

**Carmen Görl**

# Computervermittelte Kommunikation unter kulturellen und sprachwissenschaftlichen Aspekten

Eine Untersuchung am Beispiel von deutschen und französischen Newsgroups

**Magisterarbeit**

## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2002 Diplom.de  
ISBN: 9783832469733

**Carmen Görl**

# **Computervermittelte Kommunikation unter kulturellen und sprachwissenschaftlichen Aspekten**

**Eine Untersuchung am Beispiel von deutschen und französischen News-  
groups**



---

Carmen Görl

# **Computervermittelte Kommunikation unter kulturellen und sprachwissenschaftlichen Aspekten**

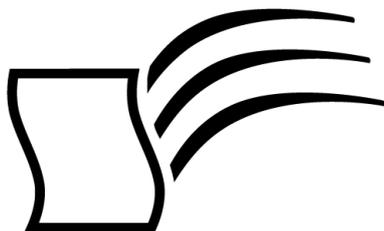
*Eine Untersuchung am Beispiel von deutschen und  
französischen Newsgroups*

**Magisterarbeit**

**an der Universität des Saarlandes**

**Fachbereich Sprach-, Literatur- und Kulturwissenschaften**

**November 2002 Abgabe**



***Diplom.de***

Diplomica GmbH \_\_\_\_\_

Hermannstal 119k \_\_\_\_\_

22119 Hamburg \_\_\_\_\_

Fon: 040 / 655 99 20 \_\_\_\_\_

Fax: 040 / 655 99 222 \_\_\_\_\_

agentur@diplom.de \_\_\_\_\_

www.diplom.de \_\_\_\_\_

ID 6973

Görl, Carmen: Computervermittelte Kommunikation unter kulturellen und sprachwissenschaftlichen Aspekten - Eine Untersuchung am Beispiel von deutschen und französischen Newsgroups

Hamburg: Diplomica GmbH, 2003

Zugl.: Fachhochschule Südwestfalen, Universität, Magisterarbeit, 2002

---

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2003

Printed in Germany

<b>0. VORWORT .....</b>	<b>4</b>
<b>1. EINLEITUNG .....</b>	<b>7</b>
<b>2. FORSCHUNGSSTAND.....</b>	<b>11</b>
2.1. MÜNDLICHKEIT / SCHRIFTLICHKEIT .....	11
2.2. KULTUR .....	18
<b>3. COMPUTERVERMITTELTE KOMMUNIKATION (CVK).....</b>	<b>21</b>
3.1. KOMMUNIKATION .....	21
3.1.1. <i>Definitionen</i> .....	21
3.1.2. <i>Sprache und Zeichen</i> .....	25
3.1.3. <i>Kommunikationskanäle</i> .....	27
3.2. DAS NEUE AN DER COMPUTERVERMITTELTEN KOMMUNIKATION .....	29
3.2.1. <i>Kommunikationsformen</i> .....	29
3.2.2. <i>Aufhebung der räumlichen und zeitlichen Beschränkungen</i> .....	31
3.2.3. <i>Formen sozialer Organisation im Internet</i> .....	32
3.2.4. <i>Spielen mit Identitäten</i> .....	35
3.2.5. <i>Anonymität</i> .....	38
3.2.6. <i>Fehlen von nonverbaler Kommunikation</i> .....	42
3.3. KOMMUNIKATIONSDIENSTE .....	43
3.3.1. <i>E-Mail</i> .....	43
3.3.2. <i>Mailingliste</i> .....	45
3.3.3. <i>Newsgroup</i> .....	46
3.3.4. <i>Chat</i> .....	49
3.3.5. <i>MUD</i> .....	51
3.4. FAZIT .....	52
<b>4. KONZEPTIONELLE MÜNDLICHKEIT IN DER COMPUTERVERMITTELTEN KOMMUNIKATION.....</b>	<b>54</b>
4.1. MÜNDLICHKEIT VS. SCHRIFTLICHKEIT .....	54
4.2. KOMMUNIKATIONSBEDINGUNGEN DER NEWSGROUPS .....	58
4.2.1. <i>Privatheit vs. Öffentlichkeit</i> .....	58
4.2.2. <i>Vertrautheit vs. Fremdheit der Partner</i> .....	59
4.2.3. <i>Starke vs. geringe emotionale Beteiligung</i> .....	60
4.2.4. <i>Starke vs. geringe Situations- und Handlungseinbindung</i> .....	62
4.2.5. <i>Origo-naher vs. origo-ferner Referenzbezug</i> .....	62
4.2.6. <i>Räumliche und zeitliche Nähe vs. Distanz</i> .....	63
4.2.7. <i>Intensive vs. geringe Kooperation</i> .....	64
4.2.8. <i>Dialogizität vs. Monologizität</i> .....	65
4.2.9. <i>Spontanität vs. Reflektiertheit</i> .....	66
4.2.10. <i>Freie Themenentwicklung vs. starke Themenfixierung</i> .....	66
4.2.11. <i>Zusammenfassung der Parameterwerte in den Newsgroups</i> .....	67
4.3. ELEMENTE KONZEPTIONELLER MÜNDLICHKEIT IN DER SPRACHE DER NEWSGROUPS .....	67
4.3.1. <i>Emotikons</i> .....	68
4.3.2. <i>Emulierte Prosodie</i> .....	71
4.3.3. <i>Lexik</i> .....	73
4.3.4. <i>Syntax</i> .....	82
4.3.5. <i>Besonderheiten des Französischen</i> .....	82
4.4. FAZIT .....	83
<b>5. KULTURELLE FAKTOREN IN DER CVK.....</b>	<b>85</b>
5.1. DEFINITION DER KULTUR .....	85
5.2. KULTURELLE DIMENSIONEN .....	88
5.2.1. <i>Hall</i> .....	89
5.2.2. <i>Hofstede</i> .....	93
5.2.3. <i>Trompenaars / Hampden-Turner</i> .....	101
5.2.4. <i>Vergleich von Kulturdimensionen</i> .....	108
5.3. KULTURELLE DIMENSIONEN IN DER CVK.....	109
5.3.1. <i>Hall</i> .....	109

