
2.1 Grundbegriffe und Systematik: Das Internet als Mediennetz

Im alltäglichen Sprachgebrauch wie in den publizistischen Medien, aber auch in Teilen der Fachliteratur wird „das Internet“ als Medium, mitunter trotz seiner über 40-jährigen Geschichte als „neues“ Medium, bezeichnet. Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht wirft dies die Frage nach dem zugrunde liegenden Medienbegriff auf. Eine rein technische Mediendefinition greift aus sozial- wie aus kulturwissenschaftlicher Sicht zweifellos zu kurz. Um die Funktionalität von Kommunikationsmedien angemessen analysieren zu können, ist es vielmehr notwendig, verschiedene Dimensionen eines Mediums zu berücksichtigen. Legt man die theoretischen Überlegungen von Harry Pross und von Ulrich Saxer zugrunde, dann sind Kommunikationsmedien im engeren Sinne Mittel zum Zweck der Kommunikation (symbolischen Interaktion) zwischen Menschen auf einer technischen Grundlage. Der Gebrauch von Medientechniken und die Verwendung von Zeichen folgen gesellschaftlich konventionalisierten Regeln und Erwartungsstrukturen, die sozial ausgehandelt wurden und nun als *Institutionen* die soziale Kommunikationspraxis rahmen. Technisch basierte Kommunikation erfordert gerade in modernen und ausdifferenzierten Gesellschaften einen erheblichen *Organisationsaufwand*, denn die Überbrückung raumzeitlicher Distanzen wirft neben Koordinations- und Kooperationsfragen, die metakommunikativ gelöst werden können, auch ökonomische und rechtliche Fragen auf. Dabei geht es um die Bewirtschaftung knapper Ressourcen (Frequenzen, Kanäle, Übertragungskapazitäten), den Interessenausgleich von Anspruchsgruppen und nicht zuletzt die Finanzierung des notwendigen Aufwands. Zusammenfassend kann man *Medien als technisch basierte Zeichensysteme, die im sozialen Zusammenleben von Menschen zum Zwecke der Verständigung in institutionalisierter und organisierter Form verwendet werden*, verstehen (vgl. Beck 2007, S. 81–85).

Vor diesem Hintergrund erscheint die pauschale Einordnung „des Internets“ als (ein) Medium als unzureichend, denn offenkundig unterscheidet sich „das Internet“ hinsichtlich der verwendeten Zeichensysteme, der beteiligten Kommunikationspartner, der kommunikativen Formen und Funktionen, aber auch der institutionellen und organisatorischen Aspekte von anderen Medien wie dem Hörfunk oder dem Fernsehen durch seine Vielgestaltigkeit und Heterogenität. Der lange Zeit gebräuchliche Begriff der Multimedialität spiegelt diese Komplexität nur unzureichend wider, weil er vor allem auf die aus den anderen Medien bekannten Zeichen- oder Texttypen (Schrift, Bild, gesprochene Sprache etc.) abhebt. Zur Beschreibung der Medialität des Internet ist die techniksoziologische Unterscheidung zwischen *Medien erster und zweiter Ordnung* hilfreich: Als komplexes technisches System mit bestimmten Potentialen für die Speicherung, Bearbeitung und Übertragung von digitalen Daten über ein Netz von Kommunikationsnetzen und mittels definierter Protokolle kann das Internet als Medium erster Ordnung charakterisiert werden. Die digitale Form der Daten erleichtert dabei die Kombination unterschiedlicher Zeichensysteme auf derselben Plattform. Wozu genau diese Daten dienen, wie sie in für Menschen wahrnehmbare Zeichen dekodiert werden, welche Informationen Menschen daraus möglicherweise gewinnen und nach welchen Regeln sich Kommunikationspartner dieser Medientechnik bedienen – all dies ist durch das Medium erster Ordnung nicht determiniert. Erst die institutionellen Regeln und Organisationsweisen des soziokulturellen Mediengebrauchs begründen das Medium zweiter Ordnung (Kubicek 1997, S. 218–220; Joerges und Braun 1994, S. 19). Führt man sich die semiotische, institutionelle und organisatorische Heterogenität von internetbasierten Kommunikationsformen wie E-Mail, Chat oder WorldWideWeb vor Augen, dann wird deutlich, dass „das Internet“ als Medium erster Ordnung oder eine technische Plattform fungiert, auf der ein – technisch zunehmend auf WWW-Interfaces integriertes – Bündel von Medien zweiter Ordnung aufbaut.

