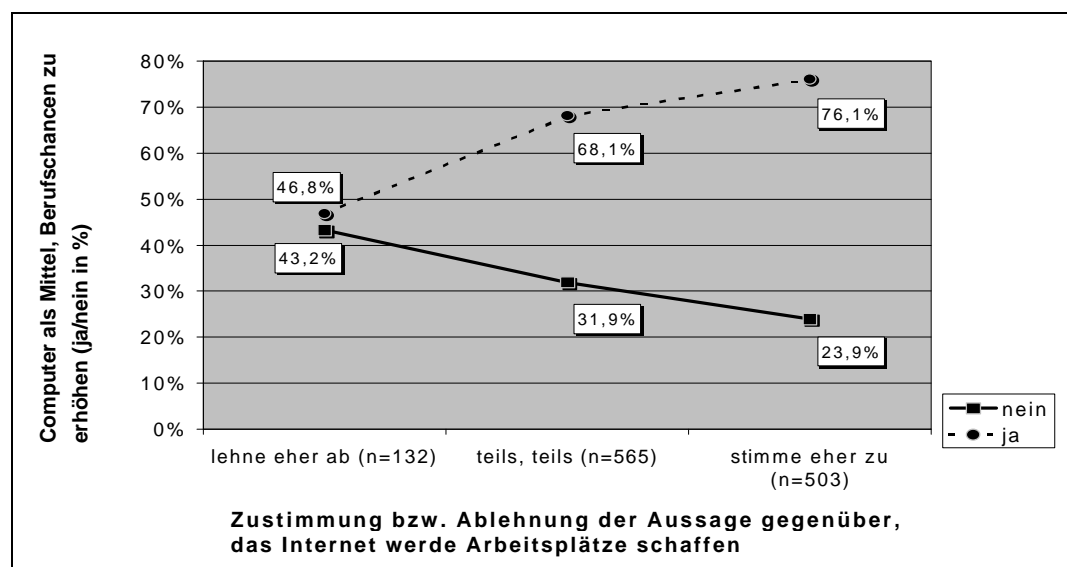


Darstellung 42: Die Dichte von PC-Besitz und Internet-Zugang im Freundes- bzw. Bekanntenkreis in Abhängigkeit von der wöchentlichen Aufenthaltsdauer im Internet

Zu beachten ist der qualitative Sprung von **über 10%** zwischen denen, die das Internet zwischen ‚zehn und fünfzehn Stunden‘ pro Woche nutzen und denen, die ‚fünfzehn und mehr‘ Stunden online sind. Die Linie für den Anteil der unter 30Jährigen (*Frage 9*) vollzieht den Kurvenverlauf bezeichnenderweise mit. Die Gruppe derer, die sich fünfzehn und mehr Stunden pro Woche im Internet aufhalten, scheint sich also zu einem nicht geringen Teil aus sog. ‚Computer Freaks‘ zusammenzusetzen, für die eine berufliche Orientierung zwar wichtig, aber nicht so entscheidend ist wie für die Gruppe derjenigen, die das Internet nach eigenen Angaben zwischen zehn und fünfzehn Stunden in der Woche nutzen.

Den Computer als Möglichkeit zu definieren, die eigenen Berufsaussichten zu erhöhen, steht im Zusammenhang mit der Einschätzung des Internets.

Darstellung 43 zeigt, daß diejenigen, die für sich persönlich den Computer als arbeitsplatzsicherndes bzw. –schaffendes Mittel definieren (*Frage 1*), dieses auf gesamtgesellschaftlicher Ebene generell auch vom Internet annehmen (*Frage 59*). Wenn bzw. je stärker dem Internet eine positive Wirkung zugeschrieben wird, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, daß die Befragten dieselbe positive Wirkung auch dem Computer zuschreiben. Von denjenigen, die die Aussage, das Internet könnte Arbeitsplätze schaffen, ‚eher ablehnen‘, sind ‚nur‘ **46,8%** der Ansicht, daß der Computer für sie persönlich eine gute Möglichkeit darstellt, ihre Berufschancen zu verbessern. Wohingegen der entsprechende Anteil in der Gruppe derer, die dem Internet dies Potential zuschreiben und ‚eher zustimmen‘, bei **76,1%** liegt:

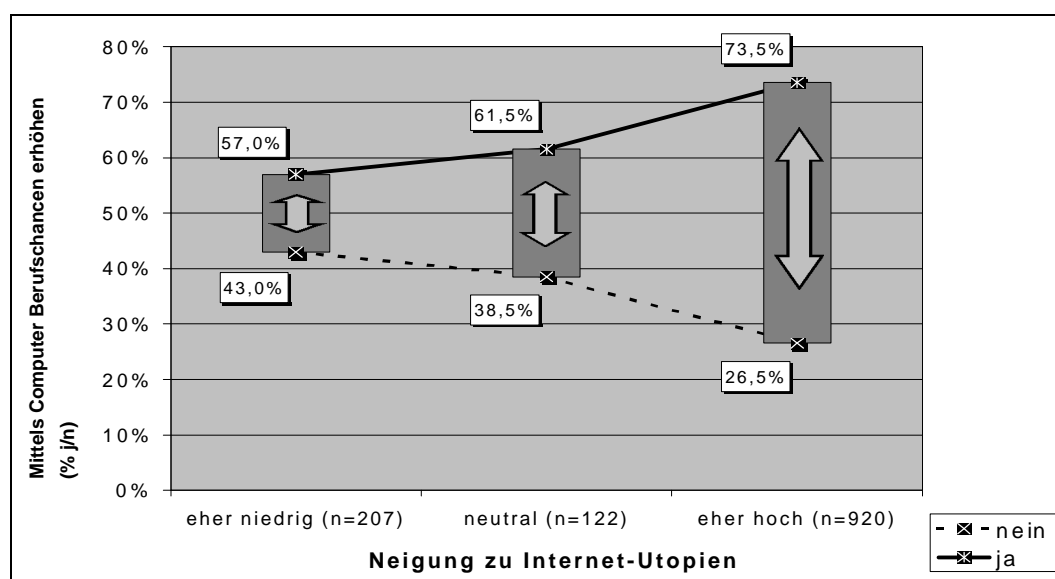


Darstellung 43: Stellungnahme, ob das Internet zukünftig Arbeitsplätze schaffen werde, im Zusammenhang mit der Bedeutung des Computers als Möglichkeit, die Berufschancen zu erhöhen

Die Frage, ob die Definition des Computers auf Internet-Utopien ausgedehnt wird oder umgekehrt, kann natürlich nicht abschließend beantwortet werden. Darstellung 44 bestätigt einen Zusammenhang zwischen der Definition des Computers (*Frage 1*) und einem Index, der die Zustimmungstendenz zu sieben Internet-Utopien repräsentiert (*Frage 58*): ‚Förderung der Demokratie‘, ‚Aufrechterhaltung der Meinungsfreiheit‘, ‚Aufhebung von Vereinsamung von insolierten Menschen (z.B. älteren Menschen)‘, ‚Förderung der Völkerverständigung‘, ‚Erhaltung bzw. Schaffung neuer Arbeitsplätze‘, ‚Herstellung einer neuen Form der Gemeinschaftlichkeit‘, ‚Aufklärung der Bevölkerung über Umweltprobleme und politische Skandale‘. Der Index wurde analog dem Index der Zustimmungen zu ‚Bereichen der Isolationsangst‘ gebildet (siehe Abschnitt E.III.1.).⁹⁵

⁹⁵ Es wurden drei Kategorien gebildet: ‚geringe Zustimmungstendenz‘, ‚Neutralität‘ sowie ‚hohe Zustimmungstendenz‘. ‚Geringe Zustimmungstendenz‘ zeigen Befragte, bei denen die zustimmenden über die ablehnenden Antworten zahlenmäßig dominieren. Tendenziell ‚neutral‘ stehen Befragte Internet-Utopien gegenüber, bei denen sich zustimmende und ablehnende Einstellungen die Waage halten. ‚Hohe Zustimmungstendenz‘ weisen Befragte auf, die den sieben vorgegeben Aussagen öfter Ablehnung als Zustimmung

Hier ergibt sich ein ähnlicher Zusammenhang, wie er in Darstellung 43 für die vereinzelte Utopie ‚Schaffung von Arbeitsplätzen‘ (Frage 58) und die Definition des Computers als Chance auf beruflichen Erfolg (Frage 1) ermittelt worden ist. Die Gruppe derjenigen, die gegenüber Internet-Utopien eine ‚eher hohe‘ Zustimmungstendenz hat, definiert den Computer zu **73,5%** als Mittel, die Berufschancen zu erhöhen. Dies stellt den höchsten Wert dar. Der Schluß liegt nahe, von der Existenz einer latenten Variable ‚Definitionsbereitschaft gegenüber Informations- und Kommunikationstechnologien‘ auszugehen.



Darstellung 44: Zustimmung zu Internet-Utopien im Zusammenhang mit der Bedeutung des Computers als Möglichkeit, die Berufschancen zu erhöhen

Auffallend ist der Zusammenhang zwischen dem Utopie-Index und der Zustimmung zur Aussage, daß der Computer aus dem eigenen Leben nicht mehr wegzudenken sei (Frage 1). Diejenigen Befragten, die angeben, daß der Computer für sie persönlich aus ihrem Leben nicht mehr wegzudenken ist, bewerten die Internet-Utopien insgesamt positiver. Cramers V ist zwar mit **0,153**⁹⁶ nicht allzu hoch, deutet jedoch in die gleiche Richtung wie die Erkenntnisse aus den Darstellungen 43 und 44.

Es spricht also auch vieles für These 4b: Das Internet wird als Mittel definiert, mit gesellschaftlichen Entwicklungen ‚Schritt zu halten‘, d.h. insbesondere, sich gute Berufsaussichten zu erhalten.

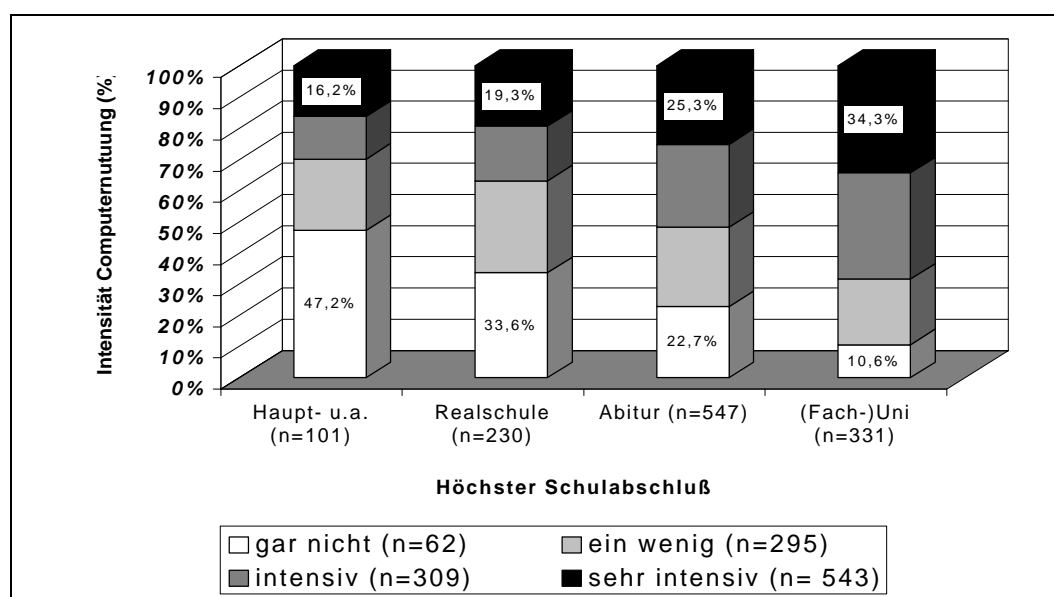
Dies soll in den Abschnitten E.III.2.a] und E.III.2.b] für zwei Gruppen gesondert untersucht werden, für die beruflicher Aufstieg eine besondere Rolle spielt: Abiturienten und Beamte.

entgegengebracht haben.

⁹⁶ Irrtumswahrscheinlichkeit < 0,00001

a) Den beruflichen Anschluß halten: ‚Abiturienten‘

Darstellung 45 zeigt, daß mit steigendem Bildungsgrad (Frage 14) der Anteil derjenigen, die sich in Ausbildung oder Beruf mit dem Computer ‚sehr intensiv‘ befassen (Frage 13), steigt. Von denen, die ‚ohne Abschluß‘ sind bzw. die Sonder- oder Hauptschule besucht haben (Kategorien im Diagramm zu ‚Haupt- u.a.‘ zusammengefaßt), beschäftigten sich **47,2%** ‚gar nicht‘ mit dem Computer, wohingegen von denjenigen, die die Universität besuchten, nur **10,6%** diese Angabe machten.⁹⁷

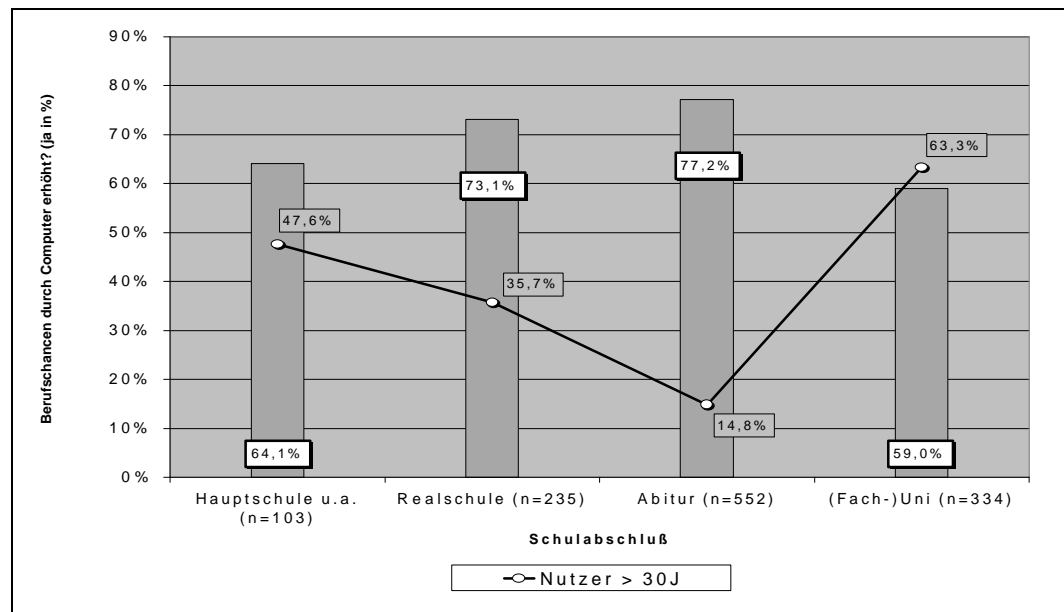


Darstellung 45: Bildungsgrad im Zusammenhang mit der Verwendung des Computers in Beruf/Studium u.s.w.

Dies Ergebnis legt die Vermutung nahe, daß diejenigen, die ‚ohne Abschluß‘ sind bzw. die Sonder- oder Hauptschule besucht haben, den Computer aus ihrer mangelnden informationstechnologischen Versorgung heraus signifikant häufiger als alle anderen Gruppen als Möglichkeit definieren, das berufliche Fortkommen zu sichern.

Darstellung 46 untersucht diesen Zusammenhang, der sich auf den ersten Blick nicht zu bestätigen scheint. Von denjenigen, die der Kategorie ‚Hauptschule u.a.‘ zugeordnet wurden, glaubten ‚nur‘ **64,1%** an die Förderung ihrer Berufschancen mittels Beschäftigung mit dem Computer.

⁹⁷ Diejenigen, die angaben, noch Schüler zu sein, und sich trotzdem einer der Kategorien des Bereiches ‚höchster erreichter Schulabschluß‘ zuordneten, wurden von der Analyse nicht ausgeschlossen, weil anzunehmen ist, daß soziale Selbstkategorisierungsprozesse und Prozesse der Definition technischer Artefakte zusammenhängen. M.a.W.: Wer noch Schüler ist, und sich trotzdem der Gruppe derer zugehörig fühlt, die das Abitur bereits abgeschlossen hat, wird mit hoher Wahrscheinlichkeit über ähnliche Einstellungskomplexe verfügen wie diese Gruppe.

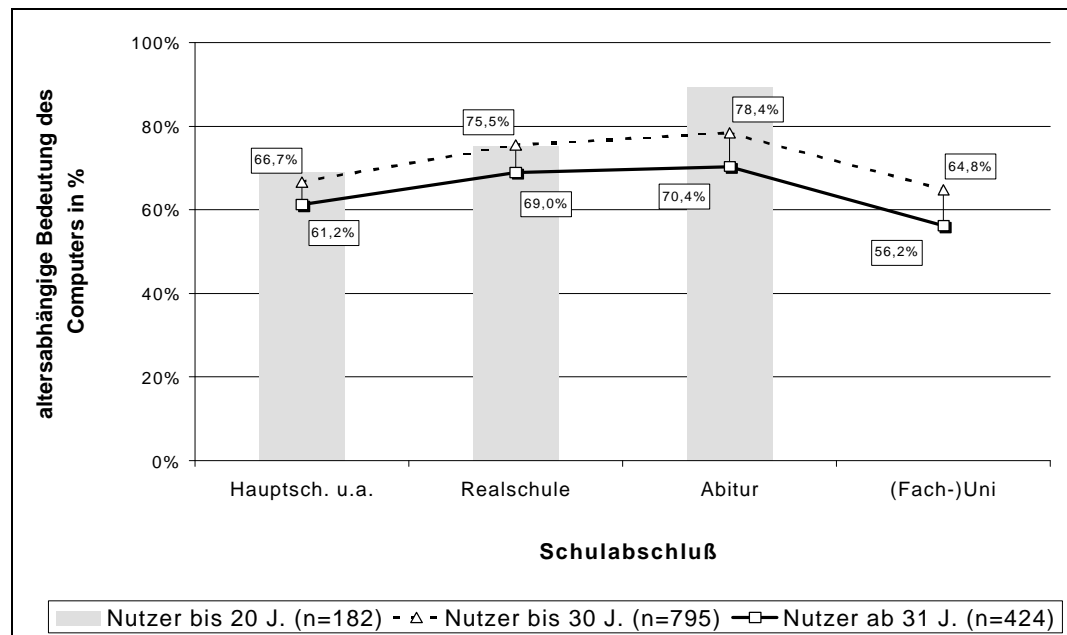


Darstellung 46: Zusammenhang von Schulabschluß und der Bedeutung des Computers als Möglichkeit, die Berufschancen zu erhöhen

Das sind zwar **5,1%** mehr, als für die Kategorie ‚(Fach-)Uni‘ zu verzeichnen sind, jedoch **13,1%** weniger als in der Kategorie ‚Abitur‘. Dies hängt mit dem Durchschnittsalter innerhalb der verschiedenen Gruppen zusammen (*Frage 9*). Der Anteil derer, die über 30 Jahre alt sind⁹⁸, ist mit **14,8%** für die Kategorie ‚Abitur‘ am niedrigsten, was nicht zuletzt an dem hohen Studentenanteil in der Stichprobe liegt. Personen, die der Kategorie ‚Abitur‘ zugeordnet sind, projizieren ihre Hoffnung auf bessere Berufsaussichten also berechtigterweise auf die Beschäftigung mit dem Computer; denn sie sind durchschnittlich sehr jung und damit sozialstrukturell noch nicht so stark eingebunden. M.a.W.: Sie definieren den Computer vor dem Hintergrund ihrer sozialstrukturellen Situation. Beleg für diesen Zusammenhang ist, daß nur **59%** derer, die der Kategorie ‚(Fach-)Uni‘ zuzuordnen sind, dieselbe Definition hegen. Aufgrund ihres vergleichsweise hohen Anteils über Dreißigjährigen, glaubt diese Gruppe vermutlich nicht mehr so stark daran, sich beruflich noch verbessern zu können, wie es für junge Abiturienten der Fall ist. Damit befinden sich ‚die Akademiker‘ in einer strukturell ähnlichen Situation wie die Personen der Kategorie ‚Hauptschule u.a.‘, deren Anteil an über Dreißigjährigen ebenfalls recht hoch ist (**47,6%**) und die darum einsehen müssen, daß *auch* bzw. *selbst* der Computer wahrscheinlich keine entscheidende Wende mehr für die berufliche Zukunft bringen wird.

Darstellung 47 zeigt den Zusammenhang zwischen der zugeschriebenen Bedeutung des Computers als Mittel, Berufschancen zu verbessern (*Frage 1*), und der Schulbildung der Befragten (*Frage 14*) für drei unterschiedliche Altersgruppen (*Frage 9*): Nutzer bis 20 Jahre (Balken), Nutzer bis 30 Jahre (schraffierte Linie) sowie Nutzer ab 31 Jahre (durchgezogene Linie).

⁹⁸ ‚Ab 30 hast Du nicht mehr die Chance, Dich noch entscheidend zu verbessern‘, heißt es!



Darstellung 47: Bedeutung des Computers im Zusammenhang mit Alter und Schulabschluß

Die Gruppe der bis 30-Jährigen hegt über alle Bildungsgänge hinweg stärkere Hoffnungen als die Gruppe der ab 31 Jahre alten Nutzer, durch die Beschäftigung mit dem Computer die Berufschancen zu verbessern. Der Einfluß des Alters auf die Definition des Computers, ja die Tatsache der Definition überhaupt, wird deutlich. Die Gruppe der bis 20-jährigen Nutzer hat für die Kategorien ‚Hauptsch. u.a.‘ und ‚Realschule‘ die gleichen Werte wie die Gruppe der bis 30-jährigen⁹⁹, denn beide Altersgruppen haben noch in etwa gleich gute Chancen, auf dem Arbeitsmarkt wirklich vorwärtszukommen. Eine nach oben hin abweichende Ausnahme bilden nur die bis 20 Jahre alten ‚Abiturienten‘: Für **89,4%** von ihnen bedeutet der Computer ‚eine gute Möglichkeit‘, ihre ‚Berufschancen zu verbessern‘. Der Wert zeigt den enormen sozialen Aufstiegswillen dieser Kategorie.

These 4b wird also insbesondere für die Gruppe der faktisch hoffnungsvollen Gruppe der jungen ‚Abiturienten‘ gestützt: Das Internet wird als Mittel definiert, mit gesellschaftlichen Entwicklungen ‚Schritt zu halten‘, d.h. insbesondere, sich gute Berufsaussichten zu erhalten.

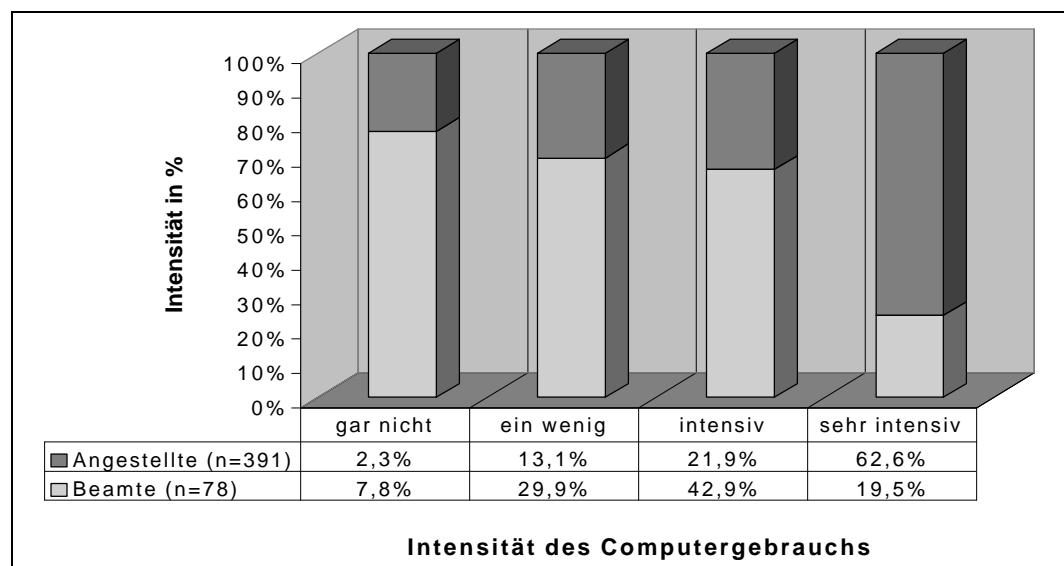
Dies soll nun in Abschnitt E.III.2.b] für die Gruppe der Beamten abschließend untersucht werden.