5.3.2.	<i>Hofstede</i> .....	113
5.3.3.	<i>Trompenaars / Hampden-Turner</i> .....	119
5.4.	FAZIT .....	120
<b>6.</b>	<b>UNTERSUCHUNG</b> .....	<b>123</b>
6.1.	UNTERSUCHUNGSHYPOTHESEN .....	123
6.2.	UNTERSUCHUNGSMETHODE .....	127
6.3.	UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE .....	131
6.4.	DISKUSSION DER ERGEBNISSE.....	159
<b>7.</b>	<b>SCHLUSSBETRACHTUNG UND AUSBLICK</b> .....	<b>168</b>
<b>8.</b>	<b>LITERATUR</b> .....	<b>172</b>
<b>9.</b>	<b>ANHANG</b>	

## **0. Vorwort**

Bei der Entstehung dieser Arbeit haben mich viele Menschen begleitet und in vielfältiger Weise unterstützt, wofür ich mich an dieser Stelle ganz herzlich bedanken möchte. Mein besonderer Dank gilt Herrn Dr. Wagner und Frau Dr. Harms für die Zustimmung, dieses Thema für meine Magisterarbeit verwenden zu dürfen.

Herrn Prof. Uszkoreit danke ich für meine Anstellung als wissenschaftliche Hilfskraft am DFKI, die mir den für den Abschluss der Arbeit notwendigen finanziellen Rückhalt gegeben hat.

Des Weiteren gilt mein Dank allen meinen Freunden, die mir durch Tipps, Kritik, Korrekturen und die bereitwillige moralische Unterstützung hilfreich zur Seite standen.

### **Problembereiche der Untersuchung**

Vor dem thematischen Einstieg möchte ich zunächst noch kurz auf einige Probleme eingehen, die das Behandeln des hier gewählten Untersuchungsthemas mit sich bringt. Hierbei ist zwischen methodischen, ethischen und rechtlichen Problemen zu unterscheiden.

Ein methodisches Problem, im Hinblick auf Arbeiten, die sich mit dem Internet beschäftigen, ist das Beschaffen der Literatur. Die aktuellsten Arbeiten zu diesem Thema findet man im Internet, jedoch sind diese Arbeiten sehr schnell überholt und bei Verweisen auf Internetadressen kann es passieren, dass die betreffende URL, auf die verwiesen wurde, schon am nächsten Tag nicht mehr im Netz zu finden ist, sich an einer anderen Stelle befindet oder dass sich ihr Inhalt seit dem Zeitpunkt, zu dem der Verweis angelegt wurde, geändert hat. Überdies können im Internet platzierte Texte jederzeit von ihren Autoren "aktualisiert", d. h. modifiziert werden, wodurch die Nachprüfbarkeit der Zitate nicht mehr gewährleistet ist.