Die technische Plattform Internet und die Medien der Online-Kommunikation lassen sich nun systematisch beschreiben: Als *technisches Medium* erster Ordnung wird das Internet durch eine physikalische Infrastruktur (Server-, Client-, Proxy-rechner sowie Leitungs-, Funk- und Satellitenverbindungen) zur Übertragung digitaler Daten in spezifischer Form (definiert durch Protokolle wie IP, TCP etc.) definiert. Weitere Darstellungs- und Anwendungsprotokolle werden in den „oberen“ Schichten 5–7 des ISO/OSI-Schichtenmodells¹ beschrieben: Protokolle wie FTP (File Transfer), SMTP (Mail) oder HTTP (Hypertext/WWW) sowie Programmiersprachen wie HTML oder VRML bilden die technische Grundlage verschiedener

¹ Vgl. Zimmermann 1980.

Modi der Online-Kommunikation und ermöglichen die Verarbeitung bzw. Präsentation verschiedener Zeichentypen sowie deren Kombination.

Die Vielfalt und Kombinatorik verschiedener *Zeichensysteme* ist dabei nicht grundsätzlich neu, sondern seit langem prägend für die Printmedien (Schrifttext, Grafik, Foto) und das Fernsehen (Stehbild, Bewegtbild, Schrifttext, Sprachtext, Musik). Insofern ist das Schlagwort „Multimedia“, mit dem die Innovation Internet bzw. das WWW vor allem in den 1990er Jahren populär wurde, in mehrfacher Hinsicht obsolet: Es handelt sich aus zeichentheoretischer Sicht nicht um unterschiedliche Medien, sondern um eine Kombination unterschiedlich codierter Daten oder um „*Multikode*“ (Doelker 1998, S. 37): visuelle, auditive sowie bereits kombinierte Texte sowie Schrifttext werden entweder additiv nebeneinander gestellt oder zu einem neuen, nicht-linearen Gesamttext vernetzt („verlinkt“), der – auf der Ebene der Nutzung – einen semantischen Mehrwert erzeugt. Erst wenn die verschieden kodierten Daten und damit unterschiedliche Zeichensysteme so stark miteinander verknüpft sind, ist ein *Hypertext* (vielfach auch „Hypermedia“) entstanden.

Nach Pfammatter (1997, S. 53–64) bestehen Hypertexte aus *Nodes* (Knoten) als kleinsten Informationseinheiten, die über *Links* miteinander verknüpft sind. Die Verknüpfung („verlinkung“) kann hierarchisch erfolgen, so dass die Nutzer durch ihre Selektionsentscheidungen direkt (offene Hierarchie) oder indirekt (vorgeschriebener Weg einer geschlossenen Hierarchie) zu verschiedenen Ebenen des Gesamtangebotes (Website) oder darüber hinaus zu anderen Angeboten des gesamten WorldWideWeb navigieren können. Die Verlinkung kann auch linear (lateral) erfolgen, so dass sich die Navigation auf verschiedene Elemente derselben Webpage (HTML-Dokument) beschränkt. Die Links in Hypertext und Hypermedia-Angeboten sind meist graphisch hervorgehoben, um die Nutzer auf Selektionsmöglichkeiten aufmerksam zu machen; sie können als „Mikrozugriffselemente“ im Ausgangsdokument „an Ort und Stelle“ stehen und den direkten Navigations-„Sprung“ ermöglichen, sie können aber – eher der Buchdruckkultur verpflichtet – als systematisches Inhaltsverzeichnis, Register etc. („Makrozugriffselement“) gebündelt am Anfang oder Ende („Linkliste“) oder in einem separaten „Navigationsfenster“ angeordnet sein (vgl. Schweiger 2001, S. 31–35). Der Begriff Hypertext wurde bereits 1965 von Ted Nelson eingeführt; die Idee, Texte für die nicht-lineare Lektüre zu editieren ist allerdings noch weitaus älter. Bereits in der „Gutenberg-Galaxis“ des Buchdrucks sind Kommentare, Fußnoten, Register, Querverweise, Exkurse, Marginalien ebenso geläufig, wie Texte, die auf andere Texte verweisen (Sekundärliteratur, Rezensionen usw.). Computerbasierte digitale Hypertexte und Hypermedien. Im WWW erweitern die Möglichkeiten intertextueller Verweise durch globale Vernetzung, hohe Speicherkapazität, standardisierte Formate und Multikode erheblich – und sie erleichtern auch die individuelle Nutzung.