⁹⁹ Für die Kategorie ‚(Fach-)Uni‘ konnte kein Wert berechnet werden, weil darin keine 11-20-jährigen enthalten sind.

b) Den beruflichen Anschluß halten: Angestellte und Beamte

Das Verhältnis Angestellte : Beamte beträgt in der vorliegenden Stichprobe 5,01 : 1 (zu prozentualen Anteilen in der Stichprobe siehe Darstellung 10) und liegt damit deutlich unter dem Verhältnis in der Gesamtbevölkerung: In der Stichprobe wären mehr Angestellte und weniger Beamte zu erwarten gewesen.¹⁰⁰

Möglicherweise ist diese Diskrepanz dadurch zu erklären, daß Beamte am Arbeitsplatz weniger intensiv mit Computern arbeiten und angesichts des zu befürchtenden Abbaus an Beamten-Privilegien verstärkt versuchen, den informationstechnologischen Leitnormen nachzukommen, d.h. hier: im Internet präsent zu sein. Darstellung 48 legt diesen Schluß zumindest nahe.



Darstellung 48: Intensität des Computergebrauches am Arbeitsplatz für Angestellte und Beamte

Unter den Angestellten sind **62,6%**, die den Computer am Arbeitsplatz ‚sehr intensiv‘ nutzen. Bei den Beamten sind es nur **19,5%**. **37,7%** der Beamten nutzen den Computer ‚gar nicht‘ oder bloß ‚ein wenig‘. Diese Werte sprechen dafür, daß die Beamten ihren Homepage-‚Auftritt‘ im Internet dazu benutzen, das isolierende Gefühl, im Beruf nicht ‚Schritt zu halten‘, zu mildern.

¹⁰⁰ In der Gesamtbevölkerung lag das Verhältnis Angestellte : Beamte nach Auskunft des Statistischen Bundesamtes (17.05.1998; http://www.statistik-bund.de/basis/d/bd03_t01.htm) im Monat April 1996 bei 6,81 : 1. Der Berechnung lagen, anders als in der hier angestellten Betrachtung, ausschließlich erwerbstätige Personen zugrunde. Außerdem wurden Auszubildende „in anerkannten technischen und kaufmännischen Ausbildungsberufen“ zu den Angestellten dazugezählt. Verfährt man in der vorliegenden Stichprobe ebenso, dann ergibt sich ein Verhältnis Angestellte : Beamte von 5,68 : 1. Dieser Wert unterschreitet den Wert des Statistischen Bundesamtes immer noch deutlich.

These 4b wird also auch für die Gruppe der Beamten gestützt: Das Internet wird als Mittel definiert, mit gesellschaftlichen Entwicklungen ‚Schritt zu halten‘, d.h. insbesondere, sich gute Berufsaussichten zu erhalten.

Es spricht also, allgemein für alle untersuchten Gruppen formuliert, einiges für die Behauptung, daß das Internet als Mittel definiert wird, mit gesellschaftlichen Entwicklungen ‚Schritt zu halten‘ und so einem gewissen ‚Realisierungsdruck‘ nachzugeben.

Dies konnte allgemein für die Definitionen gezeigt werden, die sich auf die vermuteten Funktionen des Internets für die Ausschöpfung gesellschaftlicher Ressourcen beziehen, sowie insbesondere für das Ausmaß, in dem die Befragten glauben, ihre eigene berufliche Zukunft mittels Internet-Anbindung positiver gestalten zu können.

IV. Definition des Internets als soziales Kontaktmedium

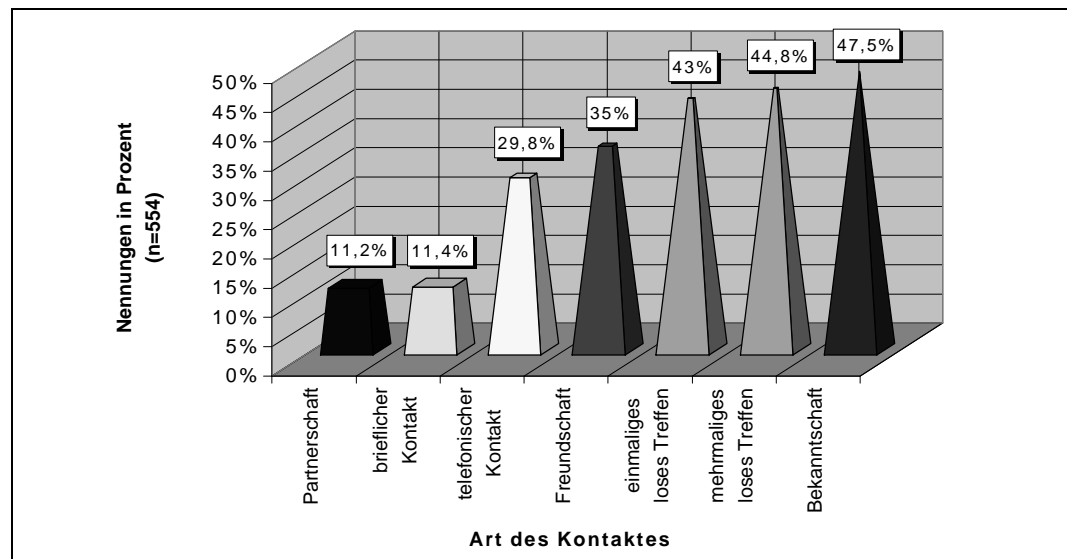
Der gesamte vorangehende Abschnitt E.III. hat gezeigt, daß das Internet als soziales Medium definiert wird. Dies bezieht sich jedoch nicht nur auf zukünftige gesellschaftliche Entwicklungen oder die individuelle Zukunft, sondern auch auf soziale Kontakte in der Gegenwart:

These 5: Das Internet wird als soziales Kontaktmedium definiert, d.h. zur Anbahnung und Herstellung von sozialen Kontakten aller Art genutzt.

Die Darstellungen 49 und 50 greifen den Bereich der ‚richtigen‘ Kontakte heraus. Damit sind solche Kontakte gemeint, die zwar virtuell im Internet angebahnt wurden, aber schließlich zu einem Treffen von Angesicht zu Angesicht in der physikalisch-gegenständlichen Welt geführt haben (*Frage 37*). **49,5%** aller Befragten haben angegeben, daß sie schon einmal andere Nutzer in der ‚wirklichen Welt‘ getroffen haben.

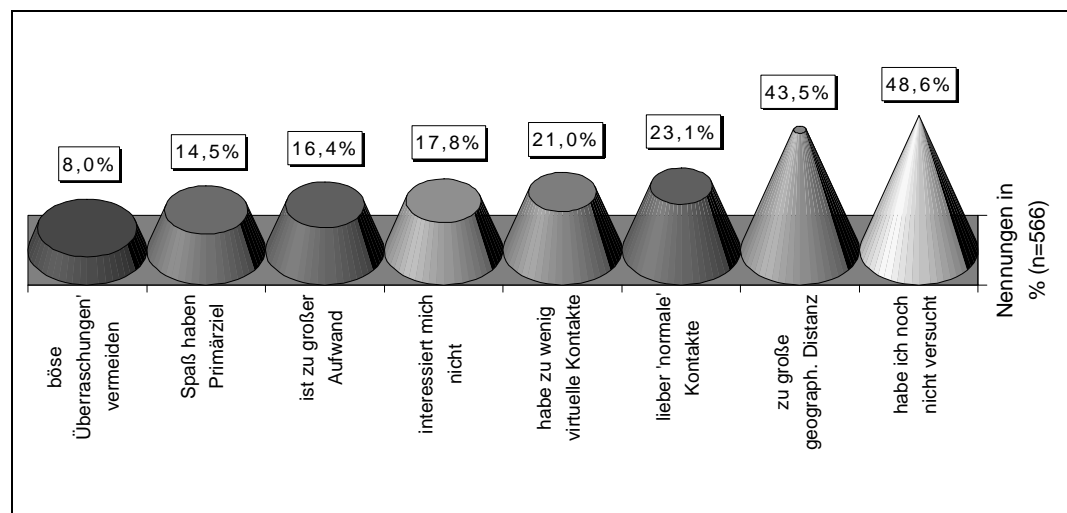
Zwar dominieren lockere Beziehungsformen wie das ‚einmalige lose Treffen‘ (**43%**), ‚mehrmalige lose Treffen‘ (**44,8%**) sowie ‚Bekanntschaften‘ (**47,5%**) (Mehrfachnennungen möglich; Darstellung 49; *Frage 42*)¹⁰¹, die mit der Struktur gesellschaftlicher Individualisierung übereinstimmen; doch ist es erstaunlich, daß in **35%** der Fälle nach eigener Einschätzung der Befragten ‚Freundschaften‘, zu **11,2%** sogar ‚Partnerschaften‘ entstanden sind.

¹⁰¹ Zugrundegelegt wurde natürlich die Gruppe derjenigen, die schon einmal einen ‚richtigen‘ Kontakt gehabt haben.



Darstellung 49: Charakteristik internetvermittelter Kontakte im ‚richtigen Leben‘

Wenn rein virtuelle ‚Kontakte‘ hergestellt worden sind, die nicht in leibhaftige Begegnungen überführt wurden, wird als Begründung für dies Verhalten von der entsprechenden Gruppe hauptsächlich eine zu große geographische Distanz zum Kommunikationspartner (**43,5%**) bzw. bisher noch nicht unternommene Versuche (**48,6%**) genannt (Mehrfachnennungen möglich; Darstellung 50¹⁰²; Frage 44).



Darstellung 50: Genannte Gründe dafür, daß virtuelle ‚Kontakte‘ nicht in ‚richtige Kontakte‘ umgesetzt worden sind

Der zweite Wert (**48,6%**) ist allerdings zweideutig.

¹⁰² Antwortalternativen gekürzt wiedergegeben.

Er kann zum einen als grundsätzlicher Wille zur Herstellung ‚richtiger‘ Kontakte über das Internet interpretiert werden, zum anderen aber im Rahmen gesellschaftlicher Individualisierung auch als Bevorzugung von Kontaktformen mit geringerem ‚kommunikativen Risiko‘ (siehe Abschnitt B.II.3.), z.B. von rein virtuellen ‚Kontakten‘, verstanden werden.

Eine stark ablehnende Haltung gegenüber der Vermittlung ‚richtiger‘ Kontakte über das Internet kann jedenfalls nicht festgestellt werden. Nur **8%** derjenigen, bei denen es schon einmal vorgekommen ist, daß sie rein virtuelle ‚Kontakte‘ nicht in ‚richtige‘ Kontakte verwandelt haben, haben so gehandelt, weil sie ‚böse Überraschungen‘ befürchteten.

Und wenn auch **23,1%** angeben, sie würden ‚lieber auf normalem Wege Leute kennenlernen und treffen‘, so ist dies im Grunde kein allzu hoher Wert, da Internet-Kommunikation eine völlig neue Form der Vermittlung sozialer Kontakte darstellt.

These 5 kann also in einer ersten Annäherung gestützt werden: Das Internet wird als soziales Kontaktmedium definiert, d.h. zur Anbahnung und Herstellung von sozialen Kontakten aller Art genutzt.

1. Individualisierung

Die Analyse der derzeit die ‚postmodernen‘ Gesellschaften beherrschenden Strukturen hat ein Spannungsfeld von Individualisierung und Integration offenbart (siehe Abschnitt A.III.1.c)). Diese Strukturen finden sich, so die These, in den sozialen Gebrauchsweisen des Internets wieder:

These 6a: Virtuelle wie ‚richtige‘ Kontakte tragen das Merkmal der Individualisierung.

These 6b: Daß virtuelle wie ‚richtige‘ Kontakte das Merkmal der Individualisierung tragen, offenbart sich auch in einer gewissen Anonymität von Internet-Kommunikation.

a) Virtuelle Kontakte

Zunächst zu These 6a). Der überwiegende Teil der befragten Nutzer hat schon virtuelle Kontakte im Internet gehabt, nämlich **79,7%**¹⁰³ (Frage 30). Damit sind Kontakte gemeint, die nicht zu späteren Begegnungen im ‚richtigen Leben‘ geführt haben.

¹⁰³ n=1045

Dieser hohe Wert erklärt sich sicherlich dadurch, daß virtuelle ‚Kontakte‘ von vornherein die Möglichkeit zur Situationskontrolle eröffnen, ja sogar zur Selbst-Manipulation unter Absehung vom Kommunikationspartner (siehe z.B. Abschnitt B.II.4.).

Allerdings können sich nur **8,5%** ‚nicht‘ vorstellen, virtuelle Netzbekanntschaften auch einmal im ‚richtigen‘ Leben zu treffen. **37,4%** können sich dies ‚teilweise‘, **54%** ‚durchaus‘ vorstellen (*Frage 32*).¹⁰⁴

80,3% geben als Grund dafür, daß sie ihre Netzbekanntschaften bisher noch nicht im ‚richtigen Leben‘ getroffen bzw. noch nicht mit ihnen telefoniert haben, eine zu große geographische Distanz an (‚In Frage kommende Personen wohnten zu weit weg‘) (*Frage 33*). Darstellung 51 faßt das Antwortverhalten in bezug auf sieben im Fragebogen vorgegebene Gründe für den mangelnden Kontakt im ‚realen Leben‘ zusammen (ebd.; Mehrfachnennungen möglich).¹⁰⁵

Konnte mir innerhalb des Internets keine Vorstellung von anderen machen	6,7%	<input type="checkbox"/>
Mein/e Kommunikationspartner/innen hatten bisher einfach keine Lust dazu	7,0%	<input type="checkbox"/>
Hatte Bedenken, Leute zu treffen, die mir nicht gefallen	10,5%	<input type="checkbox"/>
Interessierte mich einfach nicht	16,7%	<input type="checkbox"/>
Hatte schon genug Freunde/Bekannte außerhalb des Internets	18,6%	<input type="checkbox"/>
Ich hatte bisher einfach keine Lust dazu	19,2%	<input type="checkbox"/>
Der Reiz bestand gerade darin, die Leute nicht wirklich zu treffen	22,2%	<input type="checkbox"/>
In Frage kommende Personen wohnten zu weit weg	80,3%	<input type="checkbox"/>

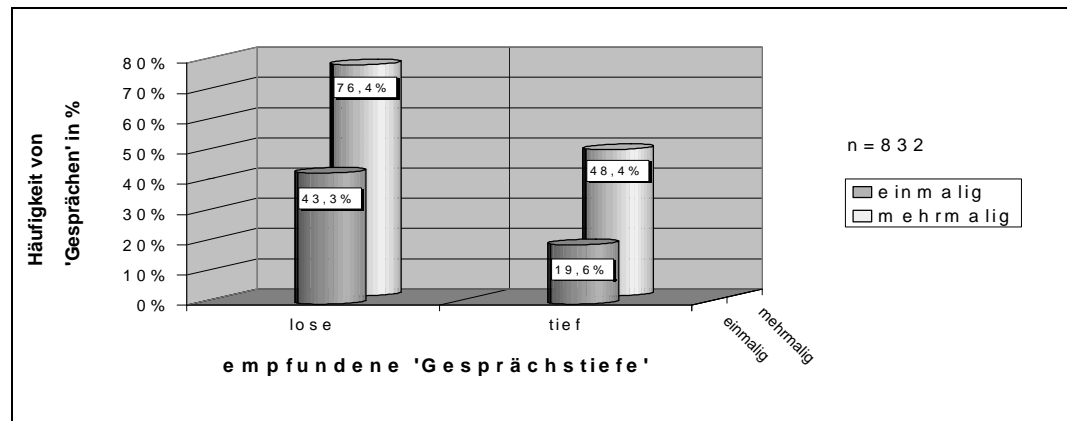
Darstellung 51: Antwortreaktionen auf im Fragebogen angegebene Gründe für die mangelnde ‚Umsetzung‘ von virtuellen ‚Kontakten‘ in Begegnungen im ‚richtigen Leben‘

Die Prozentwerte stützen nicht unbedingt die These, daß die Nutzer Internet-Kontakte aufgrund ihrer Unverbindlichkeit bevorzugen und Kontakten im ‚realen Leben‘ darum bewußt vorziehen. Die geographische Distanz, also ein ‚sachlicher‘ Gesichtspunkt, wird mit Abstand als wichtigster Grund angegeben. Dies Argument läßt sich jedoch leicht anführen und könnte eine willkommene Legitimation für das Verbleiben im ‚virtuellen Raum‘ darstellen. Immerhin geben **19,2%** der Befragten an, bisher ‚einfach keine Lust‘ gehabt zu haben, virtuelle ‚Bekanntschaften‘ auch im ‚richtigen‘ Leben zu treffen. Und sogar **22,2%** erachten im Virtuellen verbleibende Kommunikation als besonderen ‚Reiz‘. Dies spricht zumindest ein wenig für die Auffassung, daß Internet-Kommunikation sich nach der Struktur gesellschaftlicher Individualisierung richtet: ‚Lose‘ Kontakte werden bevorzugt. Deutlicher kommt diese Vermutung in Darstellung 52 zum Ausdruck (Mehrfachnennungen möglich).¹⁰⁶

¹⁰⁴ n=820

¹⁰⁵ n=832

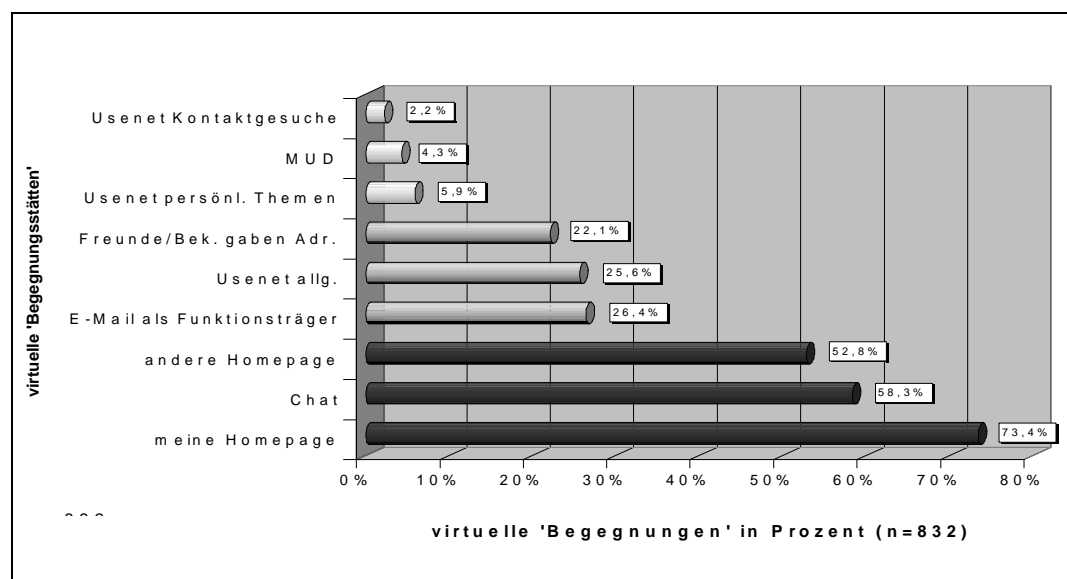
¹⁰⁶ Die Darstellung ist nicht das Ergebnis einer Kreuztabellierung; vgl. Fragestellung



Darstellung 52: Die Charakteristik von virtuellen Kontakten („Gesprächen“)

Die Nutzer wurden danach befragt, welcher Art ihre virtuellen ‚Kontakte‘ waren, die ja z.Zt. noch auf Text basieren und darum am besten mit ‚Gesprächen‘ vergleichbar sind (Frage 34). Auffällig ist, daß ‚lose Gespräche‘ ‚tiefen Gesprächen‘ generell vorgezogen werden. Die Verhältnisse liegen bei 43,3% : 19,6% für ‚einmalige‘ und 76,4% : 48,4%, für ‚mehrmalige Gespräche‘. Darüber hinaus wird deutlich, daß ‚mehrmaligen Gespräche‘ gegenüber ‚einmaligen Gesprächen‘ eindeutig der Vorzug gegeben wird. Hier lauten die Verhältnisse 76,4% : 43,3% für ‚lose‘ und 48,4% : 19,6% für ‚tiefe Gespräche‘.

Dies bestätigt die These von Multioptionalität und Individualisierung in der sozialen Internet-Kommunikation: Die Internet-Nutzer verpflichten sich nicht einem oder zwei Kontakten, sondern haben wechselnde Kommunikationspartner. ‚Mehrmalige lose Gespräche‘ sind der Normalfall. Es stellt sich die Frage, in welchen virtuellen Kontexten die Nutzer virtuelle ‚Beziehungen‘ unterhalten haben. Darstellung 53 gibt einen Überblick (Mehrfachnennungen möglich; Frage 35):



Darstellung 53: ‚Treffpunkte‘ für virtuelle Begegnungen

Es lassen sich drei Gruppen voneinander unterscheiden, die im Diagramm unterschiedlich schraffiert sind: Nennungen zwischen null und zehn Prozent, zwischen zwanzig und dreißig Prozent sowie zwischen fünfzig und achtzig Prozent.

Die *erste Gruppe* umfaßt Kontaktbereiche, die einer engen Themenzentrierung unterliegen: ‚Newsgroups‘, die speziell für die Anbahnung von Kontakten eingerichtet wurden, ‚MUDs‘ sowie ‚Newsgroups‘, die zur Diskussion persönlicher Probleme dienen sollen. All diesen Bereichen wird in den Massenmedien oder der Forschungsliteratur (vgl. Abschnitt B.II.3.) ein hohes Kontaktpotential zugeschrieben, das hier nicht festgestellt werden kann. Allerdings benutzen die befragten Nutzer diese Dienste auch sehr selten (siehe Abschnitt E.I.2.), möglicherweise, weil sie eine lange Einarbeitungszeit sowie vor allem ein außerordentlich hohes persönliches ‚Involvement‘ voraussetzen, das nicht Selbstbestimmung, sondern eine Verpflichtung mit sich bringt. Es muß aber betont werden, daß viele der befragten Nutzer durchaus kompetent wären, diese Dienste vermehrt in Anspruch zu nehmen.