Weiterhin existiert bei Arbeiten, die im Internet "veröffentlicht" werden, kein Erscheinungsort und kein Verlag. Aus diesem Grunde habe ich die verwendeten Texte aus dem Internet mit dem Vermerk "Elektronische Publikation" gekennzeichnet.

Die mit der vorliegenden Arbeit verbundenen ethischen und rechtlichen Probleme beziehen sich in erster Linie auf die Frage: Wie kann ich eine Untersuchung zu den kommunikativen Besonderheiten bei Personengruppen aus verschiedenen Kulturen durchführen, ohne die Wahrung der persönlichen Rechte der kommunizierenden Personen anzutasten?<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Hier beziehe ich mich auf den §823 des BGB, der die Wahrung der Person und ihres Schutzes beinhaltet.

Für die empirische Untersuchung der Kommunikation innerhalb von deutschen und von französischen Gemeinschaften entschied ich bei der Wahl des Untersuchungsgegenstands für Newsgroups, da ich auf diese Weise auf Daten zugreifen konnte, die im Internet zu finden sind und auf die ein Zugriff auch zu einem späteren Zeitpunkt gewährleistet ist. Aufgrund des öffentlichen Charakters der Newsgroups ist die Auswertung dieser Daten in juristischer Hinsicht als unbedenklich einzustufen, da die User mit dem Wissen teilnehmen, dass mit den von ihnen gesendeten Artikeln auch bestimmte persönliche Daten bekannt beziehungsweise zurückverfolgbar werden. Das Recht auf die Wiedergabe von Newsgroupbeiträgen bestätigt z. B. Veddern:

Bei zum Abruf bereitgehaltenen (Sic!) Werke auf FTP-Servern sowie in Newsgroups, Mailinglisten oder Bulletin Boards ist danach zu unterscheiden, ob sich der Kreis der Zugriffsberechtigten auf eine exklusive, persönlich miteinander verbundene Personengruppe beschränkt (z. B. die Mitarbeiter innerhalb eines Forschungsteams, Exklusivangebote mit geheimgehaltenen Subscribe (Sic!)-Adressen) oder das Angebot einer unüberschaubaren Anzahl von Personen zur Verfügung gestellt wird (z. B. wenn die Werke auf dem Server durch die Benutzerkennung "anonymus" jedermann zugänglich sind). Urheberrechtlich geschützte Beiträge in Newsgroups, Mailinglisten und Bulletin Boards, die jedermann zugänglich sind, berühren daher immer das Recht zur öffentlichen Wiedergabe.<sup>2</sup>

### **Formale Hinweise**

Da zu einigen thematischen Teilgebieten dieser Arbeit eine große Fülle an Informationen zur Verfügung steht, deren Aufnahme in den laufenden Text in Form von Verweisen den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde, werden Hinweise auf weitere Informationsquellen im Anhang unter "weiterführende Literatur" aufgeführt.

Ein weiterer formaler Punkt betrifft den Verzicht auf eine geschlechterdifferenzierende Schreibweise aus Gründen der besseren Verständlichkeit. Es werden nur maskuline Endungsformen verwendet (beispielsweise "Nutzer" anstatt "NutzerIn"), die geschlechterübergreifend zu verstehen sind.

Häufig gebrauchte längere Wörter, werden meist nur bei der ersten Erwähnung ausgeschrieben (beispielsweise "CVK" anstatt "Computervermittelte Kommunikation"). Dies wird jedoch an den entsprechenden Stellen angegeben.

Die vorliegende Arbeit ist nach den Regeln der "neuen" Rechtschreibung verfasst. Zitate aus nach den alten Regeln verfassten Texten werden dagegen nicht verändert.