Das Schichtenmodell des Internet ist nur ein Beispiel, das die Komplexität der *Organisationsdimension* von Online-Kommunikation aus technologischer Sicht deutlich macht. Vergleichbare Modelle wären auch für anderen Onlinenetze, etwa organisationsinterne Intranets, Extranets und geschlossene Sicherheitsnetze von Banken, Behörden etc. zu rekonstruieren. Organisationsaspekte umfassen auch unterschiedliche Leistungsrollen, die hohe wirtschaftliche und rechtliche Relevanz besitzen: Zu unterscheiden sind insbesondere

- Access-Provider, die einen Zugang zum Telekommunikationsnetz und dem Internet als Medium erster Ordnung verschaffen
- Service-Provider, die einen (oder mehrere) spezifische „Dienste“, z. B. E-Mail, Web-Hosting etc. betreiben, und
- Content-Provider; die bestimmte Inhalte anbieten und rechtlich verantworten.

Die Provider können staatliche oder öffentliche Organisationen (insbesondere Hochschulen), Vereine, kommerzielle Medien- oder andere Unternehmen sein, aber auch Privatpersonen (User Generated Content in sog. „Social Media“) sein.

Aus kommunikationssoziologischer Sicht interessiert besonders, welche verschiedenen Formen der *Institutionalisierung* unterschiedliche Medien oder Modi der Online-Kommunikation aufweisen. Das Internet erweist sich auch bei dieser Betrachtung als „Hybridmedium“, weil es sehr unterschiedlich institutionalisierte Formen der Kommunikation ermöglicht (vgl. 2.2).

2.2 Modi computervermittelter Kommunikation

Auf der Ebene der Medien zweiter Ordnung wird die Vielfalt der kommunikativen Potentiale des Internet sichtbar. Als zentrales technisches Medium der Online-Kommunikation bündelt das „Netz der Netze“ nicht nur verschiedene Formen (Modi) der Kommunikation, sondern es vernetzt und integriert sie auch, weil der Wechsel von einem Modus zum anderen sehr nutzerfreundlich möglich ist. Hinzu kommt, dass gerade in den letzten Jahren eine Fülle vormals protokoll- und softwaretechnisch unterschiedener Dienste mittlerweile als Web-Applikationen mit ein und derselben Browsersoftware genutzt werden können. War die zeitparallele Nutzung beispielsweise von Webangeboten und E-Mail auch früher durch Multitasking und dem Hin- und herwechseln zwischen verschiedenen Anwendungsfenstern mit unterschiedlicher Client-Software möglich, so hat sich durch den Fortschritt der Softwaretechnologie die Situation für viele Nutzer vereinfacht: Die Integration der Dienste und „Interfaces“ ist soweit vorangeschritten, dass viel-

fach gar nicht mehr deutlich zwischen den unterschiedlichen Modi getrennt wird und das Gefühl für den Medienbruch (also den Wechsel zwischen verschiedenen Diensten), unterschiedliche Protokolle oder technische Applikationen und möglicherweise auch institutionelle Rahmen tendenziell verloren geht.