Das zeigt sich an der Zusammensetzung der *zweiten Gruppe* (Nennungen zwischen zwanzig und dreißig Prozent). Die Beschäftigung mit ‚allgemeinen‘ Themen innerhalb des ‚Usenets‘ hat bei **25,6%** der Befragten, die überhaupt schon einmal virtuelle Netzbekanntschaften unterhalten haben, zu einem virtuellen Kontakt geführt. Die Diskrepanz zu den angegebenen **2,2%** aller Fälle, in denen ein Kontakt über elektronische ‚Kontaktanzeigen‘ innerhalb des ‚Usenets‘ hergestellt wurde, zeigt, daß die Nutzer spontane Kontakte bevorzugen, obwohl sie fähig wären, elektronische ‚Kontaktanzeigen‘ aufzugeben.¹⁰⁷

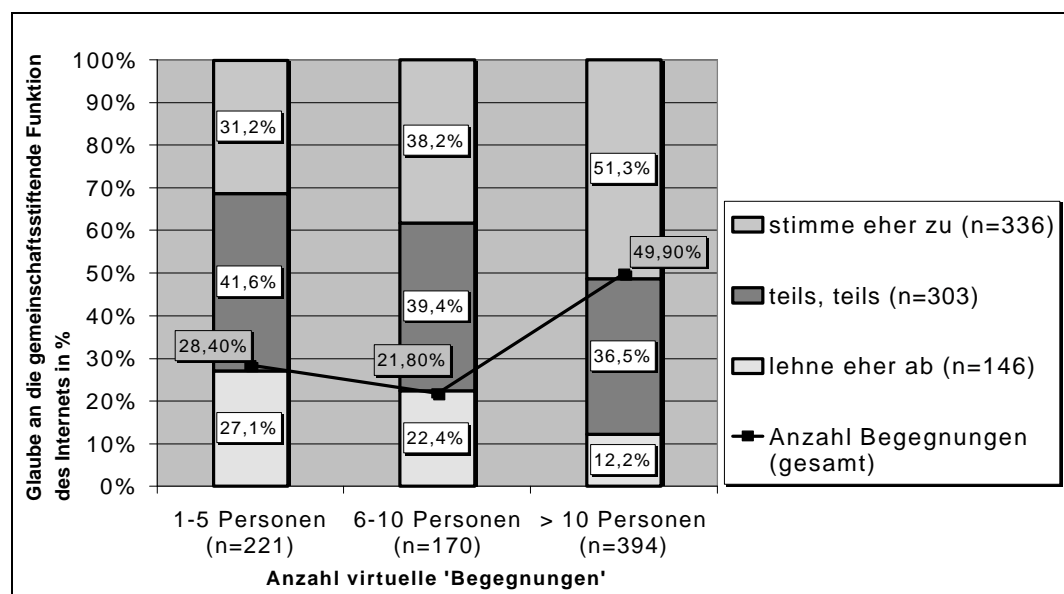
In **22,1%** der Fälle geschah es, daß Freunde oder Bekannte eine E-Mail-Adresse weitergegeben hatten, die dann zu einem virtuellen Kontakt führte. Zu **26,4%** entwickelten sich virtuelle ‚Kontakte‘ dadurch, daß die Nutzer in ihrer Eigenschaft als Träger einer bestimmten Rolle, z.B. als Student, Firmenvertreter, Dozent o.ä. eine ‚E-Mail‘ bekommen hatten, die dann zum virtuellen ‚Kontakt‘ ausgeweitet wurde. Die letzten beiden Kommunikationsformen basieren auf einem sozialen Wissen, daß der Anschreibende vom Angeschriebenen hat. Er weiß z.B., daß der Angeschriebene Student ist.

Die höchsten Kontaktraten findet man gemäß der These von der Individualisierung in der *dritten Gruppe* (Nennungen zwischen fünfzig und achtzig Prozent), in der Kommunikationsformen zusammengefaßt sind, die weder darauf angelegt sind, dem Kommunikationspartner bewußt mitzuteilen, daß ein Kontakt gewünscht wird, noch auf gegebenen Rollenstrukturen basieren. **52,8%** haben aufgrund der Betrachtung einer fremden ‚Homepage‘ eine ‚E-Mail‘ verschickt, aus der sich ein virtueller ‚Kontakt‘ ergab. Und **73,4%** aller Befragten, die bereits virtuelle ‚Kontakte‘ im Internet hatten, haben aufgrund ihrer eigenen Homepage eine ‚E-Mail‘ bekommen, die in einen virtuellen ‚Kontakt‘ überging. Dieser Wert ist natürlich nicht repräsentativ für die Gesamtheit der Internet-Nutzer, denn nicht jeder verfügt über ein ‚Homepage‘.

¹⁰⁷ Dies müßten ja gar nicht einmal Kontaktanzeigen sein, wie man sie aus den klassischen Massenmedien kennt. Viele Nutzer suchen über solche Anzeigen auch ganz unverbindlich ‚E-Mail‘-Kommunikationspartner – doch auch diese Form der Kontakthanbahnung scheint dem ‚durchschnittlichen‘ Nutzer noch zu verpflichtend zu sein.

Er zeigt jedoch, daß ‚Homepages‘, wenn sie betrieben werden, ein bevorzugtes Instrument sind, soziale Kontakte über das Internet herzustellen

Dabei setzt ein solcher Gebrauch eine Definition voraus, das Internet für soziale Zwecke nutzen zu wollen. Darstellung 54 verdeutlicht diesen Zusammenhang. Je mehr Personen jemand virtuell im Internet ‚getroffen‘ hat (*Frage 31*), desto stärker steigt die Wahrscheinlichkeit, daß der Aussage, das Internet erzeuge in Zukunft eine ‚neue Form der Gemeinschaftlichkeit‘ (*Frage 58*), zugestimmt wird. Es zeigt sich außerdem, daß der Anteil derjenigen an allen Befragten mit virtuellen Kontakterfahrungen, die mehr als zehn Personen virtuell ‚kennengelernt‘ haben, mit **49,9%** am höchsten ist. In diesem Wert spiegelt sich die Suche nach einer Auswahlmöglichkeit an Kontakten wieder.



Darstellung 54: Anzahl rein virtueller ‚Kontakte‘ im Zusammenhang mit dem Glauben, das Internet erzeuge eine ‚neue Form der Gemeinschaftlichkeit‘

Wer die umfassende ‚informationstechnologische Norm‘, soziale Kontakte technisch zu mediatisieren, mit der ersten ‚informationstechnologischen Norm‘ verbindet, möglichst viele ‚Informationen‘ bzw. ‚Daten‘, d.h. technisch vermittelte virtuelle ‚Kontakte‘ zu ‚verarbeiten‘, hat auch die ‚dritte informationstechnologische Norm‘ internalisiert und glaubt an die gemeinschaftsstiftende Funktion des Internets (vgl. Abschnitt A.III.1.e]aa]).

Dies bestätigt sich auch, wenn man den angesprochenen ‚Utopie-Index‘ (vgl. Abschnitt E.III.2.), der die Zustimmungstendenz zu sieben Internet-Utopien repräsentiert (*Frage 58*), zu der Anzahl bisheriger virtueller ‚Sozialkontakte‘ in Beziehung setzt (*Frage 31*):

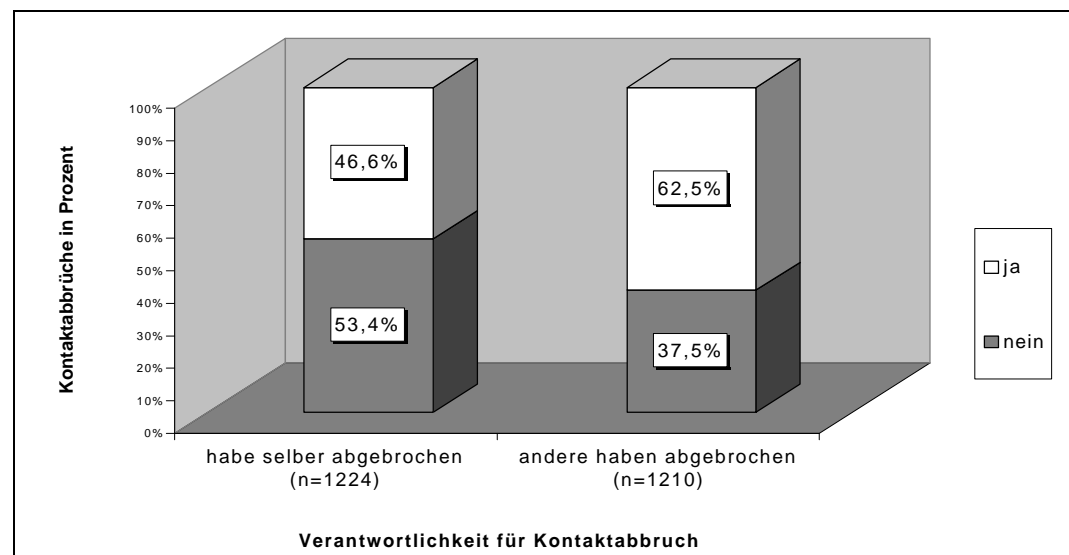
Zustimmung zu Internet-Utopien	Anzahl ,Kontakte‘ <i>1-5 Personen ,kennengelernt‘</i>	<i>6-10 Personen ,kennengelernt‘</i>	<i>> 10 Personen ,kennengelernt‘</i>
Neutralität	36,7%	31,6%	31,6%
Hohe Zustimmungstendenz	25,8%	20,8%	53,4%

Darstellung 55: Die Beziehung von Zustimmungstendenz und Anzahl virtueller Kontakte¹⁰⁸

Hohe ‚Zustimmungstendenz‘ zu Internet-Utopien geht mit einer hohen Anzahl an ‚kennengelernten‘ Personen einher.

aa) E-Mail-Kontakte

‚E-Mail‘-Kommunikation stellt die häufigste virtuelle ‚Kontaktart‘ dar. Von denen, die eine gültige Antwort abgegeben haben (n=1246), haben **100%** schon einmal ‚E-Mails‘ ‚ausgetauscht‘, d.h. mit jemandem per ‚E-Mail‘ kommuniziert. Darin die Struktur individualisierter Kommunikation nachzuweisen, wäre ein wichtiges Indiz für die Unterstützung der These, daß gesellschaftliche Strukturen die Grundlage der Definition von Internet-Kommunikation sind. In der Tat lassen sich derartige Indizien ausmachen. Aus Darstellung 56 geht hervor, daß **46,6%** schon einmal einen ‚E-Mail‘-Kontakt ‚ohne Erklärung abgebrochen, also auf eine Nachricht hin einfach nicht mehr geantwortet haben‘ (Frage 49; vgl. Abschnitt II.2.a)).

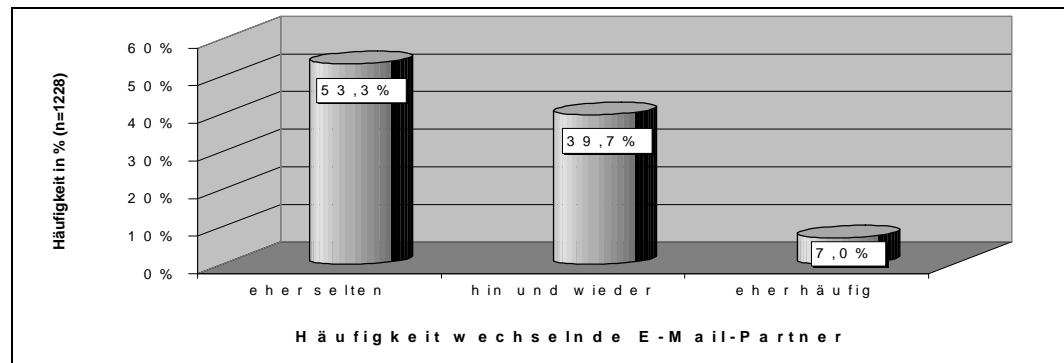


Darstellung 56: Verantwortlichkeit für den Abbruch von ‚E-Mail‘-Kontakten

¹⁰⁸ n=815

62,5% haben angegeben, daß es ihnen selbst schon einmal widerfahren sei, daß andere einen ‚E-Mail‘-Kontakt zu ihnen abrupt und ‚ohne Erklärung‘ abgebrochen hätten (*Frage 49*).

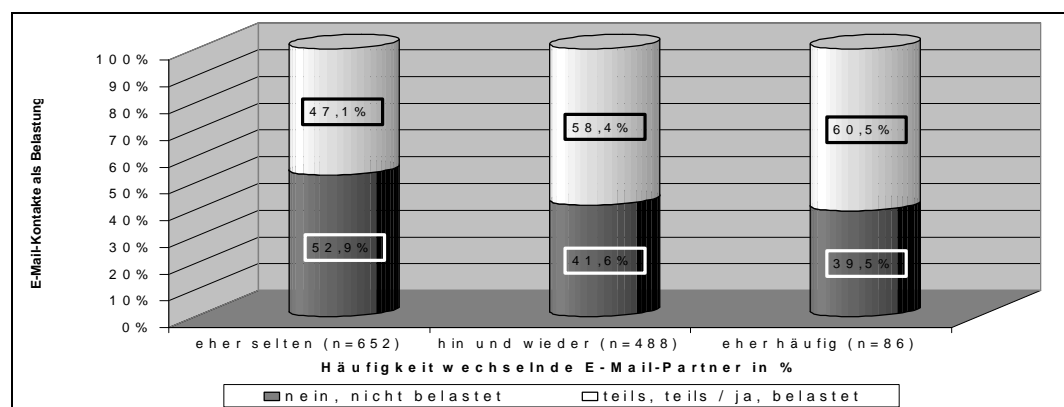
Ein weiteres Indiz individualisierter E-Mail-Kommunikation wären ‚häufig wechselnde‘ ‚E-Mail‘-Kommunikationspartner. Darstellung 57 zeigt jedoch, daß nur **7%** ihre ‚E-Mail‘-Kommunikationspartner ‚eher häufig‘ wechseln.



Darstellung 57: Wechselnde ‚E-Mail‘-Kommunikationspartner

Auf den ersten Blick widerspricht dies Ergebnis der These, daß (virtuelle) Kontakte im Internet lose geknüpft und oftmals unbeständig sind. Doch im Zusammenhang mit der bereits festgestellten Neigung der Nutzer, ‚E-Mail‘-Kontakte abubrechen (siehe Darstellung 56), ist auch eine andere Deutung denkbar. Da es die Regel ist, viele ‚E-Mail‘-Kontakte zu haben, und es (auch nach eigener Erfahrung des Verfassers) sehr mühevoll sein kann, alle Nachrichten umfassend zu beantworten, können zu viele virtuelle ‚Kontakte‘ schnell als Belastung empfunden werden (siehe Abschnitt II.2.a)).

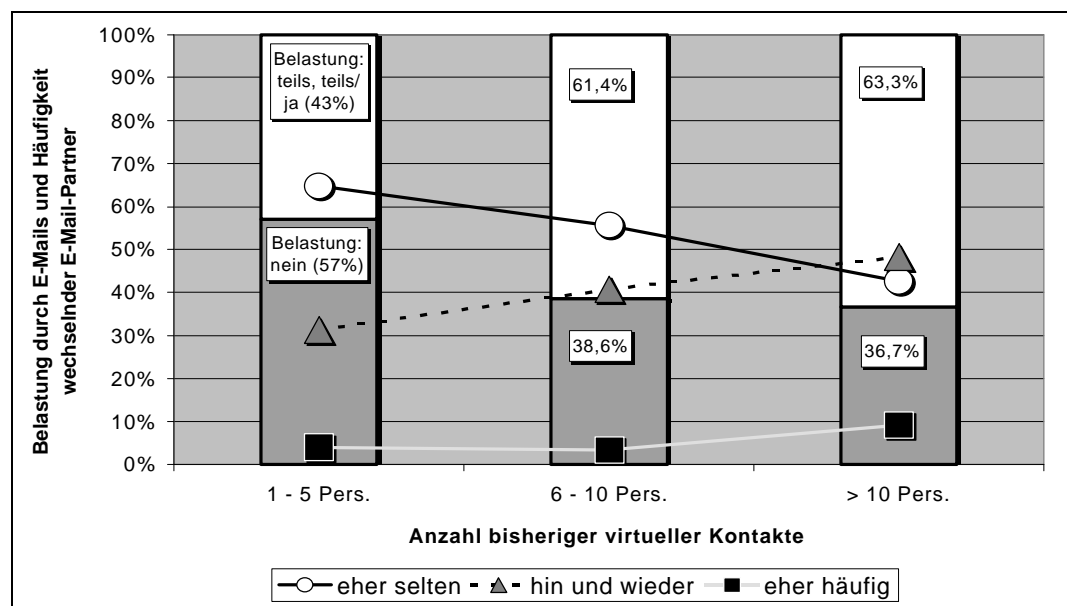
Von daher ist es eine Strategie, viele, verpflichtende Kontakte zugunsten weniger, verpflichtender Kontakte aufzugeben. Auf diese Weise erhalten sich die Nutzer Wahlfreiheit in der Anbahnung sozialer Beziehungen, statt sie aufzugeben. Darstellung 58 zeigt, daß gerade diejenigen, die angeben, ihre ‚E-Mail‘-Kommunikationspartner ‚eher häufig‘ zu wechseln, E-Mail-Kontakte am stärksten als Belastung empfinden (*Frage 47*).



Darstellung 58: E-Mail-Kontakte als Belastung in Abhängigkeit von der Häufigkeit wechselnder ‚E-Mail‘-Kommunikationspartner

Der Unterschied zu denen, die ihre Kommunikationspartner ‚hin und wieder‘ wechseln, beträgt zwar **nur wenig mehr als 2%**, jedoch ergibt sich ein konsistente Zunahme der empfundenen Belastung, wenn man die Gruppe derer, die ihre Kommunikationspartner ‚eher selten‘ wechseln, mit hinzunimmt. Häufig wechselnde ‚E-Mail‘-Kontakte bedeuten ein hohes Schreibaufkommen, das als verpflichtend empfunden werden mag.

Darstellung 59 spiegelt beide Sachverhalte wieder: Je mehr virtuelle ‚Kontakte‘, die ja zumeist per ‚E-Mail‘ ‚gepflegt‘ werden, stattgefunden haben (Rubrikenachse; *Frage 31*), desto öfter werden ‚E-Mail‘-Partner gewechselt (Linien; *Frage 51*) und desto häufiger werden ‚E-Mail‘-Kontakte als Belastung empfunden (Balken; *Frage 47*):



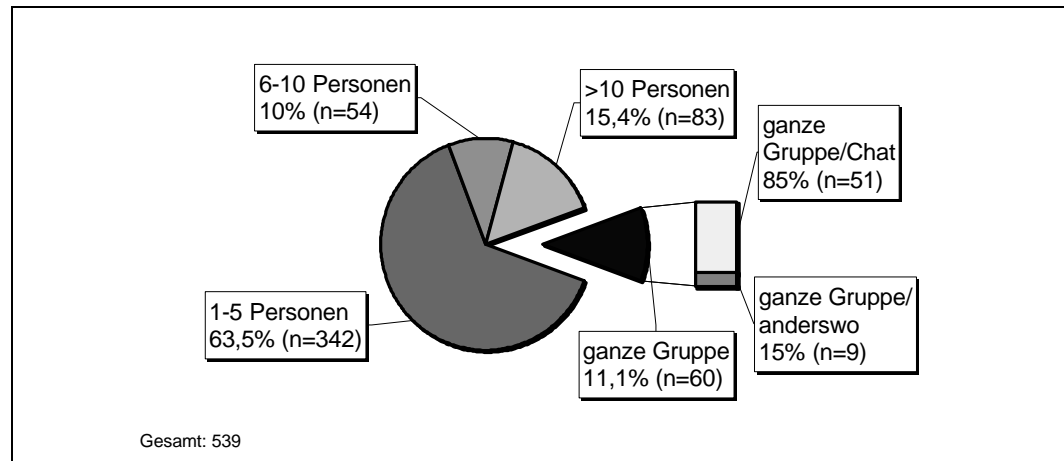
Darstellung 59: Belastung durch ‚E-Mails‘ und Häufigkeit wechselnder ‚E-Mail‘-Kommunikationspartner in Zusammenhang mit der Anzahl bisheriger virtueller ‚Kontakte‘

Daß ‚E-Mail‘-Nutzer nicht ‚eher häufig‘, sondern ‚eher selten‘ ihre ‚E-Mail‘-Kommunikationspartner wechseln, spricht also nicht gegen, sondern für die These, daß ‚E-Mail‘-Kommunikation individualisiert vonstatten geht; denn ‚häufig wechselnde‘ Kommunikationskontakte bedeuten eine erhöhte Verbindlichkeit, und die scheut das individualisierte Individuum.

b) Kontakte im ‚richtigen Leben‘

Anders, als es für virtuelle ‚Kontakte‘ gezeigt werden konnte, ergibt die Analyse von Kontakten im ‚richtigen Leben‘, die durch das Internet vermittelt wurden, eine deutlich höhere Anzahl derer, die ‚nur‘ 1-5 Personen kennengelernt haben, nämlich **63,5%** bzw. **202 Befragte** (*Frage 38*). Dies liegt natürlich an dem wesentlich höheren Aufwand, einen ‚richtigen‘ Kontakt herzustellen.

Die Bezugsgruppe setzt sich aus denjenigen zusammen, die überhaupt schon einmal Menschen über das Internet kennengelernt und im ‚richtigen Leben‘ getroffen haben. Das sind **49,5%** aller Befragten.¹⁰⁹ Ein enormer Wert, der veranschaulicht, wie sehr das Internet heute schon von den „Early Adopters“ (KUBICEK 1996, S. 261) als Medium sozialer Kontakte definiert wird. Darstellung 60 gibt einen genauen Überblick über die Anzahl von Kontakten ‚im richtigen Leben‘, die im Internet, also virtuell, angebahnt wurden.



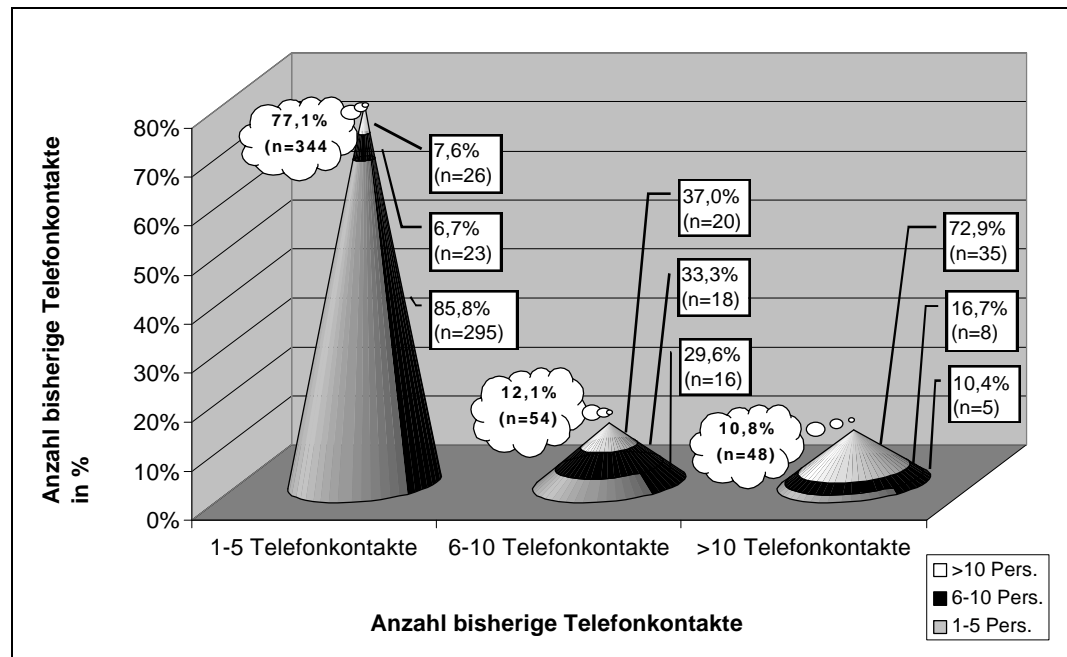
Darstellung 60: Anzahl von Kontakten im ‚richtigen Leben‘

Wie das Schaubild zeigt, sind es sogar **15,4%**, die angeben, mehr als zehn Kontakte gehabt zu haben, bzw. **11,1%**, die eine ganze Gruppe getroffen haben. Dieser letzte Wert dürfte sich durch die Teilnahme an „Relay-Parties“ erklären lassen (vgl. Abschnitt B.II.4). Unter den **60 Personen**, die bereits einmal eine ganze Gruppe getroffen haben, sind **51 Personen**, die Kontakte im ‚richtigen Leben‘ virtuell im Chat anbahnten (Frage 43).

Obwohl geographische Distanzen Kontakte im ‚realen Leben‘ erschweren können, sollte es bei entsprechendem Willen keine Schwierigkeit sein, zumindest eine Person von Angesicht zu Angesicht zu treffen. Von daher ist Darstellung 60 im Vergleich mit den Werten für virtuelle Kontakte (Abschnitt E.IV.1.a) zumindest der Tendenz nach zu entnehmen, daß virtuelle ‚Kontakte‘ nicht zwangsläufig in ‚richtige‘ Kontakte überführt werden. Die Nutzer behalten sich die Entscheidung zu einem solchen Schritt *willentlich* vor.