---

<sup>2</sup> Veddern, M.: Update - Ratgeber Multimediarecht für die Hochschulpraxis. Elektronische Publikation. URL: <http://www.mswf.nrw.de/service/Multimediarecht.pdf> (letzter Zugriff: 17.07.02)

Allen Teilen der Arbeit ist jeweils eine Kurzübersicht über die darin behandelten Themen vorangestellt. Sie dient, ebenso wie die Fazite am Ende der einzelnen Kapitel, der besseren Übersicht.

Zuletzt sei noch darauf hingewiesen, dass sich im Anhang ein Glossar befindet, welches in dieser Arbeit verwendete spezifische Begriffe näher erklärt.

## 1. Einleitung

Das Internet stellt ein interessantes, zukunftsträchtiges Medium dar. Im Zuge eines allgemeinen Anstiegs der Reiseaktivität nutzen immer mehr Menschen immer häufiger die Möglichkeit, fremde Länder und deren Bewohner kennen zu lernen. Nach der Rückkehr ins eigene Land stellt das Internet für sie oftmals die kostengünstigste Möglichkeit dar, mit den Reisebekanntschaften Kontakt zu halten. Generell ist das Internet als ein wesentlicher Faktor im Hinblick auf die zukünftige Entwicklung der interkulturellen / internationalen Kommunikation anzusehen.

Das Thema dieser Arbeit "Sprache, Kommunikation und Kultur im Internet" bringt vier verschiedene Phänomene miteinander in Zusammenhang, die jedes für sich bereits eine hohe Komplexität aufweisen. Hierbei ist u. a. zu untersuchen, inwieweit kulturelle Faktoren die sprachliche Realisierung von Kommunikationsbeiträgen im Internet beeinflussen. Auf die definitorischen Probleme, die sich aus der Komplexität der betrachteten Phänomene ergeben, wird in den einzelnen Kapiteln näher eingegangen.

Die vorliegende Arbeit wurde in einem interdisziplinären Kontext entwickelt. Sie bringt die Kommunikation im Internet<sup>3</sup> mit Überlegungen zur Sprachwissenschaft und zur Kulturwissenschaft in Zusammenhang. Neben kommunikationswissenschaftlichen und linguistischen Aspekten werden dabei auch soziologische und psychologische Aspekte angesprochen. Zur Veranschaulichung und zum besseren Verständnis der komplexen Zusammenhänge wurden zahlreiche Tabellen in diese Arbeit integriert. Dies erklärt den großen Umfang der Arbeit.

Die Arbeit gliedert sich in fünf Teile. Das zweite Kapitel gibt einen kurzen Überblick über den bisherigen Forschungsstand, um aufzuzeigen, dass die Kommunikationsangebote des Internet bisher nur sehr zögerlich von der Sprachwissenschaft untersucht wurden und es an Literatur fehlt, die das Internet und die Sprache in Bezug zur Kultur bringt.

Die Nutzung des Internet hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Laut Forrester Saltes<sup>4</sup> nutzen im Jahr 1999 19 Prozent der Europäer im Alter von über 16 Jahren regelmäßig das Internet. Ende 2001 lag der geschätzte Anteil der Internetnutzer bereits bei

---

<sup>3</sup> Im Rahmen dieser Arbeit werden mit dem Begriff "Internet" vorwiegend folgende fünf Internetdienste angesprochen: 1. E-Mail, 2. Mailingliste, 3. Newsgroups, 4. Chat, 5. MUD.

<sup>4</sup> Forrester Sales. Elektronische Publikation. URL: <http://www.forrester.com/home/0,6092,1-0,FF.html> (letzter Zugriff: 17.07.02)

43 Prozent, was einer Nutzerzahl von 127 Millionen entspricht. Es wird prognostiziert, dass die Zahl der Europäer im Internet bis Ende 2006 auf etwa 200 Millionen (67 Prozent) anwachsen wird.

Im "Le Journal du Net"<sup>5</sup> werden Zahlen der Internetnutzer in Frankreich und Deutschland für das Jahr 2002 angegeben. Die Deutschen mit etwa 24,6 Millionen Usern liegen demnach weit vor den Franzosen mit nur knapp der Hälfte an Nutzern, nämlich 10,2 Millionen. Wenn man berücksichtigt, dass Deutschland 20 Millionen mehr Einwohner hat als sein Nachbarland, kommt man bei Deutschland immer noch auf 30% der Gesamtbevölkerung und in Frankreich nur auf 17%.