Ein grundlegender Versuch, Online-Kommunikation zu systematisieren stammt von Morris und Ogan (1996), die zeitliche und soziale Kriterien als Ordnungskriterien vorschlagen: 1) Synchron und asynchrone Kommunikationsformen können in der Sozialdimension jeweils nach der 2) Konfiguration, also der Zahl der Kommunikationspartner und Struktur der Kommunikationsprozesse, unterschieden werden. Es ergibt sich eine einfache Matrix, die allerdings auch in aktualisierter Fassung² (Tab. 2.1) nur eine grobe Verortung erlaubt. Mit der zunehmenden Verbreitung von zeitunabhängigen Verbindungen („Flatrate“) sowie in betrieblichen Kontexten wird E-Mail-Kommunikation durchaus synchron als Frage-und-Antwort-Dialog betrieben. Ältere (MUD, MOO) und neuere Formen netzbasierter Onlinespiele oder sog. Social Media-Angebote (z. B. auf Facebook) greifen durchaus auf gespeicherte, also asynchrone Kommunikate (Profile, Timelines, Posts etc.) zurück und erschöpfen sich nicht in der synchronen Kommunikation. Die zeitlichen Zuordnungen ganzer Dienste ist also schwierig, aber auch die soziale Einordnung mittels der Konfiguration ist nicht eindeutig. Wie ein Blick auf die Matrix in Tab. 2.1 zeigt, werden einige Modi der Online-Kommunikation mehrfach zugeordnet. Letztlich ist die Konfiguration das Ergebnis konkreter sozialer Handlungen und einer institutionalisierten Nutzungsweise, die nicht durch das medientechnische Potential determiniert wird, sondern innerhalb eines Dienstes unterschiedlich ausgehandelt werden kann.

Am auffälligsten wird dies vielleicht beim WorldWideWeb, dass ganz unterschiedlichen Formen der Kommunikation dienen kann: Bereits seit langem zu beobachten ist die Einrichtung einer persönlichen Website, eines Blog oder eines Social Network-Profiles zur Information nur eines einzigen Kommunikationspartners; dasselbe Kommunikat kann dabei aber auch – zumindest theoretisch – für die „Weltöffentlichkeit“ sichtbar und rezipierbar sein. Im WWW und in den digitalen Social Networks wie Facebook finden sich überaus private, ja intime Homepages für den privaten Adressatenkreis ebenso wie gruppen- und gemeinschaftsbezogene Websites und professionelle Website eines aktuellen publizistischen Mediums mit dem dezidierten Anspruch zur öffentlichen Meinungsbildung beizutragen. Eine Zuordnung des Internet oder auch nur des WorldWideWeb als „Massenmedium“ verbietet sich bei differenzierter Betrachtung folglich. Pauschale medientheoreti-

² Dienste, die heute keine Rolle mehr spielen (z. B. Gopher) wurden nicht mehr berücksichtigt, entgegen dem Original wurden dafür neuere Dienste bzw. Anwendungen aufgenommen.

Tab. 2.1 Systematisierung der Online-Kommunikation nach Morris und Ogan (1996)

Sozialdimension	Zeitdimension	
Konfiguration	synchron	asynchron
	<i>One-to-one</i>	MUD ^a , MOO ^b , IRC ^c , Instant Messaging, Onlinespiele
<i>One-to-few</i>	MUD, MOO, IRC, Instant Messaging, Onlinespiele	Mailinglist, Blog, Microblog ^e , Social Network Services ^f
<i>One-to-many</i>	MUD, MOO, IRC, Onlinespiele	WWW, FTP, Mailinglist, Blog, Microblog, Social Network Services
<i>Many-to-one</i>		WWW, FTP
<i>Many-to-many</i>	Onlinespiele	Usenet ^g , Bulletin Board System ^h