Diese Vermutung wird durch Darstellung 61 gestützt. Sie bringt die Anzahl von Telefonkontakten, die durch das Internet vermittelt wurden (Frage 39), in einen Zusammenhang mit der Anzahl vermittelter ‚richtiger‘ Kontakte (Frage 40). Die Höhe des Kegels gibt den Anteil derer in Prozent wieder, die jeweils eine bestimmte Anzahl von Personen im Internet ‚kennengelernt‘ und anschließend telefonisch gesprochen haben. So haben **77,1%** derer, die überhaupt schon einmal Kontakte im ‚richtigen‘ Leben bzw. Telefonkontakte hatten, zu bisher 1-5 Personen telefonischen Kontakt unterhalten. Unter diesen **77,1% (n=344)** sind **85,8% (n=295)**, die im ‚realen Leben‘ der gleichen Anzahl von Personen begegnet sind.

¹⁰⁹ n=554



Darstellung 61: Zusammenhang zwischen Kontakten im ‚richtigen Leben‘ und telefonischen Kontakten

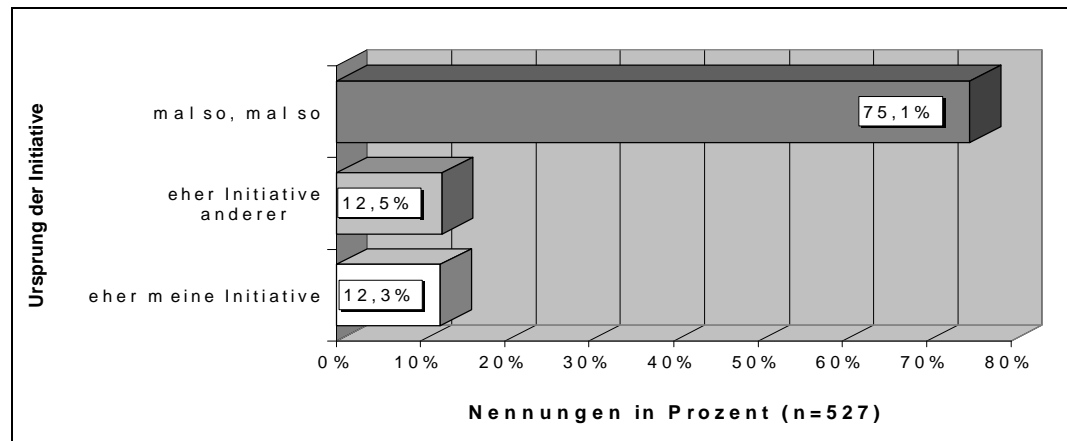
Zwischen die virtuelle Internet-Kommunikation und den Kontakt im ‚richtigen‘ Leben wird also in der Regel ein Telefongespräch geschaltet. Dieser Zusammenhang findet sich auch für die Kategorien ‚6-10 Telefonkontakte‘ sowie ‚>10 Telefonkontakte‘. Die Nutzer bewegen sich im Rahmen gesellschaftlicher Individualisierung, wenn sie sich nicht direkt einem ‚richtigen‘ Kontakt aussetzen, sondern das ‚kommunikative Risiko‘ (vgl. Abschnitt B.II.3.) schrittweise reduzieren, bis sie sich sicher sind, eine Person zu treffen, die ihren Vorstellungen entspricht. Daß diese Vorstellungen trügen können, spielt dabei zunächst einmal keine Rolle.

Wenn Kontakte im ‚richtigen Leben‘ zustandekommen, dann nicht geplant, sondern spontan. Auf die Frage, ob es bewußte Absicht gewesen sei, ‚richtige‘ Kontakte bzw. Telefonkontakte über das Internet herzustellen (*Frage 41*), antworteten **78,8%** derjenigen, die überhaupt schon einmal solche Kontakte gehabt haben, daß sich diese ‚eher von selbst‘ ergeben hätten. Nur **5,2%** unterstellen sich selbst ‚bewußte Absicht‘.¹¹⁰

Dies widerlegt die Annahme, ‚Homepage‘-Betreiber seien ‚kontaktgestört‘ und würden viel Zeit in den Aufbau ihrer ‚Homepage‘ investieren, weil sie nur auf diesem Wege den Mut fänden, soziale Kontakte herzustellen. Das Gegenteil ist der Fall: Internet-Kommunikation ist unverbindlich und spiegelt somit die gesellschaftliche Struktur der Individualisierung wieder. Kontakte kommen wie von selbst zustande, ohne daß ein Kommunikationsteilnehmer die Initiative ergreifen und sich so dem hohen ‚kommunikativen Risiko‘ aussetzen muß, abgelehnt zu werden.

¹¹⁰ n=543

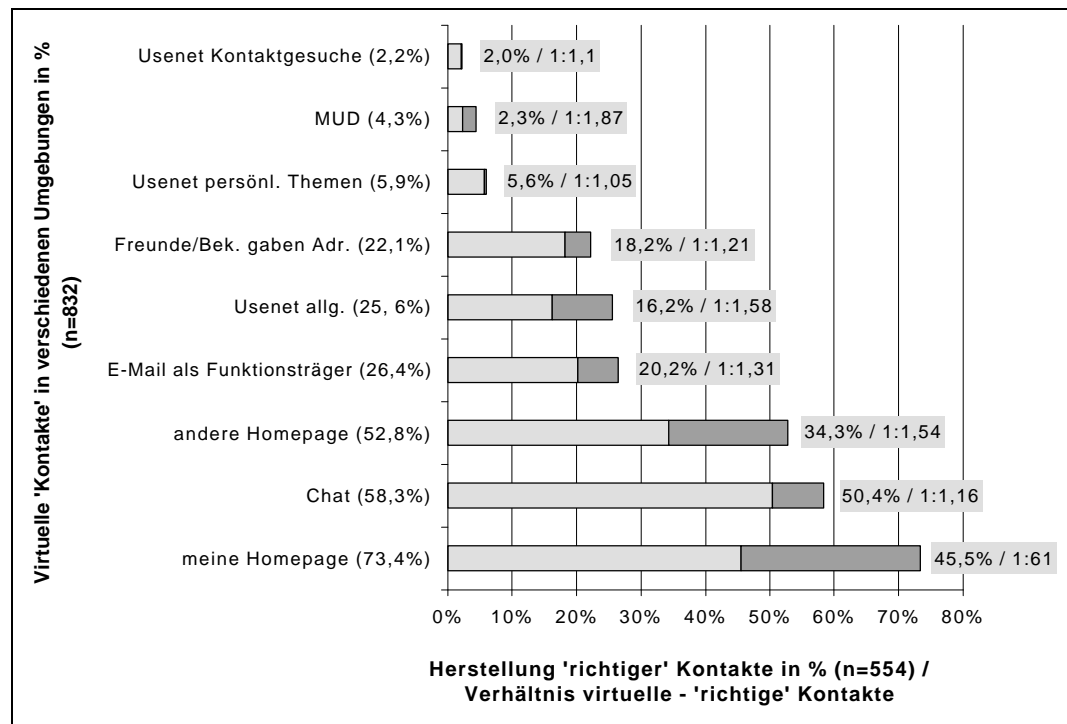
75,1% der Befragten, die überhaupt schon einmal Menschen über das Internet ‚kennengelernt‘ und im ‚richtigen‘ Leben getroffen bzw. telefonisch gesprochen haben (*Frage 37*), gaben an, daß ‚mal sie selbst‘ die Initiative ergriffen, ‚mal der Kommunikationspartner den Impuls zu einem Treffen im ‚realen‘ Leben gegeben habe (*Frage 40*) (Darstellung 62):



Darstellung 62: Initiative zu Kontakten im ‚richtigen Leben‘ / am Telefon

Daß risikoarme bzw. wenig zeitintensive Kommunikationsformen im Internet bevorzugt genutzt werden, zeigt Darstellung 63 (Mehrfachnennungen möglich; Antwortalternativen gekürzt wiedergegeben). Sie stellt die Nutzung verschiedener Internet-Dienste zur Herstellung virtueller Kontakte (*Frage 35*) der Nutzungsintensität eben dieser Dienste zur Herstellung sozialer Kontakte im ‚richtigen‘ Leben gegenüber (*Frage 43*). Angegeben sind die Prozentwerte der jeweils maximal möglichen Zahl der Fälle¹¹¹, also einerseits für virtuelle Kontakte der Anteil derer, die überhaupt schon einmal virtuelle Kontakte gehabt haben – die entsprechenden Prozentwerte sind in Klammern gesetzt; und andererseits für Kontakte im ‚richtigen Leben‘ der Anteil derer, die überhaupt schon einmal Leute im Internet ‚kennengelernt‘ und anschließend im ‚richtigen Leben‘ leibhaftig getroffen haben – die zugehörigen Prozentwerte befinden sich rechts neben den Säulen. Die dunkel schraffierten Säulenenden repräsentieren die prozentualen Differenzen zwischen virtuellen und ‚realen‘ Kontakten. Die Gesamtlänge der Säulen steht also jeweils für den Anteil derer, die in der betreffenden Internet-Umgebung schon Leute virtuell ‚kennengelernt‘ haben, entspricht folglich dem in Klammern gesetzten Prozentwert. Das zahlenmäßige Verhältnis von virtuellen zu ‚richtigen‘ Kontakten ist ebenfalls aufgeführt, und zwar jeweils hinter dem Schrägstrich.

¹¹¹ D.h., die Variablen wurden nicht kreuztabuliert.



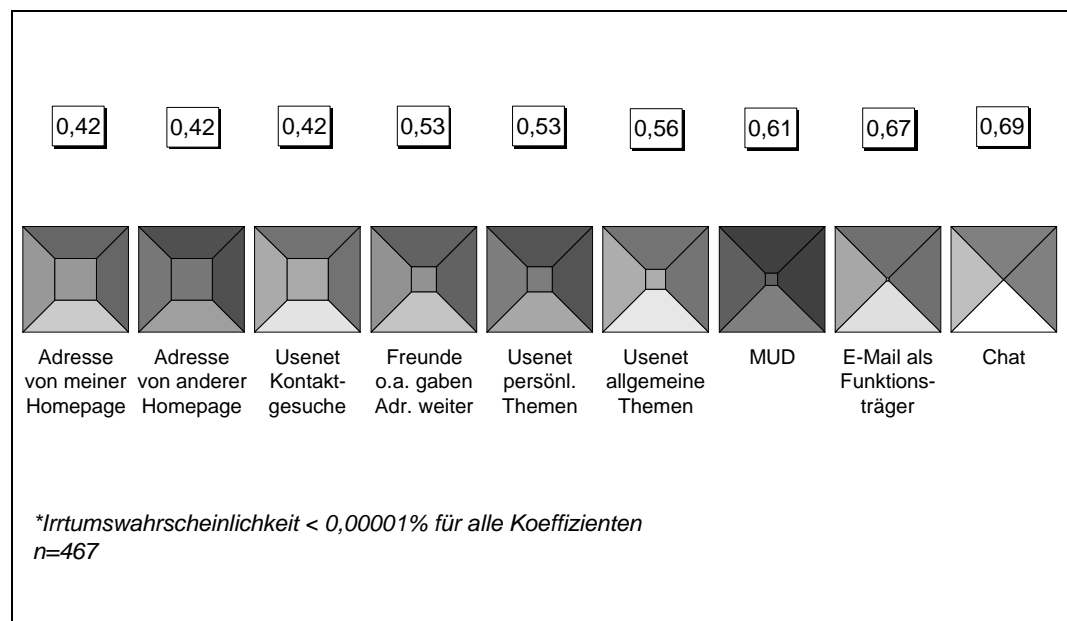
Darstellung 63: Die Nutzung verschiedener Internet-Dienste zur Herstellung virtueller Kontakte im Vergleich mit der Nutzungsintensität dieser Dienste zur Herstellung ‚richtiger‘ sozialer Kontakte

Es sei noch einmal betont, daß insbesondere die Kommunikationsformen, die eine permanente ‚Kommunikationsarbeit‘ verlangen bzw. dem virtuellen ‚Gegenüber‘ die Einordnung in einen sozialen „Rahmen“ (GOFFMAN 1996) abverlangen, kaum dazu genutzt werden, virtuelle Kontakte zu pflegen. Nur **2,2%** derjenigen, die schon einmal virtuelle ‚Kontakte‘ gehabt haben, haben in Kontaktanzeigen-‚Newsgroups‘ virtuelle ‚Kontakte‘ geschlossen, und das, obwohl **25,6%** virtuelle ‚Kontakte‘ in ‚Newsgroups‘ zu allgemeinen Themen hergestellt haben, die Fähigkeit, eine elektronische Kontaktanzeige aufzugeben, also durchaus besteht (siehe Abschnitt E.IV.1.a)]. Auch ‚MUDs‘ (**4,3%**) oder ‚Newsgroups‘ mit persönlichen Themen (**5,9%**) werden von den Nutzern kaum für virtuelle ‚Kontakte‘ genutzt. Mit ‚richtigen‘ Kontakten verhält es sich für diese beiden Kontaktbereiche ebenso (**2,3%** bzw. **5,6%**).

Die eigene ‚Homepage‘ und ‚fremde‘ ‚Homepages‘ dagegen stellen eine oft genutzte Möglichkeit dar, virtuelle wie auch darüber vermittelte ‚richtige‘ Kontakte einzugehen. Dies ist keine Überraschung, wenn man bedenkt, daß ‚Homepage‘-Betreiber befragt wurden. Doch selbst wenn ‚Homepages‘ bewußt erstellt würden, um virtuelle und ‚richtige‘ Kontakte herzustellen, so wird dadurch die generelle Aussage nicht geschmälert, daß die Nutzer von ‚Homepages‘ diese als Kommunikationsmittel bevorzugt verwenden, wenn sie sie betreiben. Schließlich kann man eine ‚Homepage‘ ‚besitzen‘ und dennoch in erster Linie Kontakte über das ‚Usenet‘ herstellen (wollen). Entscheidend ist vor allem der Punkt, daß **73,4%** der befragten ‚Homepage‘-Betreiber in bezug auf ihre ‚Homepage‘ *von anderen Personen* angeschrieben werden.

Selektionseffekte spielen in solchen Fällen von vornherein keine Rolle. **45,5%** der Befragten haben schon Kontakte im ‚richtigen‘ Leben hergestellt, die auf solche Weise virtuell vorbereitet wurden. Insgesamt scheint die ‚Homepage‘ ein geeignetes Mittel zu sein, in der individualisierten Gesellschaft zunächst unverbindlich Informationen über den anderen einzuholen und ihn bei einem positiven ersten Eindruck anzuschreiben.

Diese Möglichkeit bietet auch das ‚Chatten‘, das **58,3%** der Nutzer, die schon virtuelle ‚Kontakte‘ hatten, für die Anbahnung eben solcher Kontakte gebrauchten. Es hat eine sehr gute Ausschöpfungsquote von **1 : 1,16**, d.h. gegenüber diesen **58,3** verdanken **50,4%** derjenigen, die schon einmal einen ‚realen‘ Kontakt über das Internet hergestellt haben, dem ‚Chatten‘ die Vermittlung ‚realer‘ Kontakte. Die Quoten für Kontakte, die über die eigene ‚Homepage‘ bzw. ‚fremde‘ ‚Homepages‘ vermittelt wurden, liegen weit schlechter, nämlich bei **1 : 1,61** bzw. **1 : 1,54**, was für die Unverbindlichkeit dieses Kommunikationsmediums spricht. Das ‚Chatten‘ wird als Kommunikationsform bevorzugt gewählt, ‚obwohl‘ daraus in vielen Fällen ‚reale‘ Sozialkontakte entstehen, d.h. das ‚kommunikative Risiko‘ hoch ist. Es nimmt damit eine Sonderstellung ein, wie auch Darstellung 64 veranschaulicht. Sie bezieht sich auf die Personen, die angaben, bereits virtuelle *und* ‚reale‘ soziale Kontakte gehabt zu haben. Für jeden Internet-Dienst wurde eine eigene Vierfeldertafel erstellt, die virtuelle und ‚richtige‘ Kontakte in eine direkte Beziehung setzt. Es ergaben sich neun Phi-Koeffizienten, deren Höhe zum Ausdruck bringt, wie stark der Zusammenhang zwischen virtuellen Kontakten innerhalb eines bestimmten Kommunikationsdienstes und daraus resultierenden ‚tatsächlichen‘ Kontakten im ‚richtigen‘ Leben ist, die innerhalb dieses Kommunikationsdienstes vorbereitet wurden.



Darstellung 64: Phi-Koeffizienten für die jeweiligen Zusammenhänge zwischen virtuellen und ‚richtigen‘ Kontakten

Der Koeffizient nimmt für Kontakte, die über ‚Homepages‘ vermittelt wurden, die niedrigsten, fürs ‚Chatten‘ die höchsten Werte an. Niedrige Werte zeigen individualisierten Gebrauch an: Es werden viele virtuelle Sozialkontakte unterhalten, die Entscheidung für ein Treffen in der ‚wirklichen‘ Welt wird jedoch mit Bedacht gefällt.

Warum das ‚Chatten‘ in der individualisierten Gesellschaft ‚trotzdem‘ zu einem hohen Prozentsatz genutzt wird, dürfte sich daraus erklären, daß ‚Chatter‘, wie die Untersuchung DÖRINGs (vgl. 1995) gezeigt hat, in der Regel besonders gesellige Nutzer sind, die es in ihrem ‚realen‘ Leben gewohnt sind, lose Kontakte herzustellen, so daß sie das ‚kommunikative Risiko‘ eines ‚richtigen‘ Kontaktes von vornherein gering veranschlagen (siehe Abschnitt B.II.4.). Diese Tatsache kann jedoch nur vermutet werden.

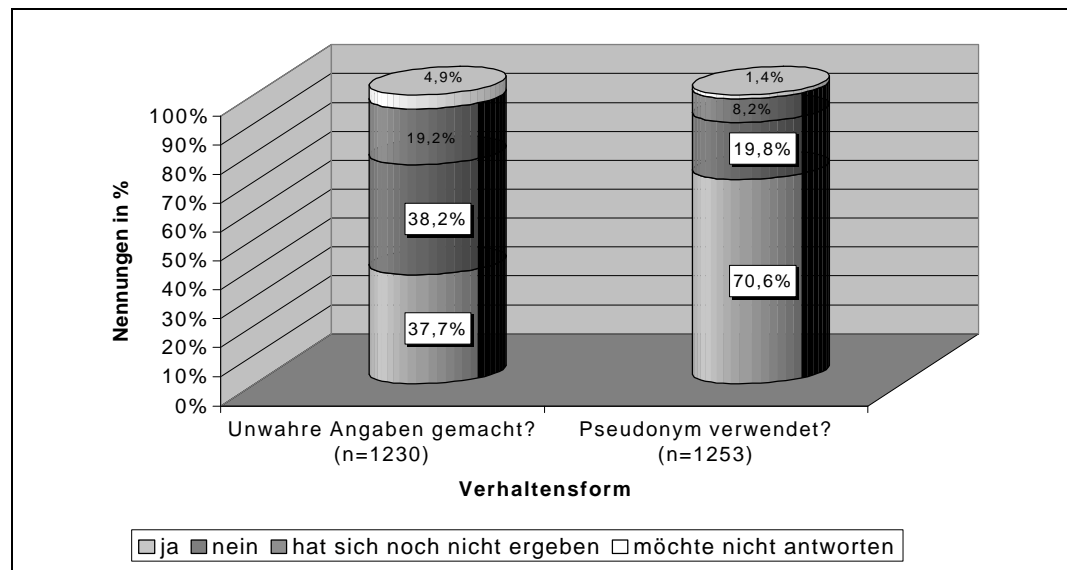
These 6a, wonach virtuelle wie ‚richtige‘ Kontakte das Merkmal der Individualisierung tragen, hat sich stützen lassen. Das dazu auch eine gewisse Anonymität gehört, zeigt Abschnitt E.IV.1.c].

c) Anonymität

Ein weiterer Aspekt gesellschaftlicher Individualisierung, der sich in der Internet-Kommunikation wiederfindet, ist die ‚Anonymität‘:

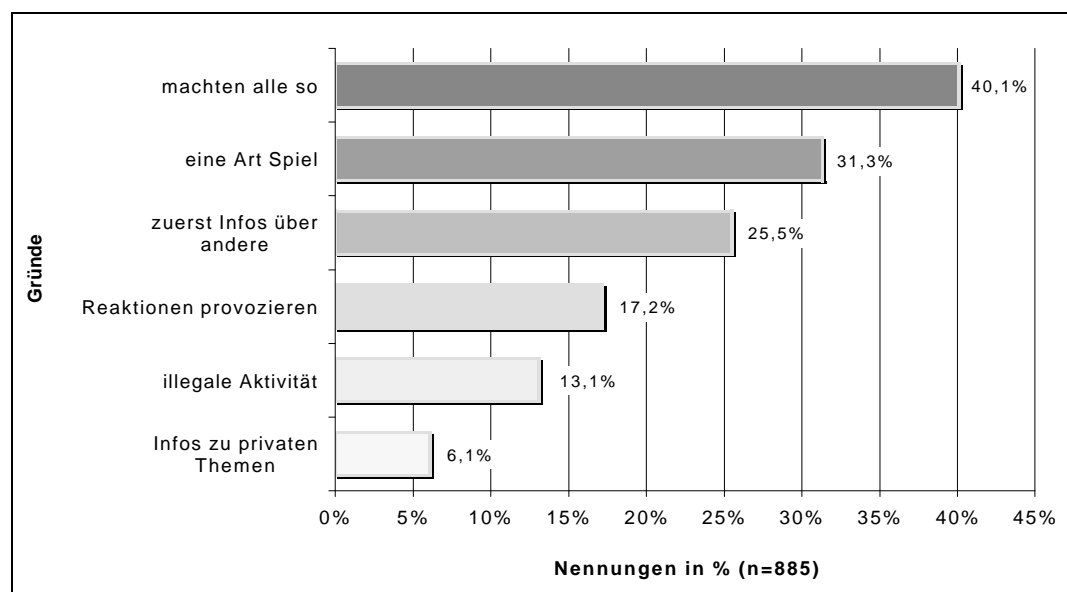
These 6b: Daß virtuelle wie ‚richtige‘ Kontakte das Merkmal der Individualisierung tragen, offenbart sich auch in einer gewissen Anonymität von Internet-Kommunikation.

37,7% der befragten Nutzer haben im Internet nach eigener Auskunft schon einmal unwahre Angaben gemacht, wenn es darum ging, ‚persönliche Angaben‘ zu machen (Darstellung 65; Frage 22). Bedenkt man, daß **4,9%** angegeben haben, nicht antworten zu wollen und sich eine Situation, in der man persönliche Angaben machen muß, für **19,2%** noch gar nicht ergeben hat, dann ist dies ein hoher Wert, der zugleich das Mißtrauen der Befragten gegenüber der Datensicherheit im Internet zum Ausdruck bringt.



Darstellung 65: Anonymes ‚Verhalten‘ im Internet?

70,6% der Befragten haben schon einmal ein Pseudonym verwendet (*Frage 23*). Dies ist ein gewichtiges Indiz dafür, daß Internet-Kommunikation sich im Rahmen von Individualisierung vollzieht. Dieser individualisierte Mediengebrauch ist inzwischen schon zum Standard geworden: **40,1%** der Befragten, die schon einmal ein Pseudonym verwendet haben, taten dies nach eigenen Angaben darum, ‚weil es alle so machten‘ (Darstellung 66; Mehrfachantworten möglich; *Frage 24*). Individualisierung und Integration schließen sich also nicht aus! Man sieht, wie sich die Nutzer aneinander orientieren. Der Aspekt der Individualisierung kommt auch darin zum Ausdruck, daß für **31,3%** die Verwendung eines Pseudonyms ‚eine Art Spiel‘ bedeutet, die Kommunikationspartner also bis zu einem gewissen Grade zum ‚Erlebnisobjekt‘ gemacht werden.



Darstellung 66: Gründe für die Verwendung eines Pseudonyms

Zu **25,5%** behalten sich die Nutzer vor, ihre Identität preiszugeben, und benutzen das Pseudonym dazu, zuerst ‚Informationen‘ über den potentiellen Kommunikationspartner einzuholen. Auch das ist ein Aspekt von Individualisierung.