Das Internet bietet als Kommunikationsmedium besondere Möglichkeiten für den Austausch zwischen Menschen unterschiedlicher Kulturen, was sich wiederum modifizierend auf die Kommunikationsformen innerhalb der einzelnen Kulturen auswirkt. Dies impliziert zugleich auch einen generellen kulturellen Wandel:

Because culture is mediated and enacted through communication, cultures themselves, that is our historically produced systems of beliefs and codes, become fundamentally transformed, and will be more so over time, by the new technological system.<sup>6</sup>

Diese Entwicklung betrifft insbesondere auch neue Kommunikationsformen wie u. a. E-Mails, Mailinglisten, Newsgroups, Chats und Multi-User Dungeons (MUDs)<sup>7</sup>, die eine neue Form der Mensch-zu-Mensch-Kommunikation ermöglichen. Der Nutzer interagiert nicht direkt mit seinem Kommunikationspartner, sondern unter Nutzung von Computertechnologien, hier vor allem des Internets. Die Kommunikation findet hierbei rein textbasiert statt. Für diese spezielle Form der Kommunikation haben sich die Begriffe "Computer-Mediated-Communication" (CMC) oder "computervermittelte Kommunikation" (im weiteren Verlauf der Arbeit wird die Abkürzung "CVK" verwendet) etabliert.

Diese neue Kommunikationsform ist zentraler Punkt des dritten Kapitels "Computervermittelte Kommunikation", welches der Erarbeitung von Grundlagen dient. Zunächst erfolgt eine Bestimmung der Begriffe "Kommunikation", "Sprache und Zeichen" sowie der "Kommunikationskanäle", bei denen die Kommunikation im "realen" Leben (im weiteren Verlauf der Arbeit wird der Terminus "face-to-face-Kommunikation" (FTF-Kommunikation) verwendet) der CVK gegenübergestellt werden soll. Weiterhin möchte ich die

---

<sup>5</sup> Le Journal du Net. Elektronische Publikation. URL: <http://www.journaldunet.com/dossiers/pays/allgne/021008chiffresallgne.shtml> (letzter Zugriff: 06.11.02)

<sup>6</sup> Castells, M.: The Information Age. Economy, Society and Culture. Vol. I. Malden; Oxford: Blackwell Publishers, 1997, S. 328.

<sup>7</sup> Siehe Kapitel 3.3.5.

Besonderheiten der CVK darlegen und kurz auf die verschiedenen Kommunikationsdienste im Internet eingehen.

Im vierten Kapitel "Konzeptionelle Mündlichkeit in der CVK" wird das sprachtheoretische Modell von Koch und Oesterreicher vorgestellt. Diese Autoren beschreiben Phänomene der Mündlichkeit, wie sie zumeist in Interaktionssituationen auftreten, in denen die Kommunizierenden über das gesprochene Wort miteinander kommunizieren. Auf der Basis dieses Modells werden die Newsgroups im Hinblick auf ihre Mündlichkeit untersucht. Im Anschluss daran werden die Elemente der Mündlichkeit in der Internetkommunikation nachgewiesen und mit Beispielen aus deutschen und französischen Newsgroups belegt. Hierbei gibt es verschiedene Phänomene, die ich – zum Zweck einer ersten Einordnung und um dem Leser einen besseren Überblick zu verschaffen – in die Kategorien "Ersatz nonverbaler Elemente", "Ersatz paralinguistischer Elemente", "Graphik", "Lexik", "Syntax" und "Phonetik / Phonologie / Morphologie" unterteilt habe.

Das fünfte Kapitel behandelt die kulturellen Faktoren in der CVK. Hierbei ist zunächst der Begriff der "Kultur" zu klären. Im Anschluss daran werden die Arbeiten von verschiedenen Autoren – dem Ethnologen und Semiotiker Hall, dem Psychologen Hofstede und den Wirtschaftlern Trompenaars und Hampden-Turner – vorgestellt, die im Rahmen ihrer Untersuchungen zu Merkmalen von nationalen Kulturen, anhand derer sich diese miteinander vergleichen und voneinander abgrenzen lassen, verschiedene "kulturelle Dimensionen" identifizierten. Diese kulturellen Dimensionen werden im Folgenden mit den Theorien der CVK verknüpft und dienen als Grundlage zur Formulierung der Untersuchungshypothesen. Im sechsten Kapitel werden die auf diese Weise entwickelten Hypothesen anhand einer Untersuchung von deutschen und französischen Newsgroups überprüft und verifiziert oder falsifiziert.