^a MultiUserDungeon (auch MultiUserDimension oder Dialog) sind ursprünglich fanatasy-orientierte textbasierte Rollenspiele zunächst über TELNET-Verbindungen realisiert

^b MultiUserDimension Object Oriented sind ebenfalls ursprünglich rein textorientierte Rollenspiele, allerdings erheblich erweitert durch eine verbal repräsentierte virtuelle Umgebung

^c IRC steht für Internet Relay Chat, die ursprünglich nicht webbasierte Form des Chattens

^d FileTransferProtocol, insbesondere zum Download von Dateien auf den Clientrechner, z. B. Software

^e Twitter

^f Plattformen für die Peer-to-peer-Kommunikation auf der Basis personalisierter Accounts, z. B. Facebook, Xing etc

^g Das Usenet ist ein weltweites Netz aus Newsgroups genannten Diskussionsforen, in denen thematisch strukturiert Nachrichten und Diskussionsbeiträge wie auf einem schwarzen Brett gespeichert werden und meist ohne Medienbruch mittels einer Newsreader-Software zu weiterer Kommunikation führen (können)

^h Ursprünglich nicht internetbasiertes netz von elektronischen „Schwarzen Brettern“ zur Publikation von Textnachrichten, die in der Regel per Mail oder Telefon weitere Kommunikation nach sich ziehen (können)

sche Einordnungen sind problematisch (vgl. auch Rössler 1998, S. 36), weil die konkreten Gebrauchsweisen und die sich hieraus im Laufe der Zeit entwickelnden Gebrauchsregeln entscheidend die Institutionendimension von Onlinemedien prägen.

2.3 Rahmen computervermittelter Kommunikation: Das Internet als Hybridmedium

Auf der Rahmenanalyse des Soziologen Erving Goffman basierend hat Joachim R. Höflich (1997) das theoretische Konzept verschiedener Computerrahmen entwickelt, um die Vielgestaltigkeit computervermittelter Kommunikation sowie einige der auftretenden Kommunikationsprobleme zu analysieren. Bei den Rahmen

handelt es sich um situationsübergreifende Regeln und Erwartungen, die es den Akteuren erleichtern, sozial angemessen zu handeln. Rahmen strukturieren durch Rollen und Skripte soziales Handeln, sind aber selbst auch wandelbar (Prozess der Rahmung durch soziales und kommunikatives Handeln). Zwischen verschiedenen Rahmen kann gewechselt werden, es kann aber auch zur Verwechslung von Rahmen durch die Akteure kommen, die dann nicht mehr angemessen handeln (können). Auch Medienhandeln findet in subjektiv interpretierten sozialen Rahmen statt, die durch Technik und spezifische Codiergrenzen lediglich präformiert aber nicht definiert sind (Höflich 2003, S. 38–41). Das Internet gibt nun als Hybridmedium nicht nur unterschiedlichen Kommunikationsrahmen eine technische Basis, es erlaubt auch einen vergleichsweise raschen Wechsel der Rahmen, wobei die technischen Grundlagen eben die soziale Kommunikation nicht determinieren und folglich auch nicht ganze Internetdienste pauschal zu verorten sind. Rahmen bestimmen nicht die kommunikativen Handlungen, sie begrenzen aber die Handlungsmöglichkeiten.

Für die computervermittelte Kommunikation beschreibt Höflich (1997, S. 89–93, 1998a, S. 54–58) drei relevante Rahmen:

Der *Computer als Abrufmedium (Distributionsrahmen)* ermöglicht öffentliche Kommunikation durch Angebote, die sich an ein disperses Publikum richten und von diesem tendenziell jederzeit (und zunehmend auch: von jedem Ort aus) abgerufen werden können. Diese Angebote sind den traditionellen publizistischen Medienangeboten auch in der Hinsicht vergleichbar, dass sie ein Feedback der Nutzer zwar nicht ausschließen, aber im Grunde auf Verbreitung bzw. Abruf von Nachrichten angelegt sind. Die Mediennutzer sind dabei wie bei den Rundfunk- und Pressemedien keine passiven Empfänger, sondern wählen aktiv aus dem Angebot aus – wobei der Selektionsdruck und der Aktivitätsgrad bei der Online-Kommunikation vergleichsweise stärker sind, da es sich mit ganz wenigen Ausnahmen (Mailinglist, RSS-Feed, Streaming Videos, Soundfiles, Flash-Animationen etc.) um Pullmedien-Angebote handelt, die erst aktiv abgerufen werden müssen, bevor sie rezipiert werden. Typisch für die Kommunikation in diesem Rahmen sind viele WWW-Angebote.

Der *Computer als Forum- und Diskussionsmedium (Diskursrahmen)* ermöglicht ebenfalls öffentliche Kommunikation, allerdings beschränkt sich bei dieser Form die Aktivität der Nutzer nicht auf Selektion und Rezeption. Typischerweise erstellen die Nutzer bei der Forumdiskussion selbst Kommunikate und tragen durch User Generated Content, der von einfachen Textbeiträgen im Chat bis hin zu eigenen Blogs reichen kann, zur Diskussion in meist begrenzten Öffentlichkeiten spezifischer Gruppen oder Gemeinschaften (Online, Electronic oder Virtual Communities) bei. Die wechselseitige Rollenerwartung ist die des aktiven Kom-

munikanten, wenngleich die Mehrzahl der Nutzer sich meist mit der Rezeption als „Lurker“ begnügt. Typisch für die Kommunikation in diesem Rahmen sind viele sog. Web 2.0-Angebote.

Der *Computer als Medium der interpersonalen Kommunikation und Beziehungsmedium* dient der meist privaten bzw. persönlichen Verständigung, vergleichbar dem Telefon als synchroner oder dem Brief als asynchroner Kommunikationsform. Im Vordergrund steht die auch normativ begründete Wechselseitigkeit (Reziprozitätsnorm), also die Erwartung, dass Rede und Gegenrede, Frage und Antwort zu einem fortgesetzten Dialog führen. Typisch für die Online-Kommunikation in diesem Rahmen ist die E-Mail oder der (private) Chat.

Der online mit dem Internet verbundene Computer kann mit Höflich also als „Mischling“ oder „Kreuzung“ aus drei Mediencomputern bzw. „multiplen Computerrahmen“ betrachtet werden: Abrufmedium, Forum- und Diskussionsmedium sowie Medium der interpersonalen Kommunikation ergeben ein *Hybridmedium*³ (Höflich 2003, S. 75–76).

Die Verortung multipler Computerrahmen auf derselben technischen Plattform (Internet) und der nutzerfreundliche Wechsel zwischen diesen verschiedenen Rahmen bzw. deren Parallelnutzung ohne Wechsel des „Endgerätes“ führen hin und wieder zu Kommunikationsproblemen. Dies gilt vor allem, wenn die Kommunikationsrahmen nicht klar sind oder die Kommunikanten sich nicht auf einen gemeinsamen Rahmen einigen, im Extremfall auch dann, wenn ein Kommunikant bewusst über den tatsächlichen Kommunikationsrahmen getäuscht wird. Typische Konfliktfelder liegen im Streit über die richtige Medienwahl (Medienwahlregeln) und über den „richtigen“ Gebrauch des gewählten Mediums (prozedurale Medienregeln): Hier geht es oftmals darum, ob und in welchem Maße die Kommunikation öffentlich stattfindet und welche Inhalte, Umgangsformen und Verantwortlichkeiten gelten.

³ Der Begriff Hybridmedium wurde ursprünglich von Morris und Ogan (1996) für Bulletin Board Systeme verwendet.



<http://www.springer.com/978-3-658-04417-6>

Soziologie der Online-Kommunikation

Beck, K.

2014, VIII, 32 S. 1 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-04417-6