Die These 6b, daß virtuelle wie ‚richtige‘ Kontakte das Merkmal der Individualisierung tragen, offenbart sich alles in allem auch in einer gewissen Anonymität von Internet-Kommunikation. Die Nutzer verwenden häufig Pseudonyme, machen unwahre Angaben und halten persönliche Informationen z.T. solange zurück, bis sie mehr über ihre Kommunikationspartner erfahren haben.

2. Momente der Integration

Individualisierung und Integration existieren im Internet wie in der Gesamtgesellschaft parallel, bzw. Individualisierung führt zu neuen Formen der Integration. Die Existenz von Integration im (virtuelle ‚Kontakte‘) und durch das Internet (‚reale‘ Kontakte) ist schon allein durch die Anzahl der hergestellten Kontakte hinreichend bewiesen worden. Es ergeben sich jedoch noch drei weitere Momente der Integration:

These 7a): Die Nutzer bringen Internet-Kommunikation ein hohes Maß an Wertschätzung entgegen.

These 7b): Die Nutzer stellen Gemeinsamkeiten zwischen sich und anderen Nutzern fest.

These 7c): Die Nutzer machen das Internet zu einem Gesprächsgegenstand im ‚richtigen Leben‘.

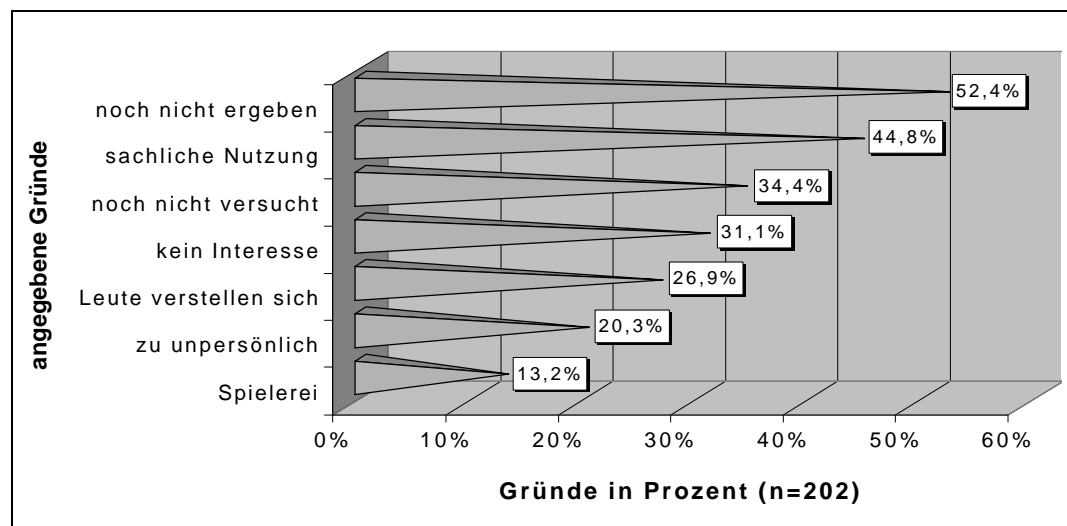
Dazu ist zu sagen, daß die Wertschätzung virtueller Kommunikation nicht selbstverständlich ist. Desweiteren erfordert Integration, wie jede Form der Integration, die Wahrnehmung von Überschneidungen in Einstellungen und Verhalten der Kommunikationspartner. Drittens erfüllt die Sprache eine wichtige integrative Funktion, auch wenn es thematisch ‚nur‘ um Themen wie technische Artefakte, also z.B. das Internet, geht.

a) Zur Wertschätzung virtueller Kommunikation

Daß virtuelle Internet-Kommunikation überhaupt einen Beitrag zur Integration von Nutzern leisten kann, setzt voraus, daß sie Internet-Kommunikation nicht als künstlich empfinden, sondern dieser im Gegenteil eine gewisse Wertschätzung entgegenbringen:

These 7a): Die Nutzer bringen Internet-Kommunikation ein hohes Maß an Wertschätzung entgegen.

Nur **202** aller Befragten gaben an, noch nie virtuelle Kontakte gehabt zu haben (*Frage 30*). Die Gründe dafür sind aber nach Angaben der Befragten nicht unbedingt darin zu suchen, daß virtuelle ‚Kontakte‘ abgelehnt werden. Darstellung 67 listet Gründe auf, die die Befragten bejahen oder verneinen konnten (Mehrfachantworten möglich; *Frage 36*). Die Gründe ‚Hat sich noch nicht ergeben‘ und ‚Ich habe es noch nicht versucht‘ sind dabei unter den drei am häufigsten genannten. Sie bejahen Internet-Kommunikation. Bildet man eine Rangfolge, so befinden sich grundsätzlich ablehnende Gründe auf den hinteren Positionen. So halten nur **13,2%** derjenigen, die noch keine virtuellen ‚Kontakte‘ hatten, ‚Leute kennenlernen‘ im Internet für ‚Spielerei‘. Allerdings geben **44,8%** an, das Internet ‚lieber sachlich‘ zu nutzen. Internet-Kommunikation wird hier also implizit als ‚unsachlich‘ bezeichnet.



Darstellung 67: Nennung von Gründen, warum bisher keine virtuellen Kontakte zustande gekommen sind

Dennoch ergibt sich alles in allem eine Tendenz, daß die Hauptgründe dafür, das Internet nicht zur Herstellung virtueller ‚Kontakte‘ zu nutzen, nicht in einer grundsätzlichen Ablehnung von Internet-Kommunikation zu suchen sind.

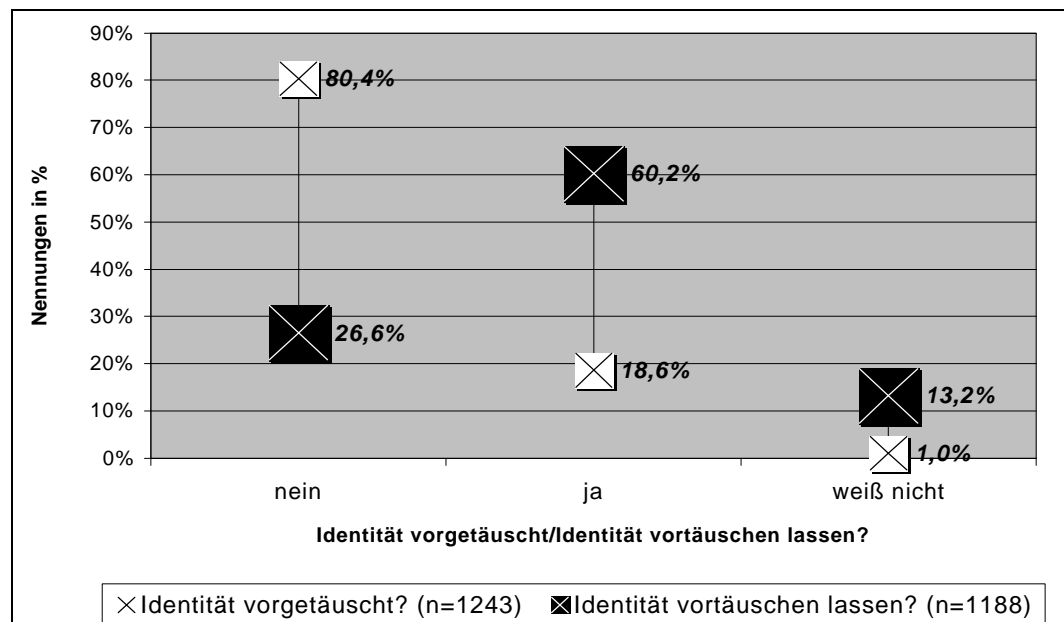
Daß Internet-Kommunikation von der überwiegenden Mehrheit der befragten Nutzer ernstgenommen wird, zeigt auch Darstellung 68. Sie stellt die Ja- und Nein-Antworten auf die *Fragen 53 und 54* dar:

53) ‚Ist es schon vorgekommen, daß Sie innerhalb des Internets (z.B. durch Ihre Homepage/im Chat usw.) vorgegeben haben, etwas zu sein, was Sie eigentlich gar nicht gewesen sind?‘

Diese Frage ist in Darstellung 68 durch die Kurzbezeichnung ‚Identität vorgetäuscht?‘ abgekürzt.

54) *‚Ist es Ihrem Eindruck nach schon vorgekommen, daß andere innerhalb des Internets (z.B. durch deren Homepage/im Chat usw.) Ihnen gegenüber vorgegeben haben, etwas zu sein, was sie eigentlich gar nicht gewesen sind?‘*

In Darstellung 68 ist diese Frage auf die kurze Formel ‚Identität vortäuschen lassen‘ gebracht worden. **80,4%** sind der Ansicht, von sich selbst sagen zu können, noch nie eine Identität vorgetäuscht zu haben. Sieht man vom Problem der ‚Sozialen Erwünschtheit‘ einmal ab, dann drückt dieser hohe Wert die gute Absicht der Nutzer aus, sich im Internet so zu geben, wie sie ‚wirklich‘ sind.



Darstellung 68: Zum Authentizitätsempfinden gegenüber Internet-Kommunikationspartnern und zu eigener Authentizität

60,2% sind allerdings der Meinung, daß ihnen schon einmal eine Identität vorgetäuscht wurde, und **13,2%** wissen auf die Frage keine Antwort. Gerade dieser hohe ‚Weiß-nicht‘-Anteil könnte ein Indiz dafür sein, daß ‚reine‘ Internet-Kommunikationen nicht als ‚tatsächliche‘ soziale Aktionen aufzufassen sind, weil ein latenter „Täuschungsverdacht“ immer besteht (vgl. Abschnitt B.II.4.).

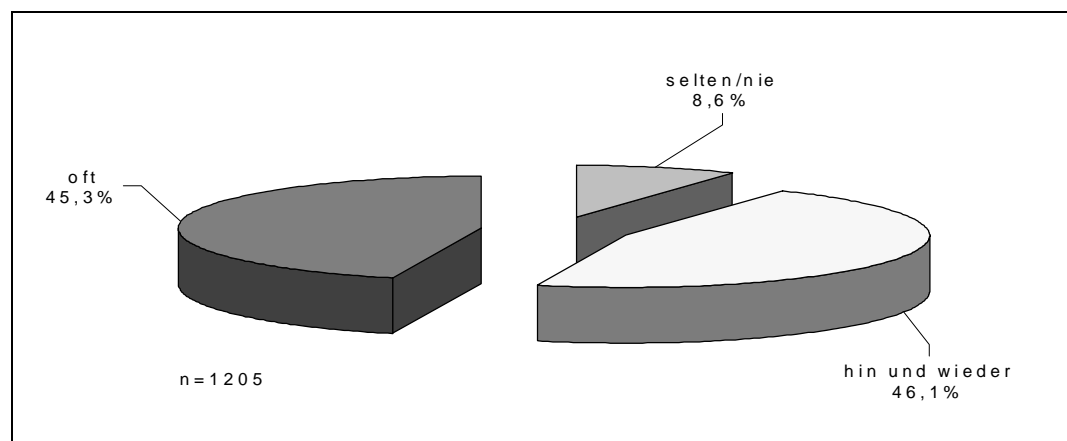
Die ‚Getäuschten‘ wollen mit ihrer Wahrnehmung aber nicht unbedingt zum Ausdruck bringen, daß sie Internet-Kommunikation darum ablehnen. Von denen, die meinen, es sei ihnen schon einmal etwas vorgetäuscht worden, sagen **64,5%**, es ‚störte mich weniger‘, **25,5%**, es ‚störte mich‘ und nur **10%**, es ‚störte mich sehr‘ (n=699) (Frage 55).

D.h. nur **21,8%** aller gültig Antwortenden (Basis: n=1193) beklagen sich über mangelnde ‚Echtheit‘ von Kommunikationspartnern im Internet, bzw.: haben sich schon einmal in der Lage befunden, sich ‚gestört‘ oder ‚sehr gestört‘ gefühlt zu haben.

Daß man ‚sich innerhalb des Internets nicht leibhaftig begegnen kann‘, ist nur **6,6%** ‚eher unwillkommen‘. **67,4%** der Befragten ist diese Kommunikationsform ‚weder willkommen noch unwillkommen‘, und **26,1%** begrüßen diese Art von Begegnung sogar als ‚eher willkommen‘ (*Frage 52*; n=1204). M.a.W.: Die weitaus größte Gruppe sieht also keinen Nachteil virtueller gegenüber ‚realer Kommunikation‘, was auf eine hohe Akzeptanz von Internet-Kommunikation hindeutet.

Nur für **7,4%** der Nutzer bedeutet es einen Nachteil, daß sie Leuten, mit denen sie innerhalb des Internets kommunizieren (z.B. per ‚E-Mail‘), ‚nicht zwangsläufig im leibhaftigen Leben begegnen müssen‘, daß sie also die Wahl haben, ob sie einen Kontakt im ‚richtigen Leben‘ herstellen wollen oder nicht. Für **15,8%** ist dies sogar ‚eher ein Vorteil‘. Die überwältigende Mehrheit, nämlich **76,8%**, sieht darin ‚weder Vor- noch Nachteil‘ (*Frage 56*; n=1183). Auch das spricht dafür, daß Internet-Kommunikation kaum mit der ‚richtigen Kommunikation‘ verglichen wird. Sie wird als eine eigenständige Kommunikationsform ernstgenommen. Sie ist insofern imstande, Gefühle der Integration auszulösen, auch wenn aus techniksoziologisch-theoretischen Gründen nicht von einer ‚tatsächlichen‘ Integration gesprochen werden kann (vgl. Abschnitt A.IV.).

Für die Existenz von gefühlsmäßig erlebter Integration spricht, daß **45,3%** der befragten Nutzer anderen Nutzer schon einmal ‚konkret eine Frage beantwortet haben, d.h. z.B. zu einer ‚Newsgroups‘-Anfrage, ‚E-Mail‘-Anfrage oder ‚Chat‘-Anfrage‘ Stellung genommen haben‘ (*Frage 57*).



Darstellung 69: Hilfestellungen gegenüber anderen Nutzern (konkrete Fragen beantworten per ‚E-Mail‘, im ‚Chat‘ usw.)

Nur **8,6%** haben ‚selten oder nie‘ eine solche Hilfestellung gewährt.

Insgesamt spricht also einiges für die These 7a), daß die Nutzer Internet-Kommunikation ein hohes Maß an Wertschätzung entgegenbringen.

Dies ist eine Voraussetzung für die auf dem Gefühl beruhende Integration durch virtuelle Kommunikation.

b) Einstellungen zu anderen Nutzern

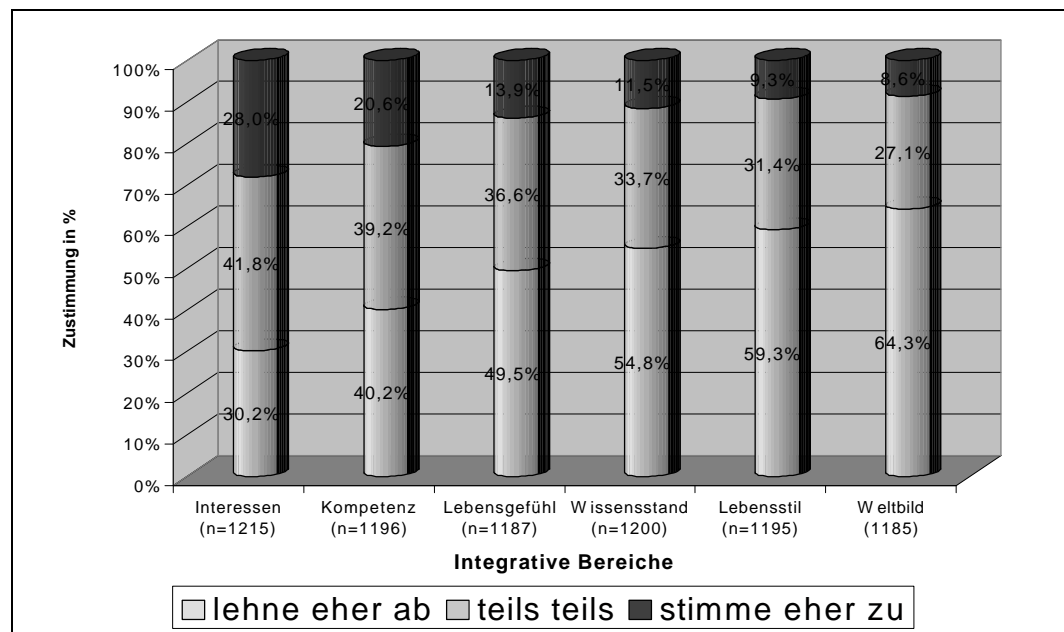
Sich integriert zu fühlen, setzt voraus, Gemeinsamkeiten zwischen sich selbst und in Frage kommenden Mitmenschen festzustellen.

These 7b): Die Nutzer stellen Gemeinsamkeiten zwischen sich und anderen Nutzern fest.

Darstellung 70 faßt zustimmende und ablehnende Antworten zu sechs Bereichen zusammen, in denen sich Nutzer ähneln können (*Frage 45*). Die Nutzer wurden gefragt, ob sie glauben, daß sich die Internet-Nutzer darin ähneln, daß sie (1) ‚ein ähnliches Lebensgefühl besitzen‘ (*Lebensgefühl*), (2) ‚über einen ähnlichen Lebensstil verfügen‘ (*Lebensstil*), (3) ‚ein ähnliches Weltbild haben‘ (*Weltbild*), (4) ‚ähnliche Interessen haben‘ (*Interessen*), (5) ‚auf einem ähnlichen Informationsstand sind, was das öffentliche Leben, Politik, Kultur usw. angeht‘ (*Wissensstand*) sowie (6) ‚ähnlich kompetent sind, mit Informationen aus dem Internet umzugehen, d.h. diese zu verarbeiten, zu vermitteln, zu verbreiten und zu nutzen‘ (*Kompetenz*).

Darstellung 70 zeigt, daß lediglich die Bereiche ‚Interessen‘ und ‚Kompetenz‘ ein gewisses Maß an Zustimmung auf sich vereinigen können. Zählt man ‚stimme-eher-zu‘- und ‚teils-teils‘-Antworten zusammen, dann ergibt sich nur für diese beiden Bereiche **ein Wert von deutlich über 50%**.

Gleiche Interessen zu haben, ist nach SCHULZE (1995) ein entscheidender Integrationsmodus ‚moderner‘ Gesellschaften des ausgehenden zwanzigsten Jahrhunderts. Von daher erscheint über wahrgenommene gleiche Interessen eine Integration über das Internet sehr wohl möglich.



Darstellung 70: Zustimmung der Nutzer zu Aussagen, ob sich ‚die Nutzer‘ untereinander in best. Bereichen ähneln

Diese Interessengleichheit beruht wahrscheinlich auf dem Interesse für Neue Kommunikationstechnologien wie dem Internet. Darum ist ‚Kompetenz‘ der zweite Bereich, in dem deutlich über 50%, nämlich **59,8%** der befragten Nutzer eine gewisse Ähnlichkeit unter ‚den‘ Internet-Nutzern feststellen. Dabei lehnt sich ‚Kompetenz‘ an die übergreifende informationstechnologische Norm an, Informationstechnologien verwenden zu können (vgl. Abschnitt A.III.1.e]aa]).

Eine gewisses Integrationsgefühl auf seiten der Nutzer ist also durchaus zu konstatieren, auch wenn dies nicht für alle genannten Bereiche, sondern nur für den informationstechnologischen Bereich zutrifft.

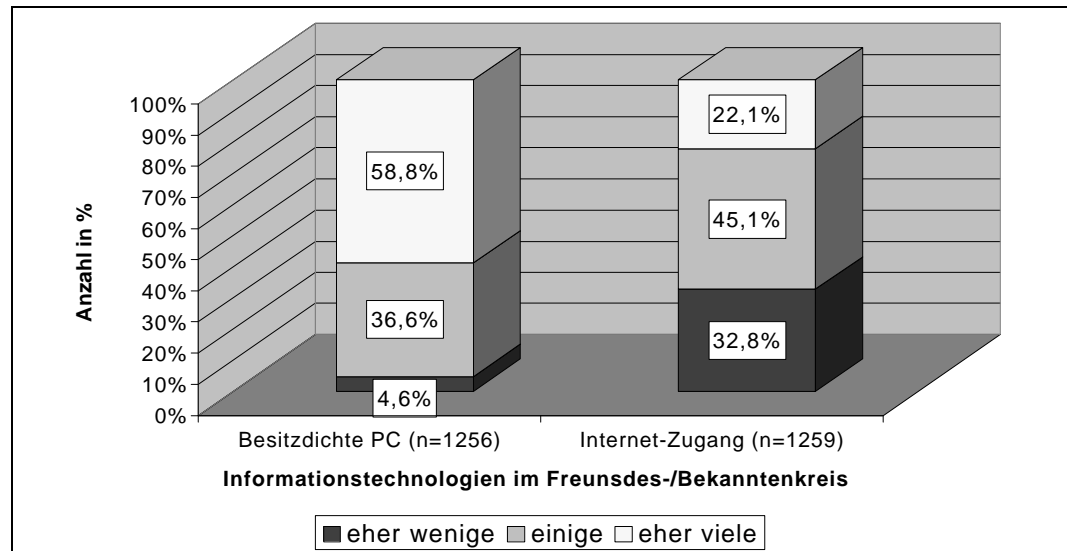
Die These 7b), daß die Nutzer Gemeinsamkeiten zwischen sich und anderen Nutzern feststellen und von daher Integrationsgefühle bestehen, kann also mit einigen Abstrichen gestützt werden.

c) Integration durch Sprache

Sprache erfüllt eine wichtige integrative Funktion, auch wenn es thematisch ‚nur‘ um Themen wie technische Artefakte, also z.B. das Internet geht:

These 7c): Die Nutzer machen das Internet zu einem Gesprächsgegenstand im ‚richtigen Leben‘.

Darstellung 71 zeigt: Von den befragten Nutzern geben nur **4,6%** an, daß ‚eher wenige‘ ihrer Freunde bzw. Bekannte einen PC besitzen (*Frage 6*), und ‚nur‘ **32,8%** haben ‚eher wenige‘ Freunde bzw. Bekannte, die über einen Internet-Zugang verfügen (*Frage 7*).

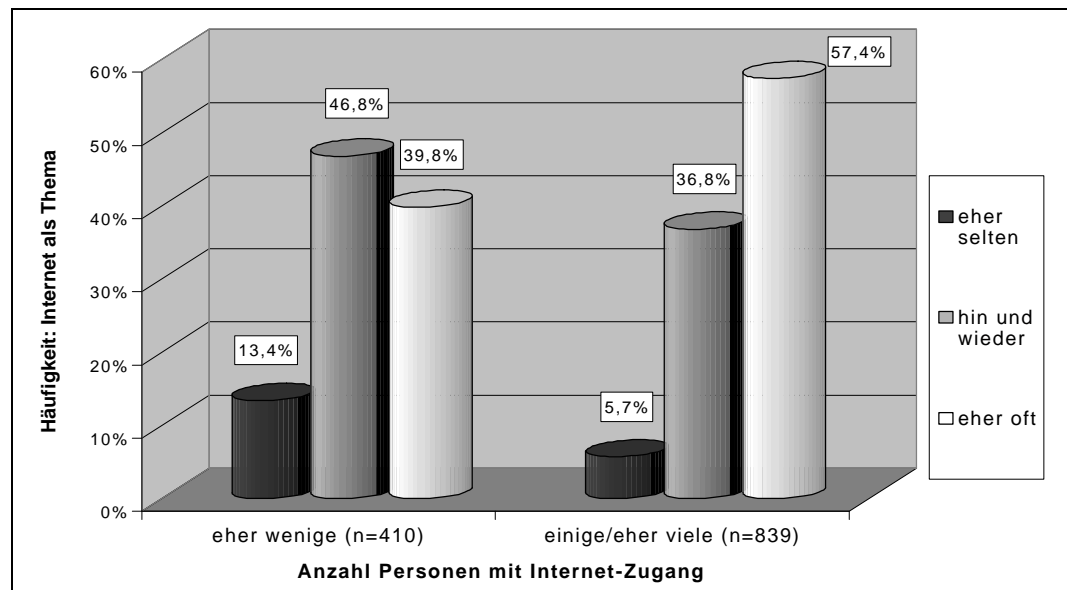


Darstellung 71: PC-Besitz und Internet-Zugang im Freundes- und Bekanntenkreis der Nutzer

Dies ist ein enormer Wert, wenn man an die bisher noch recht dürftigen Zugangszahlen in der Bundesrepublik und in Österreich denkt. Es ist zu vermuten, daß das Computer und Internet, da sie unter Freunden und Bekannten der Nutzer derart verbreitet sind, ein bevorzugtes Gesprächsthema darstellen, das integrierend wirken kann. Dies ist in der Tat so. Nur **8,5%** der Befragten unterhalten sich mit Personen ihres Freundes- bzw. Bekanntenkreises ‚eher selten‘ über Computer/das Internet, aber **40%** ‚teils, teils‘ und sogar **41,5%** ‚eher oft‘ (*Frage 3*).¹¹²

Darstellung 72 bringt zum Ausdruck, daß dies Verhältnis sich eindeutig zugunsten der Kategorie ‚eher oft‘ verschiebt, wenn man die Gruppe derer betrachtet, die ‚einige‘ oder ‚eher viele‘ Personen im Freundes- bzw. Bekanntenkreis haben, die über einen Internet-Zugang verfügen.

¹¹² n=1255



Darstellung 72: Das Internet/der Computer als Gesprächsthema im Bekannten-/Freundeskreis in Abhängigkeit von der Anzahl an Personen im Bekannten-/Freundeskreis mit Internet-Zugang

Nur 5,7% derjenigen, die dieser Gruppe angehören, unterhalten sich ,eher selten‘ mit ihren Freunden bzw. Bekannten über das Internet bzw. den Computer.

These 7c), wonach die Nutzer das Internet zu einem Gesprächsgegenstand im ,richtigen Leben‘ machen, kann als gestützt gelten.

Für die gesamte empirische Analyse gilt: Das Internet wird in der Tat auf verschiedene Weisen sozial definiert. Es wird deutlich, daß nicht nur das Soziale das Technische, sondern das Technische auch das Soziale bestimmen, sprich: erzeugen kann (siehe Abschnitt A.I.2.d)].

F. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Die Idee, technische Artefakte als „soziale Tatbestände“ aufzufassen, ist nicht neu. Auf das Internet wurde sie bisher nur selten angewandt. Statt dessen wurde von einem Interaktionsbegriff ausgegangen, der soziologischen Analysen der ‚wirklichen‘ Welt entstammt, und so getan, als gäbe es all die Computer nicht, die die menschlichen Kommunikationen im Internet über Kabel oder Satelliten vermitteln.

Die vorliegende Untersuchung setzt dagegen bei eben diesen physikalisch-gegenständlichen Apparaturen an und weist anhand einer Literaturschau nach, daß ihre Nutzung gesamtgesellschaftlichen Strukturen folgt. Der theoretische Stellenwert von Internet-Kommunikation wird neu bestimmt: Selbst aus sozialen Definitionsprozessen entstanden, führen die sozialen Gebrauchsweisen des Internets einerseits zur Stabilisierung bereits bestehender gesellschaftlicher Strukturen, andererseits zu neuen sozialen Strukturen. Dieser Vorgang läßt sich als ‚Eigenintegration‘ bezeichnen, weil virtuelle wie auch ‚richtige‘ Kontakte, die über das Internet vermittelt werden, ihren Ausgang im einzelnen Individuum vor seinem Bildschirm nehmen.

Aus der massenmedialen Debatte zur ‚Informationsgesellschaft‘ wurden vier ‚informationstechnologische Normen‘ herauskristallisiert, die die Verbindung von gesellschaftlichen Superstrukturen und der umfassenden ‚informationstechnologischen Norm‘, Informationstechnologien zu verwenden, herstellen.

Aus den gewonnenen Erkenntnissen wurden sieben Thesen entwickelt. Legt man die Prinzipien von ‚Plausibilität‘ und ‚Konsistenz‘ zugrunde, dann konnten diese Thesen gestützt werden.

Aufgabe zukünftiger Forschung muß es sein, Repräsentativität und Authentizität internetbasierter Umfragen noch stärker zu hinterfragen, als dies bisher geschehen ist. Der ‚Interaktionsraum Internet‘ sollte mit den Interaktionsräumen des ‚richtigen Lebens‘ nicht verwechselt, sondern einen eigenen theoretischen Stellenwert zugewiesen bekommen. Dazu könnte das Modell der ‚Eigenintegration‘ einen Beitrag leisten.

G L O S S A R

Anklicken: Das Anwählen eines →„Hyperlinks“, welches zur angewählten →„WWW-Seite“ geleitet

Anonymos Server: Andere Bezeichnung für →„Remailer“.

ASCII-Format: Zeichensatz, der Sonderzeichen ausschließt.

ASCII-Kunst: Elektronische Bilder, die aus →„ASCII“-Zeichen bestehen.

Attachment: Eine beliebige Datei, die zusammen mit einer →„E-Mail“ oder einem →„Newsgroups“-Artikel verschickt wird.

Banner: Grafische Werbefläche im →„WWW“, die bei Anklicken zur entsprechenden →„Seite“ führt.

Big Eight: Die acht übergeordneten Hierarchien des →„Usenet“; Erweiterung der →„Big Seven“.

Big Seven: Alte Bezeichnung dessen, was heute →„Big Eight“ genannt wird, jedoch noch ohne die Hierarchie ‚humanities‘, die erst 1994 hinzukam.

Browser: Software, mit der →„WWW-Seiten“ angezeigt und durchstöbert werden können.

Button: Schaltfläche, die Datenübermittlung in Gang setzt, wenn sie betätigt wird.

CGI-Skripte: Ein in Skriptsprache verfaßtes sog. ‚Common Gateway Interface‘, das es z.B. erlaubt, auf →„WWW“-Ebene bestimmte programmierte Operationen im ‚CGI‘-Bereich eines →„WWW-Servers“ in Gang zu setzen, z.B. auf das Betätigen eines →„Buttons“ hin Fragebogen-Daten in eine Datei auf dem →„WWW“- oder ‚CGI‘-→„Server“ zu schreiben.

Chat: Synchrone Text-Kommunikation; im →„IRC“ über →„Chat-Server“.

Chat-Server: Computer bzw. die Software selbst, die das Betreiben eines →„Chat“-Systems ermöglicht.

Crossposten: Einen Artikel einmal →„posten“ und dabei mehrere →„Newsgroups“ als Adressaten angeben; →„Ressourcen schonender“ als das →„Multiposting“.

de.*-Hierarchie: Gesamtheit deutscher →„Newsgroups“ im →„Usenet“.

Desktop: Graphische Bedienungsoberfläche moderner Betriebssysteme wie WINDOWS.

Disk-by-Mail-Umfragen: Befragte erhalten einen elektronischen Fragebogen, der auf Diskette per traditioneller Post verschickt wird.

Dokument: U.a. andere Bezeichnung für eine →„WWW-Seite“.

Domainname: Teil bzw. Ebene in einer →„Server-Adresse“, den Konventionen eines bestimmten Systems folgend; in der Adresse werden die ‚Domains‘ voneinander jeweils durch einen Punkt getrennt. Beispiel: www.rrz.uni-hamburg.de/intellink

Download: Englischer Begriff für das →„Herunterladen“ von Dateien.

Eine Newsgroup moderieren: →„Newsgroups“-Artikel vor ihrer Veröffentlichung durchlesen und auf Themenorientierung prüfen.

E-Mail: Elektronisches Postsystem, das Nachrichten (auf Textbasis) vom heimischen PC über den →„Server“ des →„Providers“ an den →„Server“ des →„Providers“ des Kommunikationspartners schickt, die dieser von dort direkt oder mittels →„Modem“ beziehen kann.

FollowUp: Öffentliche Antwort auf einen →„Newsgroups“-Artikel.

Frames: Unterteilung einer →„WWW-Seite“ in verschiedene Fenster, innerhalb derer andere →„WWW-Seiten“ angezeigt werden können.

FTP: Dateiübertragungsprotokoll; setzt eine spezielle Software voraus und ermöglicht das →„Herunterladen“ von Dateien.

FTP-Server: Computer, der ausschließlich für das →„Herunterladen“ von Dateien eingerichtet ist; Begriff bezieht sich genaugenommen auf die Software, die dies ermöglicht.

Gästebuch: Öffentliche →„WWW-Seite“, auf der andere Nutzer sich eintragen können; entweder thematisch orientiert oder ‚aus Spaß‘.

Herunterladen: Dateien aller Formate von →„Servern“ des Internets auf den heimischen PC übertragen.

Hit: Angewähltsein einer →„WWW-Seite“.

Homepage: Abrufbare Informationen von Privatpersonen oder sozialen Akteuren, die meist graphisch aufbereitet sind. Eine ‚Homepage‘ besteht aus mindestens einer oder beliebig vielen →„Seiten“ und ist über das →„WWW“ zugänglich. Jede ‚Homepage‘ hat ihre eigene →„Server-Adresse“ und ist in der →„Seitenbeschreibungssprache HTML“ verfaßt.

- Host:** Computer in einem Netzwerk, der gegenseitigen Datenaustausch mit anderen Computern erlaubt. Dazu benötigt er im Internet eine [→„Server-Adresse“](#).
- Hierarchie:** [→„Newsgroups“](#) sind hierarchisch aufgebaut. Eine Vielzahl von thematisch ausdifferenzierten Subhierarchien ordnet sich letztlich acht sog. ‚Top-Level-Hierarchien‘ unter.
- Hyperlinks:** Verweise zwischen [→„WWW-Seiten“](#), die [→„angeklickt“](#) werden können und dann zu der entsprechenden [→„Seite“](#) leiten.
- IETF:** Abkürzung für ‚Internet Engineering Task Force‘ – befaßt sich mit den Standards und der Weiterentwicklung des Internets.
- Internet:** Weltweites Computernetzwerk, das sich aus verschiedenen Diensten zusammensetzt: [→„WWW“](#), [→„Usenet“](#), [→„Mailinglisten“](#), [→„Chat“](#), [→„E-Mail“](#), [→„MUDs“](#) u.a.
- Internet-Cafés:** Cafés (im ‚richtigen‘ Leben) mit internetvernetzten Computern.
- Intranet:** Ein abgeschlossenes Computernetzwerk innerhalb eines Betriebes o.ä. bzw. eines Landes.
- IRC:** Abkürzung für ‚Internet Relay Chat‘; [→„Chat“](#)-System, das auf einer speziellen Software beruht, die viele [→„Chat-Server“](#) miteinander verbindet.
- ISDN:** Abkürzung für ‚Integrated Services Digital Network‘. Leitungsnetz, das u.a. eine schnelle Datenübertragung von bis zu 128.000 kb/s ermöglicht.
- Killfile:** Datei, in die User eingetragen werden können, die nicht befragt sind, weiter an einem bestimmten [→„Chat“](#)-Kanal zu partizipieren, weil sie gegen die [→„Netiquette“](#) verstoßen haben.
- Laden der Homepage:** Übertragen der Daten der [→„Homepage“](#) vom [→„Host“](#) auf den heimischen oder jeden anderen PC.
- Links:** Kurzform für [→„Hyperlinks“](#).
- Mailbomben:** Das massenhafte Versenden großer Dateien an die [→„E-mail“](#)-Adresse anderer, die dadurch blockiert wird.
- Mailinglisten:** Mehr oder weniger öffentliche [→„E-Mail“](#)-Verteilerlisten.
- Mail-Programm:** Spezielle Software, mit der man auf komfortable Weise [→„E-Mails“](#) beziehen, filtern, verarbeiten und lesen kann.
- MINITEL-System:** Französisches [→„Intranet“](#), vergleichbar dem deutschen BTX. Wird ans Internet angeschlossen.
- Modem:** Stellt die (temporäre) Verbindung zwischen Internet-[→„Provider“](#) und heimischem PC her.
- MOOs:** Abkürzung für ‚MUDs Object Oriented‘; strukturell den [→„MUDs“](#) vergleichbar, allerdings vom Selbstverständnis her eine Umgebung, die das soziale Leben abbilden soll.
- MUDs:** Abkürzung für ‚Multi User Dungeon‘ bzw. ‚Multi User Domain‘ bzw. ‚Multi User Dimension‘; textbasierte Rollenspiele in virtueller Umgebung für mehrere Personen.
- Multiposting:** In jede [→„Newsgroup“](#) eine eigene Kopie eines Artikels [→„posten“](#). Belastet Ressourcen und ist unkomfortabel für den Empfänger; besser ist das [→„Crossposting“](#).
- Netiquette:** Verhaltenskodex für die Dienste des Internets. Am bekanntesten ist der [→„RFC1855“](#)
- Newbies:** Spöttischer Ausdruck für unverständige Neulinge im Internet.
- Newsgroups:** Elektronische Diskussionsforen des [→„Usenets“](#)
- Newsreader-Software:** Spezielle Software, mit der man auf komfortable Weise [→„Newsgroups“](#)-Artikel beziehen, filtern, verarbeiten und lesen kann.
- News-Server:** [→„Server“](#) bzw. die auf dem [→„Server“](#) laufende Software, die [→„Newsgroups“](#)-Artikel bezieht, weiterverteilt und zum Lesen anbietet.
- Posten:** Einen Artikel an eine oder mehrere [→„Newsgroups“](#) schicken.
- Pentium-Klasse:** Computer mit einem Chip aus der Pentium-Generation (Fa. Intel) bzw. vergleichbarer Leistungsstärke
- Provider:** Anbieter von Internet-Zugängen.
- Readme-Datei:** Einfache Textdatei namens ‚Readme.txt‘, die die letzten Änderungen oder Fehler einer Software enthält; auch allgemein für eine Datei, in der Begleitinformationen stehen.
- Remailer:** Andere Bezeichnung für [→„Anonymos Server“](#); [→„Server“](#) der dazu dient, bei [→„Newsgroups“](#)-Artikeln, [→„E-Mails“](#) etc. die Absenderadresse gegen eine anonyme Identifikationskennung zu tauschen. Die eigene Identität wird verschleiert.
- Ressourcenverschwendung:** Vorwurf der Netzüberlastung durch Versenden übergroßer Dateien bzw. Nachrichten.

RFC: Abkürzung für ‚Request for Comments‘; Offizieller Standard des ‚IAB‘ (‚Internet Architecture Board‘), dem die →„IETF“ zuarbeitet.

RFC1855: Offizielle →„Netiquette“ des Internets. Entwickelt von der →„IETF“ unter der Schirmherrschaft des ‚IAB‘ (‚Internet Architecture Board‘).

Router: →„Server“, die ausschließlich für die je ökonomischste Weiterleitung von Informationen im Internet eingerichtet wurden. Zwischen zwei Kommunikationsstellen können sich etliche solcher Maschinen befinden.

Seite: Kurzbezeichnung für →„WWW-Seite“ oder →„Homepage“.

Seitenbeschreibungssprache HTML: Programmiersprache, um →„WWW-Seiten“ zu erstellen.

Server-Adresse: Internet-Adresse eines bestimmten →„Servers“ bzw. der daraufhin angezeigten →„Homepage“.

Smileys: Aus →„ASCII“-Zeichen zusammengesetzte Symbole, die nonverbale Kommunikation ersetzen sollen.

Startseite: Erste →„Seite“ einer →„Homepage“ zur Übersicht über folgende →„Seiten“.

Suchmaschine: →„WWW-Seite“, auf der man alle bei dieser ‚Suchmaschine‘ registrierten →„WWW-Seiten“ nach Begriffen durchsuchen kann.

TELNET: Kommunikationssoftware, die die Verbindung zu einem →„Host“ auf der Ebene des Betriebssystems UNIX herstellen kann; Voraussetzung für manche →„Chat“-Systeme.

Usenet: Gesamtheit der →„Newsgroups“.

Webring: Zusammenfassung der Adressen thematisch ähnlicher privater →„Homepages“ auf einer →„WWW-Seite“; eine Art sozialer Interessenverbund.

World Wide Web: Lange Bezeichnung für →„WWW“; Gesamtheit der durch →„Hyperlinks“ vernetzten →„Seiten“ bzw. →„Homepages“. Graphische Benutzeroberfläche des Internets.

WWW: Abkürzung für →„World Wide Web“.

WWW-Seiten: Allgemeine Bezeichnung für →„Homepages“ im →„WWW“. Jede →„Homepage“ ist eine ‚WWW-Seite‘, zeichnet sich jedoch durch die Zuordnung zu einer bestimmten Person/einer bestimmten Organisation aus.

WWW-Server: Computer mit entsprechender →„Server“-Software, auf dem →„WWW“-Dokumente“ abgelegt und ständig abgerufen werden können.

Zugangssseite: →„Seite“, die zu einem limitierten, meist durch Passwort geschützten →„WWW“-Angebot weiterleitet.

ANHANG

I. Das Anschreiben¹¹³

 * Sozialwissenschaftliche Umfrage
 * Diplomarbeit am Institut fuer Soziologie der Universitaet Hamburg
 * Projektleiter: Prof. Dr. Heinz Renn
 * Diplomand : Carsten Carl (Carsten_Carl@public.uni-hamburg.de)

Liebe/r Homepage-Betreiber/in,

ich bitte zunaechst um Verzeihung fuer eine Mail, die von einem Unbekannten kommt! Du wurdest/Sie wurden von mir im Rahmen meiner Diplomarbeit zufaellig, aber handverlesen aus einem Suchmaschinenverzeichnis ausgewaehlt. Meine Untersuchung befasst sich mit den "Sozialen Gebrauchsweisen des Internets".

Dabei geht es um folgende Punkte:

-Einstellungen zu/Umgang mit dem Computer bzw. dem Internet
 -Herstellung von sozialen Kontakten im und ueber das Internet
 Als "Belohnung" fuer's Ausfuellen winkt nach dem Abschicken der Daten ein Link, der zu meiner Homepage fuehrt, wo viele tolle Ueberraschungen warten!

Was zu tun ist:

 Aus stichprobentheoretischen Gruenden werden fuer die Teilnahme an der Untersuchung Username und Passwort benoetigt, DIE ICH HIERMIT MITTEILE!
 USERNAME: Albert
 PASSWORT: Einstein
 Der Link lautet:
<http://www.rrz.uni-hamburg.de/intellink/>
 Dort bitte auf "Fragebogen fuer Homepage-Betreiber" klicken!

Bei zu viel Verkehr auf der Datenautobahn kann das HTML-Dokument downgeloadet werden (15kb):
http://www.rrz.uni-hamburg.de/intellink/download/home_hm.zip
 Nach dem Entzippen laesst es sich dann offline z.B. in NETSCAPE oeffnen (FILE - OPEN FILE IN BROWSER...) und ausfuellen. Dann nur noch kurz online gehen und abschicken - fertig! Unter <http://www.rrz.uni-hamburg.de/intellink/download.html> kann auch eine gezippte oder ungezippte WORD-Version heruntergeladen werden (28kb bzw. 118kb). Fragen zur Untersuchung werden gern beantwortet: Carsten_Carl@public.uni-hamburg.de Untersuchungsergebnisse bzw. die fertige Diplomarbeit stehen zwischen Ende April/Ende Juni 1998 auf meiner Homepage zur Verfuegung.

Wenn kein Interesse/keine Zeit zur Teilnahme bei Dir/bei Ihnen vorhanden ist, wuensche ich trotzdem ein Gutes Neues Jahr! Mit freundl. Gruessen, Carsten Carl.

—
 || °
 / \ °
 | | \ /
 | | _/

¹¹³ Der Text des Anschreibens mußte aus technischen Gründen einige Male geringfügig geändert werden. Alle Versionen befinden sich auf der beiliegenden CD.

II. Projektinformationen

Über das Projekt

1. Die sozialen Gebrauchsweisen des Internets - Der Diskussionsstand

Das Internet bzw. das World Wide Web liefert tagtäglich den verschiedensten Medien Stoff für neue, teils skandalträchtige Nachrichten. Berichtet wird über Sicherheitslücken, über pornographische Inhalte und Nutzungsmöglichkeiten für den einzelnen, z.B. Homebanking, Online-Bestellungen und dergleichen mehr. Oft werden Aussagen gemacht über die möglichen sozialen Folgen des Internets: Der These von der Vereinsamung der Menschen im Computerzeitalter steht dabei die These gegenüber, daß gerade das Internet der Vereinsamung entgegenarbeitet und neue Formen der Vergemeinschaftung entstehen läßt. Die Gegensätzlichkeit solcher Positionen verdeutlicht die Notwendigkeit einer Untersuchung, die danach fragt, welche Hoffnungen die Nutzer selbst an das Internet knüpfen, denn von diesen Erwartungen hängt die Zukunft des Internets ab, nicht von Berichten in den Medien.

Aus diesem Grund enthält der Fragebogen nicht wenige Fragen nach den Einstellungen der Nutzer. Ob das Internet schließlich wirklich einsam macht oder nicht, wirklich eine bestimmte Richtung einschlägt oder nicht, das kann erst die Zukunft zeigen. Zudem sind schon Studien vorhanden, die die sozialen Kontakte von Nutzern im "richtigen Leben" untersucht haben, worüber man in der Netzgemeinde hin und wieder Klagen gehört hat. Der Vorwurf: Die Forscher hätten es nur darauf abgesehen, die einsamkeitsfördernde Wirkung des Internets zu beweisen. Dies soll in der Ihnen vorliegenden Untersuchung nicht geschehen. Es werden zwar durchaus persönliche Fragen gestellt, aber nur solche, die sich darauf beziehen, ob das Internet zu einer Erweiterung der sozialen Kontaktmöglichkeiten der Menschen geführt hat oder nicht. Um soziale Kontakte, die nicht über das Internet vermittelt wurden, geht es nicht. Darum enthält der Fragebogen keinerlei Fragen nach der Anzahl der Freunde der Nutzer etc. Allerdings taucht eine Frage nach dem Familienstand des Befragten auf. Ich hoffe, daß es Ihnen Freude machen wird, den Fragebogen zu beantworten, falls Sie sich dazu entschließen. Natürlich können Sie mir auch jede Art von Kommentar senden.

2. Zusicherung von Datenschutz

Im Fragebogen wird nach Ihrer e-mail-Adresse nicht gefragt. Wenn Sie Ihre Eingaben abschicken, hat dies zur Folge, daß die von Ihnen eingegebenen Daten in einer Datei gespeichert werden. Sie sind schon von daher anonymisiert. Natürlich werde ich die Daten nur zu wissenschaftlichen Zwecken verwenden und in meiner Arbeit nur von statistischen Zusammenhängen sprechen, nicht aber von einzelnen Nutzern.

3. Service für die Befragten

Wenn die Untersuchung abgeschlossen ist, werden die Ergebnisse auf dieser Homepage veröffentlicht. Vielleicht ist es dann interessant für Sie zu sehen, ob Sie mit Ihren Einstellungen im Trend lagen. Natürlich beantworte ich auch dann noch einzelne Fragen zu der abgeschlossenen Arbeit.

Ich danke ihn recht herzlich für Ihre Aufmerksamkeit und wünsche Ihnen alles Gute! Carsten Carl.

III. Fragebogen – Soziale Gebrauchsweisen des Internets

Zu Ihrer Sicherheit!

Vielen Dank, daß Sie sich bereitgefunden haben, meinen Fragebogen auszufüllen!

Alle Angaben, die Sie im folgenden machen, werden streng vertraulich behandelt und in einen Datensatz eingeleitet. Dieser Datensatz wird dann die Grundlage der Ermittlung statistischer Kennwerte sein, aus denen Ihre Identität nicht mehr hervorgehen kann.

Herzliche Grüße, Carsten Carl.

Hinweis: Wenn Sie einzelne Optionsfelder oder Checkboxes einmal nicht sehen, den Bildschirm kurz hoch - und/oder hinunterscrollen!

I. Fragen zu Ihrem Verhältnis zum Computer und zu Ihrer Ausrüstung!

1) Was bedeutet der Computer für Sie persönlich?

Der Computer ist für mich ...

[Mehrfachnennungen möglich !]

<input type="checkbox"/> – ein Werkzeug für private Aufgaben.	com1_1	(0/1)
<input type="checkbox"/> – aus meinem Leben nicht mehr wegzudenken.	com1_2	(0/1)
<input type="checkbox"/> – in meiner Eigenschaft als beruflicher Anwender nur Arbeitsgerät.	com1_3	(0/1)
<input type="checkbox"/> – einsamkeitsfördernd.	com1_4	(0/1)
<input type="checkbox"/> – eine intellektuelle Herausforderung.	com1_5	(0/1)
<input type="checkbox"/> – eher ein Spielzeug.	com1_6	(0/1)
<input type="checkbox"/> – zentraler Bestandteil meiner Freizeitgestaltung.	com1_7	(0/1)
<input type="checkbox"/> – ein Job-Killer.	com1_8	(0/1)
<input type="checkbox"/> – eine gute Möglichkeit, meine Berufschancen zu verbessern.	com1_9	(0/1)
<input type="checkbox"/> ♦ Sonstiges	com1_21	(0/1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	com1_22	(0/1)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	com1_23	(0/1)

2) Seit wann besitzen Sie einen Computer?

<input type="checkbox"/> – Habe z.Zt. keinen eigenen PC	com2	(1)
<input type="checkbox"/> – Seit 0 - unter 6 Monaten	com2	(2)
<input type="checkbox"/> – Seit 6 - unter 12 Monaten	com2	(3)
<input type="checkbox"/> – Seit 1 - unter 2 Jahren	com2	(4)
<input type="checkbox"/> – Seit 2 - unter 3 Jahren	com2	(5)
<input type="checkbox"/> – Seit 3 - unter 4 Jahren	com2	(6)
<input type="checkbox"/> – Seit 4 - unter 5 Jahren	com2	(7)
<input type="checkbox"/> – Seit 5 oder mehr Jahren	com2	(8)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	com2	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	com2	(23)

3) Kommt es eher oft vor, daß Sie sich mit Personen Ihres Freundes- bzw. Bekanntenkreises im "richtigen Leben" über Computer/das Internet unterhalten, oder kommt dies eher selten vor?

<input type="checkbox"/>	– Eher oft	com3	(3)
<input type="checkbox"/>	– Hin und wieder	com3	(2)
<input type="checkbox"/>	– Eher selten	com3	(1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	com3	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	com3	(23)

4) Für welche der folgenden Zwecke verwenden Sie Ihren Computer?

[Mehrfachnennungen sind möglich!]

<input type="checkbox"/>	– Programmieren (höhere Programmiersprachen wie C++)	com4_1	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Textverarbeitung/Tabellenkalkulation	com4_2	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Netzwerkadministration	com4_3	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Grafik - designorientiertes Arbeiten	com4_4	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Grafik - private, gelegentliche Bildbearbeitung	com4_5	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Wissenschaftliche Anwendungsprogramme außer Text - bzw. Tabellenverarbeitung	com4_6	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Berufsbezogene Anwendungsprogramme außer Text - bzw. Tabellenverarbeitung	com4_7	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Betriebssysteme außer WINDOWS/DOS	com4_8	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Internetanwendungen	com4_9	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Datenbanken (z.B. ORACLE)	com4_10	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Computerspiele	com4_11	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Sonstiges	com4_21	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	com4_22	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	com4_23	(0/1)

5) Welchen Prozessortyp enthält Ihr derzeitiger Computer?

[Falls nicht aufgeführt, vergleichbaren Typ auswählen!]

<input type="checkbox"/>	– Habe z.Zt. keinen eigenen PC	com5	(1)
<input type="checkbox"/>	– 286! und früher	com5	(2)
<input type="checkbox"/>	– 386!sx	com5	(3)
<input type="checkbox"/>	– 386!dx	com5	(4)
<input type="checkbox"/>	– 486!sx	com5	(5)
<input type="checkbox"/>	– 486!dx	com5	(6)
<input type="checkbox"/>	– Pentium60 - Pentium120	com5	(7)
<input type="checkbox"/>	– Pentium133 - Pentium200	com5	(8)
<input type="checkbox"/>	– Höher als Pentium200	com5	(9)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	com5	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	com5	(23)

6) Wie viele Personen Ihres Freundes - bzw. Bekanntenkreises im "richtigen Leben", also außerhalb des Internets, besitzen einen PC?

<input type="checkbox"/> – Eher viele	com6	(3)
<input type="checkbox"/> – Einige	com6	(2)
<input type="checkbox"/> – Eher wenige	com6	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	com6	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	com6	(23)

7) Wie viele Personen Ihres Freundes - bzw. Bekanntenkreises im "richtigen Leben" haben Zugang zum Internet?

<input type="checkbox"/> – Eher viele	com7	(3)
<input type="checkbox"/> – Einige	com7	(2)
<input type="checkbox"/> – Eher wenige	com7	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	com7	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	com7	(23)

II. Demographische Angaben, d.h. Angaben zu Ihrer Person

8) Sind Sie männlich oder weiblich?

<input type="checkbox"/> – Männlich	dem8	(1)
<input type="checkbox"/> – Weiblich	dem8	(0)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	dem8	(22)

9) Wie alt sind Sie?

<input type="checkbox"/> – 5 - 10J.	dem9	(1)
<input type="checkbox"/> – 11 - 15J.	dem9	(2)
<input type="checkbox"/> – 16 - 20J.	dem9	(3)
<input type="checkbox"/> – 21 - 25J.	dem9	(4)
<input type="checkbox"/> – 26 - 30J.	dem9	(5)
<input type="checkbox"/> – 31 - 35J.	dem9	(6)
<input type="checkbox"/> – 36 - 40J.	dem9	(7)
<input type="checkbox"/> – 41 - 45J.	dem9	(8)
<input type="checkbox"/> – 46 - 50J.	dem9	(9)
<input type="checkbox"/> – 51 - 55J.	dem9	(10)
<input type="checkbox"/> – 56 - 60J.	dem9	(11)
<input type="checkbox"/> – 61 - 65J.	dem9	(12)
<input type="checkbox"/> – 66 - 70J.	dem9	(13)
<input type="checkbox"/> – 71 - 75J.	dem9	(14)
<input type="checkbox"/> – 76 - 80J.	dem9	(15)
<input type="checkbox"/> – 81 - 85J.	dem9	(16)
<input type="checkbox"/> – 86 - 90J.	dem9	(17)
<input type="checkbox"/> – 91 - 95J.	dem9	(18)
<input type="checkbox"/> – 96 - 100J.	dem9	(19)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	dem9	(22)

10) In welchem Land leben Sie zur Zeit?

<input type="checkbox"/>	– Deutschland	dem10	(1)
<input type="checkbox"/>	– USA/Kanada	dem10	(2)
<input type="checkbox"/>	– Österreich	dem10	(3)
<input type="checkbox"/>	– Schweiz	dem10	(4)
<input type="checkbox"/>	– Australien	dem10	(5)
<input type="checkbox"/>	– England/Irland	dem10	(6)
<input type="checkbox"/>	– Japan	dem10	(7)
<input type="checkbox"/>	– Anderes europäisches Land	dem10	(8)
<input type="checkbox"/>	– Anderes außereurop. Land	dem10	(9)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	dem10	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	dem10	(23)

11) Wieviel Geld steht Ihnen monatlich ca. zur Verfügung?

[Angabe in Ihrer Landeswährung!]

<input type="checkbox"/>	– 0 - 499	dem11	(1)
<input type="checkbox"/>	– 500 - 999	dem11	(2)
<input type="checkbox"/>	– 1000 - 1499	dem11	(3)
<input type="checkbox"/>	– 1500 - 1999	dem11	(4)
<input type="checkbox"/>	– 2000 - 2499	dem11	(5)
<input type="checkbox"/>	– 2500 - 2999	dem11	(6)
<input type="checkbox"/>	– 3000 - 3499	dem11	(7)
<input type="checkbox"/>	– 3500 - 3999	dem11	(8)
<input type="checkbox"/>	– 4000 - 4499	dem11	(9)
<input type="checkbox"/>	– 4500 - 4999	dem11	(10)
<input type="checkbox"/>	– 5000 - 5499	dem11	(11)
<input type="checkbox"/>	– 5500 - 5999	dem11	(12)
<input type="checkbox"/>	– 6000 - 6499	dem11	(13)
<input type="checkbox"/>	– 6500 - 9999	dem11	(14)
<input type="checkbox"/>	– 10000 - 19999	dem11	(15)
<input type="checkbox"/>	– Mehr als 20000	dem11	(16)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	dem11	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	dem11	(23)

12) Welcher Berufsgruppe gehören oder gehörten Sie zuletzt an?

<input type="checkbox"/> – Selbständige	dem12	(1)
<input type="checkbox"/> – Selbständige Akademiker	dem12	(2)
<input type="checkbox"/> – Freie Berufe	dem12	(3)
<input type="checkbox"/> – Leitende Angestellte	dem12	(4)
<input type="checkbox"/> – Höher qualifizierte Angestellte	dem12	(5)
<input type="checkbox"/> – Qualifizierte Angestellte	dem12	(6)
<input type="checkbox"/> – Facharbeiter	dem12	(7)
<input type="checkbox"/> – Angelernte/ungelernte Arbeiter	dem12	(8)
<input type="checkbox"/> – Beamte	dem12	(9)
<input type="checkbox"/> – Studierende	dem12	(10)
<input type="checkbox"/> – Schüler	dem12	(11)
<input type="checkbox"/> – In anderweitiger Ausbildung	dem12	(12)
<input type="checkbox"/> ♦ Sonstiges	dem12	(21)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	dem12	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	dem12	(23)

13) Sind Sie in Ihrem Beruf/Studium usw. mit Computern befaßt?

<input type="checkbox"/> – Ja, sehr intensiv	dem13	(4)
<input type="checkbox"/> – Ja, intensiv	dem13	(3)
<input type="checkbox"/> – Ja, ein wenig	dem13	(2)
<input type="checkbox"/> – Nein, gar nicht	dem13	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	dem13	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	dem13	(23)

14) Welchen höchsten Schulabschluß besitzen Sie?

<input type="checkbox"/> – Ohne Abschluß	dem14	(1)
<input type="checkbox"/> – Sonderschule	dem14	(2)
<input type="checkbox"/> – Hauptschule	dem14	(3)
<input type="checkbox"/> – Realschulabschluß	dem14	(4)
<input type="checkbox"/> – Abitur	dem14	(5)
<input type="checkbox"/> – Universität/Fachhochschule	dem14	(6)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	dem14	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	dem14	(23)

III. Nun einige Fragen, die das Betreiben einer Homepage betreffen!

15) Betreiben Sie z.Zt. eine eigene Homepage?

<input type="checkbox"/> – Ja	hom15	(1)
<input type="checkbox"/> – Nein	hom15	(0)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	hom15	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	hom15	(23)

- ☐ [Falls ja: Bitte weiter mit Frage Nr. 16.]
- ☐ [Falls nein: Bitte weiter mit [Frage Nr. 17](#).]

16) Aus welchen inhaltlichen Elementen setzt sich die von Ihnen betriebene Homepage zusammen?

[Mehrfachnennungen möglich!]

<input type="checkbox"/> – Hilfen für andere Nutzer (Spiele-Tips, Link-Sammlungen, Kochrezepte o.ä.)	hom16_1	(0/1)
<input type="checkbox"/> – Eingescanntes Bild/eingescannte Bilder von mir	hom16_2	(0/1)
<input type="checkbox"/> – Darstellung meiner politischen Ansichten	hom16_3	(0/1)
<input type="checkbox"/> – Angaben zu meiner Person im Stil eines Lebenslaufs (Schulbildung, Beruf usw.)	hom16_4	(0/1)
<input type="checkbox"/> – Darstellung persönlicher Interessen (z.B. Hobbys)	hom16_5	(0/1)
<input type="checkbox"/> – Darstellung meiner Lebensphilosophie, z.B. in Form eines Mottos	hom16_6	(0/1)
<input type="checkbox"/> – Darstellung persönlicher Ansichten über Alltägliches	hom16_7	(0/1)
<input type="checkbox"/> – Darstellung persönlicher Erlebnisse, z.B. Kino, Urlaub	hom16_8	(0/1)
<input type="checkbox"/> – Schilderung meiner Lebensweise (Wohnort, Tagesablauf, Freunde o.ä.)	hom16_9	(0/1)
<input type="checkbox"/> – Schilderung persönlicher Probleme	hom16_10	(0/1)
<input type="checkbox"/> ♦ Sonstiges	hom16_21	(0/1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	hom16_22	(0/1)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	hom16_23	(0/1)

IV. Dauer und Intensität der Nutzung des Internets!

17) Wieviel Zeit verbringen Sie ca. pro Woche im Internet?

<input type="checkbox"/> – 0 - unter 5 Stunden	dau17	(1)
<input type="checkbox"/> – 5 - unter 10 Stunden	dau17	(2)
<input type="checkbox"/> – 10 - unter 15 Stunden	dau17	(3)
<input type="checkbox"/> – 15 und mehr Stunden	dau17	(4)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	dau17	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	dau17	(23)

18) Seit wann nutzen Sie das Internet?

<input type="checkbox"/> – Seit 0 - unter 6 Monaten	dau18	(1)
<input type="checkbox"/> – Seit 6 - unter 12 Monaten	dau18	(2)
<input type="checkbox"/> – Seit 1 - unter 2 Jahren	dau18	(3)
<input type="checkbox"/> – Seit 2 - unter 3 Jahren	dau18	(4)
<input type="checkbox"/> – Seit 3 - unter 4 Jahren	dau18	(5)
<input type="checkbox"/> – Seit 4 - unter 5 Jahren	dau18	(6)
<input type="checkbox"/> – Seit 5 oder mehr Jahren	dau18	(7)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	dau18	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	dau18	(23)

V. Angaben zum Umgang mit Informationen aus dem Internet!

19) Stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Umgang mit Informationen aus dem Internet eher zu, oder lehnen Sie sie eher ab?

Menschen mit Zugang zu Informationen aus dem Internet ...

verfügen im Grunde nicht über mehr Informationen als andere, da viele Informationen aus dem Internet nicht sehr nützlich sind.

<input type="checkbox"/>	– Stimme eher zu	inf19	(3)
<input type="checkbox"/>	– Teils, teils	inf19	(2)
<input type="checkbox"/>	– Lehne eher ab	inf19	(1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	inf19	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	inf19	(23)

könnten sich diese Informationen in den meisten Fällen mit dem gleichen oder weniger Aufwand auch anderswo besorgen.

<input type="checkbox"/>	– Stimme eher zu	inf20	(3)
<input type="checkbox"/>	– Teils, teils	inf20	(2)
<input type="checkbox"/>	– Lehne eher ab	inf20	(1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	inf20	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	inf20	(23)

haben oft ein klareres Bild von Ihrer Umwelt als diejenigen, die nichts vom Internet verstehen bzw. nichts davon halten.

<input type="checkbox"/>	– Stimme eher zu	inf21	(3)
<input type="checkbox"/>	– Teils, teils	inf21	(2)
<input type="checkbox"/>	– Lehne eher ab	inf21	(1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	inf21	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	inf21	(23)

lernen schnell, bewußt mit Informationen umzugehen, und werden gerade nicht von Informationen überflutet.

<input type="checkbox"/>	– Stimme eher zu	inf22	(3)
<input type="checkbox"/>	– Teils, teils	inf22	(2)
<input type="checkbox"/>	– Lehne eher ab	inf22	(1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	inf22	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	inf22	(23)

20) Kommt es eher oft vor, daß Sie nicht gezielt nach Informationen suchen, sondern sich "einfach so" wahllos Seiten im Internet anschauen, oder kommt dies eher selten vor?

<input type="checkbox"/>	– Eher oft	inf23	(3)
<input type="checkbox"/>	– Manchmal	inf23	(2)
<input type="checkbox"/>	– Eher selten/nie	inf23	(1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	inf23	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	inf23	(23)

21) Wie schätzen Sie Ihre eigene Fähigkeit ein, mit Informationen aus dem Internet umzugehen, d.h. diese zu verarbeiten, zu vermitteln, zu verbreiten und sinnvoll zu nutzen?

Ich bin in diesem Zusammenhang ...

<input type="checkbox"/>	– sehr fähig.	inf24	(3)
<input type="checkbox"/>	– fähig.	inf24	(2)
<input type="checkbox"/>	– weniger fähig.	inf24	(1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	inf24	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	inf24	(23)

22) Bei einigen Anbietern innerhalb des Internets muß man persönliche Angaben machen. Haben Sie bei einer solchen Gelegenheit schon einmal falsche Angaben gemacht, oder haben Sie dies noch nicht getan?

<input type="checkbox"/>	– Ja, falsche Angaben	inf25	(1)
<input type="checkbox"/>	– Nein, nur wahre Angaben	inf25	(0)
<input type="checkbox"/>	– Hat sich noch nicht ergeben	inf25	(2)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	inf25	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	inf25	(23)

23) Haben Sie im Internet schon einmal ein Pseudonym (Spitzname, Tarnname o.ä.) anstatt Ihres richtigen Namens verwendet, oder ist so etwas noch nie vorgekommen?

<input type="checkbox"/>	– Ja, Pseudonym verwendet	inf26	(1)
<input type="checkbox"/>	– Nein, noch keines verwendet	inf26	(0)
<input type="checkbox"/>	– Hat sich noch nicht ergeben	inf26	(2)
<input type="checkbox"/>	– Kenne ich nicht/kann ich nicht	inf26	(3)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	inf26	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	inf26	(23)

☐ [Falls ja: Bitte weiter mit Frage Nr. 24.]

☐ [Falls nein: Bitte weiter mit [Frage Nr. 25](#).]

24) Können Sie Gründe dafür nennen, warum Sie ein Pseudonym verwendet haben?

[Mehrfachnennungen möglich!]

<input type="checkbox"/>	– Machten irgendwie alle so	inf27_1	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Wollte sehen, wie andere auf mich reagieren	inf27_2	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Bemühte mich um etwas eigentlich nicht ganz Legales (z.B. Software-Cracks)	inf27_3	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Wollte zunächst etwas über die anderen erfahren, bevor ich mehr preisgebe	inf27_4	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Wollte Informationen zu einem privaten Thema (Pornografie, private Probleme usw.)	inf27_5	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– War eine Art Spiel für mich	inf27_6	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Sonstiges	inf27_21	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	inf27_22	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	inf27_23	(0/1)

25) Stimmen Sie den folgenden Aussagen zur Veröffentlichung von persönlichen Informationen im Internet eher zu, oder lehnen Sie sie eher ab?

Im Internet ...

sollte jedermann gedankenlos Dinge veröffentlichen können.

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	inf28	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	inf28	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	inf28	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	inf28	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	inf28	(23)

hätten Kontrollen bezüglich der Inhalte durchaus ihren Sinn.

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	inf29	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	inf29	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	inf29	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	inf29	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	inf29	(23)

wird es nie vollständigen Datenschutz geben können.

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	inf30	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	inf30	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	inf30	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	inf30	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	inf30	(23)

darf sich über unbeabsichtigte Weiterverwendung und Manipulation nicht beklagen, wer Bilder und andere persönliche Informationen von sich veröffentlicht.

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	inf31	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	inf31	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	inf31	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	inf31	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	inf31	(23)

sollte ein gewisses Maß an Anonymität immer erhalten bleiben, da das Internet das einzige Medium ist, in dem auch der Privatmann Tabuthemen öffentlich diskutieren kann.

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	inf32	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	inf32	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	inf32	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	inf32	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	inf32	(23)

kann gesellschaftliche Kontaktarmut zumindest ein wenig gelindert werden, wenn in Zukunft viele Menschen eine persönliche Homepage im Netz haben und damit auch über E-Mail erreichbar sind.

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	inf33	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	inf33	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	inf33	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	inf33	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	inf33	(23)

VI. Interessierende Themen und die Nutzung der Dienste im Internet!

26) Welche Themen sind es, über die Sie sich im Internet hauptsächlich informieren?

[Mehrfachnennungen sind möglich!]

<input type="checkbox"/>	– EDV	the34_1	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Technik allgemein	the34_2	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Sport	the34_3	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Kunst/Kultur	the34_4	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Nachrichten	the34_5	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Sexualität	the34_6	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Themen, die das Internet selbst betreffen	the34_7	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Politik/Gesellschaft	the34_8	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Gesundheit	the34_9	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Bildung (Informationen zu Schule, Beruf, Universität)	the34_10	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Unterhaltungsangebote (Kino - bzw. Fernsehprogramme, Veranstaltungstips usw.)	the34_11	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Recht/Wirtschaft	the34_12	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Private Probleme (in Partnerschaft, Familie, Betrieb usw.)	the34_13	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Wissenschaftliche Disziplinen (Mathematik, Ingenieurwesen usw.)	the34_14	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Sonstiges	the34_21	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	the34_22	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	the34_23	(0/1)

27) Ist es schon vorgekommen, daß Sie sich dazu entschlossen haben, eine Internet-Verbindung herzustellen bzw. aufrechtzuerhalten,

anstatt ...

[Mehrfachnennungen möglich!]

<input type="checkbox"/>	– fernzusehen?	the35_1	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– mit Freunden/Verwandten/Bekannten zu telefonieren?	the35_2	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– einen Brief auf Papier zu schreiben?	the35_3	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– etwas für Schule/Ausbildung/Studium/Beruf zu tun?	the35_4	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– ein Buch zu lesen?	the35_5	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– sich mit Freunden/Verwandten/Bekannten zu treffen?	the35_6	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– auszugehen (Kino, Diskothek, Restaurant, Theater usw.)?	the35_7	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Radio/Musik zu hören?	the35_8	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Computerspiele zu spielen?	the35_9	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– außer Haus tätig zu sein (z.B. Homebanking statt Bankbesuch)?	the35_10	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Sport zu treiben?	the35_11	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– sich zu langweilen?	the35_12	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Zeitschriften/Zeitungen/Magazine zu lesen?	the35_13	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– sonstigen Freizeitbeschäftigungen nachzugehen?	the35_14	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Sonstiges	the35_21	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	the35_22	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	the35_23	(0/1)

28) Kennen Sie die sogenannte "blue ribbon campaign"?

<input type="checkbox"/> – Ja	the36	(1)
<input type="checkbox"/> – Nein	the36	(0)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	the36	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	the36	(23)

29) In welchem Umfang nutzen Sie die verschiedenen Dienste des Internets?**Herunterladen von Dateien**

<input type="checkbox"/> – Eher oft	the37	(3)
<input type="checkbox"/> – Hin und wieder	the37	(2)
<input type="checkbox"/> – Eher selten/nie	the37	(1)
<input type="checkbox"/> – Kenne ich nicht/kann ich nicht	the37	(4)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	the37	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	the37	(23)

Chatten

<input type="checkbox"/> – Eher oft	the38	(3)
<input type="checkbox"/> – Hin und wieder	the38	(2)
<input type="checkbox"/> – Eher selten/nie	the38	(1)
<input type="checkbox"/> – Kenne ich nicht/kann ich nicht	the38	(4)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	the38	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	the38	(23)

Usenet(Newsgroups)-Artikel lesen

<input type="checkbox"/> – Eher oft	the39	(3)
<input type="checkbox"/> – Hin und wieder	the39	(2)
<input type="checkbox"/> – Eher selten/nie	the39	(1)
<input type="checkbox"/> – Kenne ich nicht/kann ich nicht	the39	(4)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	the39	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	the39	(23)

Usenet(Newsgroups)-Artikel schreiben

<input type="checkbox"/> – Eher oft	the40	(3)
<input type="checkbox"/> – Hin und wieder	the40	(2)
<input type="checkbox"/> – Eher selten/nie	the40	(1)
<input type="checkbox"/> – Kenne ich nicht/kann ich nicht	the40	(4)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	the40	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	the40	(23)

Spiele im MUD/MOO o.ä.

<input type="checkbox"/> – Eher oft	the41	(3)
<input type="checkbox"/> – Hin und wieder	the41	(2)
<input type="checkbox"/> – Eher selten/nie	the41	(1)
<input type="checkbox"/> – Kenne ich nicht/kann ich nicht	the41	(4)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	the41	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	the41	(23)

Datenbanken abfragen (Bibliotheksrecherchen, Kleinanzeigen usw.)

<input type="checkbox"/>	– Eher oft	the42	(3)
<input type="checkbox"/>	– Hin und wieder	the42	(2)
<input type="checkbox"/>	– Eher selten/nie	the42	(1)
<input type="checkbox"/>	– Kenne ich nicht/kann ich nicht	the42	(4)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	the42	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	the42	(23)

E-Mail

<input type="checkbox"/>	– Eher oft	the43	(3)
<input type="checkbox"/>	– Hin und wieder	the43	(2)
<input type="checkbox"/>	– Eher selten/nie	the43	(1)
<input type="checkbox"/>	– Kenne ich nicht/kann ich nicht	the43	(4)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	the43	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	the43	(23)

VII. Fragen zu Kontakten, die **innerhalb** des **Internets** **verbleiben**!

⇒ [Alle folgenden Fragen bis zur nächsten Themenüberschrift beziehen sich ausschließlich auf Kontakte **INNERHALB DES INTERNETS**, die nicht über virtuelle Begegnungen hinausgegangen sind .]

⇒ [Es sind also solche Kontakte gemeint, die **NICHT** dazu geführt haben, daß Sie die entsprechenden Personen auch leibhaftig, im "richtigen Leben" getroffen haben .]

30) *Ist es schon einmal vorgekommen, daß Sie innerhalb des Internets jemanden kennengelernt haben, ohne dieser Person später auch "im richtigen" Leben leibhaftig begegnet zu sein/mit dieser Person später telefoniert zu haben?*

<input type="checkbox"/>	– Ja	vr44	(1)
<input type="checkbox"/>	– Nein	vr44	(0)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	vr44	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	vr44	(23)

☐ [Falls ja: Bitte weiter mit Frage Nr. 31 .]

☐ [Falls nein: Bitte weiter mit [Frage Nr. 36](#) .]

31) Wie viele Personen waren es, die Sie innerhalb des Internets kennengelernt, aber "im richtigen" Leben nie getroffen/nie telefonisch gesprochen haben?

<input type="checkbox"/>	– Mehr als 10 Personen	vr45	(3)
<input type="checkbox"/>	– 6 - 10 Personen	vr45	(2)
<input type="checkbox"/>	– 1 - 5 Personen	vr45	(1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	vr45	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	vr45	(23)

32) Hätten Sie sich vorstellen können, diese Netzbekanntschaft/en auch einmal im leibhaftigen, "richtigen" Leben zu treffen/auch einmal telefonisch zu sprechen, oder hätten Sie sich das nicht vorstellen können?

Das hätte ich mir ...

<input type="checkbox"/>	– durchaus vorstellen können.	vr46	(3)
<input type="checkbox"/>	– z.T. vorstellen können.	vr46	(2)
<input type="checkbox"/>	– nicht vorstellen können.	vr46	(1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	vr46	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	vr46	(23)

33) Können Sie Gründe dafür angeben, warum es in den betreffenden Fällen so gewesen ist, daß Sie diese Netzbekanntschaft/en "nur" innerhalb des Internets, also nicht "im richtigen Leben" getroffen/nicht telefonisch gesprochen haben?

[Mehrfachnennungen sind möglich!]

<input type="checkbox"/>	– Ich hatte bisher einfach keine Lust dazu	vr47_1	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Mein/e Kommunikationspartner/innen hatten bisher einfach keine Lust dazu	vr47_2	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Hatte Bedenken, Leute zu treffen, die mir nicht gefallen	vr47_3	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Konnte mir innerhalb des Internets keine Vorstellung von anderen machen	vr47_4	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Hatte schon genug Freunde/Bekannte außerhalb des Internets	vr47_5	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– In Frage kommende Personen wohnten zu weit weg	vr47_6	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Der Reiz bestand gerade darin, die Leute nicht wirklich zu treffen	vr47_7	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Interessierte mich einfach nicht	vr47_8	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Sonstiges	vr47_21	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	vr47_22	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	vr47_23	(0/1)

34) Welcher Art waren die Kontakte zu Menschen innerhalb des Internets, die Sie niemals im "richtigen Leben" getroffen/niemals telefonisch gesprochen haben?

[Mehrfachnennungen sind möglich!]

<input type="checkbox"/>	– Einmaliges loses Gespräch (z.B. im Chat, per E-Mail usw.)	vr48_1	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Mehrmalige lose Gespräche (z.B. im Chat, per E-Mail usw.)	vr48_2	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Einmaliges "tiefes" Gespräch (z.B. im Chat, per E-Mail usw.)	vr48_3	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Mehrmalige "tiefe" Gespräche (z.B. im Chat, per E-Mail usw.)	vr48_4	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Sonstiges	vr48_21	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	vr48_22	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	vr48_23	(0/1)

35) In welcher virtuellen Umgebung innerhalb des Internets haben Sie die Leute kennengelernt, die Sie im "richtigen Leben" nie getroffen/nie telefonisch gesprochen haben?

[Mehrfachnennungen sind möglich!]

<input type="checkbox"/>	– Chat	vr49_1	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– MUD/MOO usw.	vr49_2	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Newsgroups allgemein	vr49_3	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Newsgroups - persönliche Themen	vr49_4	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Newsgroups - Flirts/Kontaktgesuche	vr49_5	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Homepage/s des/der anderen lieferte/n mir E-Mail-Adresse/n	vr49_6	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Meine Homepage lieferte dem/den anderen meine E-Mail-Adresse	vr49_7	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Bekam E-Mail in meiner Funktion als Student, Firmenvertreter, Dozent usw.	vr49_8	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Meine E-Mail-Adresse war von Freunden/Bekannten weitergegeben worden	vr49_9	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Auf sonstige Art und Weise	vr49_21	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	vr49_22	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	vr49_23	(0/1)

☐ **[Falls es noch nicht vorgekommen ist, daß Sie innerhalb des Internets Leute kennengelernt haben, bitte weiter mit Frage Nr. 36 .]**

☐ **[Ansonsten bitte weiter mit [Frage Nr. 37](#) .]**

36) Können Sie Gründe dafür angeben, warum Sie bisher keine Leute innerhalb des Internets kennengelernt haben?

[Mehrfachnennungen sind möglich!]

<input type="checkbox"/>	– Kein Interesse, weil sich die Leute im Internet zu oft verstellen	vr50_1	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Bin daran von vornherein nicht interessiert	vr50_2	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Hat sich noch nicht ergeben	vr50_3	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Möchte ich ganz bewußt nicht, weil ich das für Spielerei halte	vr50_4	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Ist mir zu unpersönlich	vr50_5	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Ich benutze das Internet lieber zu sachlichen Zwecken	vr50_6	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Ich habe es noch nicht versucht	vr50_7	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Sonstiges	vr50_21	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	vr50_22	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	vr50_23	(0/1)

VIII. Treffen von Personen **im leibhaftigen, „richtigen“ Leben!**

⇒ [Dieser Frageblock beschäftigt sich mit Kontakten zu Menschen, die Sie zwar innerhalb des Internets kennengelernt, *DIE SIE DANN ABER AUCH AUßERHALB DES INTERNETS, ALSO IM LEIBHAFTIGEN, „RICHTIGEN LEBEN“ GETROFFEN HABEN.*]

⇒ [Bei aller Ähnlichkeit zu den vorangehenden Fragen geht es also in diesem Abschnitt ausschließlich um leibhaftige Treffen in der „richtigen“ Welt !]

37) Haben Sie schon einmal Menschen im "richtigen Leben" getroffen/telefonisch gesprochen, die Sie zuvor innerhalb des Internets kennengelernt hatten?

<input type="checkbox"/> – Ja	irl51	(1)
<input type="checkbox"/> – Nein	irl51	(0)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	irl51	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	irl51	(23)

☐ [Falls ja: Bitte weiter mit Frage Nr. 38.]

☐ [Falls nein: Bitte weiter mit [Frage Nr. 44](#).]

38) Wie viele Personen haben Sie bisher im "richtigen Leben" leibhaftig getroffen, die Sie zuvor innerhalb des Internets kennengelernt hatten?

<input type="checkbox"/> – Ganze Gruppe (z.B. IRC-Party)	irl52	(4)
<input type="checkbox"/> – Mehr als 10 Personen	irl52	(3)
<input type="checkbox"/> – 6 - 10 Personen	irl52	(2)
<input type="checkbox"/> – 1 - 5 Personen	irl52	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	irl52	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	irl52	(23)

39) Zu wie vielen Personen haben Sie bisher im "richtigen Leben" telefonischen Kontakt hergestellt, die Sie zuvor innerhalb des Internets kennengelernt hatten?

<input type="checkbox"/> – Mehr als 10 Personen	irl53	(3)
<input type="checkbox"/> – 6 - 10 Personen	irl53	(2)
<input type="checkbox"/> – 1 - 5 Personen	irl53	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	irl53	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	irl53	(23)

40) Kamen diese Kontakte zu Menschen im "richtigen Leben"/am Telefon, die Sie zuvor innerhalb des Internets kennengelernt hatten, eher auf Ihre persönliche Initiative hin zustande oder eher auf die Initiative des/der anderen hin?

<input type="checkbox"/>	– Eher auf meine Initiative hin	irl54	(3)
<input type="checkbox"/>	– Mal so, mal so	irl54	(2)
<input type="checkbox"/>	– Eher auf Initiative von anderen	irl54	(1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	irl54	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	irl54	(23)

41) War es eher Ihre bewußte Absicht, Personen erst innerhalb des Internets kennenzulernen und später dann im "richtigen Leben" zu treffen/telefonisch zu sprechen, oder ergab sich dies eher von selbst?

<input type="checkbox"/>	– Ergab sich eher von selbst	irl55	(1)
<input type="checkbox"/>	– Teils, teils	irl55	(2)
<input type="checkbox"/>	– Eher bewußte Absicht	irl55	(3)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	irl55	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	irl55	(23)

42) Welcher Art waren die Kontakte zu Menschen im "richtigen Leben", die Sie zuvor innerhalb des Internets kennengelernt hatten?

[Mehrfachnennungen sind möglich!]

<input type="checkbox"/>	– Einmaliges loses Treffen	irl56_1	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Mehrmaliges loses Treffen	irl56_2	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Entwicklung zu einer Bekanntschaft	irl56_3	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Entwicklung zu einer Freundschaft	irl56_4	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Entwicklung zu einer Partnerschaft	irl56_5	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Reiner telefonischer Kontakt	irl56_6	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Reiner brieflicher Kontakt (Briefe aus Papier!)	irl56_7	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Sonstiges	irl56_21	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	irl56_22	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	irl56_23	(0/1)

43) In welcher virtuellen Umgebung innerhalb des Internets haben Sie die Leute kennengelernt, die Sie später im "richtigen Leben" getroffen/mit denen Sie telefoniert haben?

[Mehrfachnennungen sind möglich!]

<input type="checkbox"/>	– Chat	irl57_1	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– MUD/MOO usw.	irl57_2	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Newsgroups allgemein	irl57_3	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Newsgroups - persönliche Themen	irl57_4	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Newsgroups - Flirts/Kontaktgesuche	irl57_5	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Homepage/s des/der anderen lieferte/n mir E-Mail-Adresse/n	irl57_6	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Meine Homepage lieferte dem/den anderen meine E-Mail-Adresse	irl57_7	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Bekam E-Mail in meiner Funktion als Student, Firmenvertreter, Dozent usw.	irl57_8	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Meine E-Mail-Adresse war von Freunden/Bekannten weitergegeben worden	irl57_9	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Sonstiges	irl57_21	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	irl57_22	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	irl57_23	(0/1)

☐ **[Falls es noch nicht vorgekommen ist, daß Sie im „*RICHTIGEN LEBEN*“ Leute getroffen/telefonisch gesprochen haben, die Sie zuvor innerhalb des Internets kennengelernt hatten, bitte weiter mit Frage Nr. 44 .]**

☐ **[Ansonsten bitte weiter mit [Frage Nr. 45](#) .]**

44) Können Sie Gründe dafür angeben, warum Sie bisher keine Leute im "richtigen Leben" getroffen/keine Leute telefonisch gesprochen haben, die Sie zuvor innerhalb des Internets kennengelernt hatten?

[Mehrfachnennungen sind möglich!]

<input type="checkbox"/>	– Ich will in Chats/MUDs/MOOs/Newsgroups usw. nur Spaß haben	irl58_1	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Ich habe es noch nicht versucht	irl58_2	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Möchte im "richtigen Leben" keine bösen Überraschungen erleben!	irl58_3	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Möchte ich nicht, weil ich lieber Leute auf normalem Wege kennenlerne und treffe	irl58_4	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Zu großer Aufwand	irl58_5	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Habe innerhalb des Internets zu wenig Kontakte, als daß das möglich wäre	irl58_6	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– In Frage kommende Personen wohnten/wohnen zu weit weg	irl58_7	(0/1)
<input type="checkbox"/>	– Interessiert mich einfach nicht	irl58_8	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Sonstiges	irl58_21	(0/1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	irl58_22	
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	irl58_23	(0/1)

IX. Gedanken zu den anderen Nutzern des Internets!

45) Was glauben Sie, gleichen sich die Internet-Nutzer untereinander darin, daß sie ...

ein ähnliches Lebensgefühl besitzen?

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	ged59	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	ged59	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	ged59	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	ged59	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	ged59	(23)

über einen ähnlichen Lebensstil verfügen?

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	ged60	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	ged60	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	ged60	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	ged60	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	ged60	(23)

ein ähnliches Weltbild haben?

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	ged61	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	ged61	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	ged61	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	ged61	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	ged61	(23)

ähnliche Interessen haben?

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	ged62	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	ged62	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	ged62	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	ged62	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	ged62	(23)

auf einem ähnlichen Informationsstand sind, was das öffentliche Leben, Politik, Kultur usw. angeht?

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	ged63	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	ged63	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	ged63	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	ged63	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	ged63	(23)

ähnlich kompetent sind, mit Informationen aus dem Internet umzugehen, d.h. diese zu verarbeiten, zu vermitteln, zu verbreiten und zu nutzen?

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	ged64	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	ged64	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	ged64	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	ged64	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	ged64	(23)

X. Der Versand von elektronischen Nachrichten per E-Mail !

46) Haben Sie überhaupt schon einmal E-Mails ausgetauscht?

<input type="checkbox"/> – Ja	ema65	(1)
<input type="checkbox"/> – Nein	ema65	(0)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	ema65	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	ema65	(23)

☐ [Falls ja: Bitte weiter mit Frage Nr. 47.]

☐ [Falls nein: Bitte weiter mit [Frage Nr. 52](#).]

47) Ist es für Sie schon einmal zur Belastung geworden, Ihre E-Mail-Kontakte zu pflegen, d.h. regelmäßig Antwortbriefe zu schreiben?

<input type="checkbox"/> – Ja	ema66	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	ema66	(2)
<input type="checkbox"/> – Nein	ema66	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	ema66	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	ema66	(23)

48) Ist es schon geschehen, daß Sie einen E-Mail-Kontakt ohne Erklärung abgebrochen, also auf eine Nachricht hin einfach nicht mehr geantwortet haben?

<input type="checkbox"/> – Ja	ema67	(1)
<input type="checkbox"/> – Nein	ema67	(0)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	ema67	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	ema67	(23)

49) Ist es schon geschehen, daß andere einen E-Mail-Kontakt zu Ihnen ohne Erklärung abgebrochen, also auf eine Nachricht von Ihnen einfach nicht mehr geantwortet haben?

<input type="checkbox"/> – Ja	ema68	(1)
<input type="checkbox"/> – Nein	ema68	(0)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	ema68	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	ema68	(23)

50) Haben Sie sich schon einmal darüber geärgert, daß jemand telefonisch/schriftlich erreichbar war, nicht jedoch per E-Mail?

<input type="checkbox"/> – Ja	ema69	(1)
<input type="checkbox"/> – Nein	ema69	(0)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	ema69	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	ema69	(23)

51) Ist es eher so, daß Ihre E-Mail-Kommunikationspartner innerhalb des Internets wechseln, oder ist dies eher nicht so?

Meine E-Mail-Kommunikationspartner wechseln ...

<input type="checkbox"/>	– eher häufig	ema70	(3)
<input type="checkbox"/>	– hin und wieder	ema70	(2)
<input type="checkbox"/>	– eher selten	ema70	(1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	ema70	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	ema70	(23)

XI. Zu den Eigenarten computervermittelter Kommunikation!

52) Ob im Internet Anonymität herrscht oder nicht, darüber kann man geteilter Meinung sein. Festzuhalten ist, daß man sich innerhalb des Internets nicht leibhaftig begegnen kann. Wie schätzen Sie diese Form der Begegnung ein?

Diese Form des Kontaktes ist mir ...

<input type="checkbox"/>	– eher willkommen.	cmc71	(3)
<input type="checkbox"/>	– weder willkommen noch unwillkommen.	cmc71	(2)
<input type="checkbox"/>	– eher unwillkommen.	cmc71	(1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	cmc71	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	cmc71	(23)

53) Ist es schon vorgekommen, daß Sie innerhalb des Internets (z.B. durch Ihre Homepage /im Chat usw.) vorgegeben haben, etwas zu sein, was Sie eigentlich gar nicht gewesen sind?

<input type="checkbox"/>	– Ja	cmc72	(1)
<input type="checkbox"/>	– Nein	cmc72	(0)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	cmc72	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	cmc72	(23)

54) Ist es Ihrem Eindruck nach schon vorgekommen, daß andere innerhalb des Internets (z.B. durch deren Homepage/im Chat usw.) Ihnen gegenüber vorgegeben haben, etwas zu sein, was sie eigentlich gar nicht gewesen sind?

<input type="checkbox"/>	– Ja	cmc73	(1)
<input type="checkbox"/>	– Nein	cmc73	(0)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	cmc73	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	cmc73	(23)

☐ **[Falls ja: Bitte weiter mit Frage Nr. 55.]**

☐ **[Falls nein: Bitte weiter mit [Frage Nr. 56.](#)]**

55) Hat Sie das gestört?

<input type="checkbox"/>	– Störte mich sehr	cmc74	(3)
<input type="checkbox"/>	– Störte mich	cmc74	(2)
<input type="checkbox"/>	– Störte mich weniger	cmc74	(1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	cmc74	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	cmc74	(23)

56) Ist es für Sie eher ein Vorteil oder eher ein Nachteil, daß Sie Leuten, mit denen Sie innerhalb des Internets kommunizieren (z.B. per E-Mail), nicht zwangsläufig im leibhaftigen Leben begegnen?

<input type="checkbox"/>	– Eher ein Vorteil	cmc75	(3)
<input type="checkbox"/>	– Weder Vor- noch Nachteil	cmc75	(2)
<input type="checkbox"/>	– Eher ein Nachteil	cmc75	(1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	cmc75	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	cmc75	(23)

57) Wie oft ist es schon vorgekommen, daß Sie anderen Nutzern konkret eine Frage beantwortet haben, d.h. z.B. zu einer Newsgroups-Anfrage, E-Mail-Anfrage, Anfrage im Chat usw. Stellung genommen haben?

<input type="checkbox"/>	– Oft	cmc76	(3)
<input type="checkbox"/>	– Hin und wieder	cmc76	(2)
<input type="checkbox"/>	– Selten/nie	cmc76	(1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	cmc76	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	cmc76	(23)

XII. Abschließende Ansichten zur Zukunft des Internets!

58) "Das Internet wird in Zukunft zu einem gewissen Teil Aufgaben der Politik übernehmen!"

Lassen Sie diesen Satz gelten für die ...

Förderung der Demokratie?

<input type="checkbox"/>	– Stimme eher zu	zuk77	(3)
<input type="checkbox"/>	– Teils, teils	zuk77	(2)
<input type="checkbox"/>	– Lehne eher ab	zuk77	(1)
<input type="checkbox"/>	♦ Möchte nicht antworten	zuk77	(22)
<input type="checkbox"/>	♦ Weiß nicht	zuk77	(23)

Aufrechterhaltung der Meinungsfreiheit?

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	zuk78	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	zuk78	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	zuk78	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	zuk78	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	zuk78	(23)

Aufhebung der Vereinsamung von isolierten Menschen (z.B. älteren Menschen)?

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	zuk79	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	zuk79	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	zuk79	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	zuk79	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	zuk79	(23)

Förderung der Völkerverständigung?

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	zuk80	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	zuk80	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	zuk80	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	zuk80	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	zuk80	(23)

Erhaltung bzw. Schaffung neuer Arbeitsplätze?

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	zuk81	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	zuk81	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	zuk81	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	zuk81	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	zuk81	(23)

Herstellung einer neuen Form der Gemeinschaftlichkeit?

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	zuk82	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	zuk82	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	zuk82	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	zuk82	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	zuk82	(23)

Aufklärung der Bevölkerung über Umweltprobleme und politische Skandale?

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	zuk83	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	zuk83	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	zuk83	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	zuk83	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	zuk83	(23)

59) Stimmen Sie den folgenden Aussagen zum zukünftigen Umgang mit dem Internet eher zu, oder lehnen Sie sie eher ab?

Wer in zehn bis zwanzig Jahren ...

die Auseinandersetzung mit dem Internet nicht für nötig hält, wird dennoch in Schule und Beruf alle Möglichkeiten haben.

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	zuk84	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	zuk84	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	zuk84	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	zuk84	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	zuk84	(23)

noch keine E-Mail-Adresse angeben kann, wird ähnlich dastehen wie heutzutage jemand ohne Telefon bzw. Anrufbeantworter.

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	zuk85	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	zuk85	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	zuk85	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	zuk85	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	zuk85	(23)

noch keinen Computer mit Internet-Anschluß besitzt, wird ein Informationsdefizit davontragen, da bis zu diesem Zeitpunkt praktisch alle Behörden, Bildungseinrichtungen und Firmen wesentliche Informationen über das Internet bereitstellen werden.

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	zuk86	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	zuk86	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	zuk86	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	zuk86	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	zuk86	(23)

die Auseinandersetzung mit dem Internet nicht für nötig hält, hat dadurch gegenüber anderen keine größeren Nachteile: Er hat das Buch, um zu lernen, die Zeitung, um sich zu informieren, den Brief oder das Telefon, um mit Behörden und Betrieben in Kontakt zu treten.

<input type="checkbox"/> – Stimme eher zu	zuk87	(3)
<input type="checkbox"/> – Teils, teils	zuk87	(2)
<input type="checkbox"/> – Lehne eher ab	zuk87	(1)
<input type="checkbox"/> ♦ Möchte nicht antworten	zuk87	(22)
<input type="checkbox"/> ♦ Weiß nicht	zuk87	(23)

**Nun vergessen Sie aber um Gottes willen nicht, Ihre Daten auch abzuschicken!
Nach einem kurzen Moment erhalten Sie als Bestätigung einen grauen Schirm mit
einer Zusammenfassung der von Ihnen versandten Daten!**

ABSCHICKEN

Hinweis: Wenn Sie den ABSCHICKEN-button nicht sehen, den Bildschirm kurz hoch - und/oder hinunterscrollen!

Am Ende jener Seite steht dann auch der versprochene Link auf meine Homepage!

Erhalten Sie die Meldung "Internal Server Error", dann handelt es sich um einen sehr seltenen Server-Ausfall, der binnen kürzester Zeit behoben würde.

Sie könnten dann dem [Webmaster der Uni](#) oder [mir](#) eine Mail schicken.

Die Ergebnisse dieser Untersuchung werden zwischen Mitte April 1998 und Mitte Juni 1998 in Form meiner Diplomarbeit als Bestandteil meiner Homepage veröffentlicht.

Ich danke Ihnen noch einmal recht herzlich für Ihre Mitarbeit!

Kommentare, Anregungen und Kritik senden Sie bitte per [E-Mail an mich](#).

Jede Nachricht wird beantwortet!

Selbständigkeitserklärung

Ich versichere, daß ich die vorstehende Arbeit selbständig und ohne fremde Hilfe angefertigt und mich anderer als der im beigefügten Verzeichnis angegebenen Hilfsmittel nicht bedient habe. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Veröffentlichungen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht.

C a r s t e n C a r l

Hamburg, den 08.06.1998