Der zentrale Punkt, den ich in dieser Arbeit untersuchen möchte, ist die Frage, inwieweit sich Sprache und Kultur im Internet im Sinne eines "kulturellen Wandels" verändern und welchen Einfluss die jeweilige nationale Kultur auf die CVK ausübt. Hierbei soll speziell auch darauf eingegangen werden, inwieweit Elemente der gesprochenen Sprache in die CVK integriert werden.

Weiterhin ist zu fragen, inwieweit die CVK im Vergleich zur FTF-Kommunikation etwas Neues darstellt und ob sich durch die CVK die Sprache verändert.

Generell will die vorliegende Arbeit dazu beitragen, die Kommunikation von deutschen und französischen Kulturen im Internet verständlicher zu machen.

In der Schlussbetrachtung (Kapitel 7) werden die gefundenen Unterschiede bezüglich der Sprache und Kommunikation in deutschen und französischen Newsgroups nochmals zusammengefasst und Anregungen für Praxis und Forschung gegeben.

## 2. Forschungsstand

Es gibt bereits zahlreiche Arbeiten zur CVK, die sich zu einem Großteil mit soziologischen, psychologischen oder demographischen Aspekten befassen (vgl. "weiterführende Literatur" im Anhang). Meines Wissens gibt es jedoch bislang recht wenige kulturwissenschaftliche Studien im Hinblick auf das Internet, und es besteht weiterhin Forschungsbedarf bezüglich sprachwissenschaftlicher Untersuchungen zur CVK.

### 2.1. Mündlichkeit / Schriftlichkeit

Einige Autoren befassen sich mit den Unterschieden zwischen mündlicher und schriftlicher Kommunikation.<sup>8</sup>

Söll und Hausmann kennzeichnen mündliche Äußerungen als spontan und – in Dialogsituation – unvorbereitet und grenzen davon die schriftlichen Äußerungen als vorbereitbar und vorbereitet ab.<sup>9</sup> Ludwig Söll<sup>10</sup> unterscheidet zwischen einer phonetischen und einer graphischen Realisierung. In Anlehnung an diese Unterscheidung differenzieren Koch und Oesterreicher<sup>11</sup> zwischen konzeptioneller Mündlichkeit und Schriftlichkeit beziehungsweise medialer Mündlichkeit und Schriftlichkeit.

Theis-Berglmair vergleicht das Internet mit den Medien der Massenkommunikation wie Zeitungen, Film, Radio und Fernsehen. Für sie sperrt sich das Internet als Hybridmedium "gegen eine eindeutige kommunikationswissenschaftliche Verortung, denn diese technische Plattform gibt den bislang deutlich voneinander separierbaren Kommunikationsformen, nämlich der Massenkommunikation und der interpersonellen Kommunikation gleichermaßen Raum"<sup>12</sup>.

Viele Autoren sind der Ansicht, dass die Kommunikationsformen im Internet zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit liegen, also weder der herkömmlichen "schriftlichen"

---

<sup>8</sup> Vgl. Ferrara, K.; Brunner, H.; Whittemore, G.: Interactive Discourse as an Emergent Register. (S. 8-34) In: *Written Communication* 8 (1), 1991, S. 8-34.

<sup>9</sup> Vgl. Söll, L.; Hausmann, F. J.: *Gesprochenes und geschriebenes Französisch*. 3. Aufl. Berlin: Erich Schmidt, 1985. (Grundlagen der Romanistik; 6), S. 44.

<sup>10</sup> Söll, L.: (Hrsg.): *Gesprochenes und geschriebenes Französisch*. 2. Aufl. Berlin: Erich Schmidt, 1980. (Grundlagen der Romanistik; 6), S. 17-29.

<sup>11</sup> Koch, P.; Oesterreicher, W.: *Schriftlichkeit und Sprache*. (S. 587-604) In: Günther, H.; Ludwig, O. (Hrsg.): *Handbuch Schrift und Schriftlichkeit*. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung. Bd. 1, Berlin: de Gruyter, 1994b.

<sup>12</sup> Theis-Berglmair, A. M.: *Der vernetzte Computer als Herausforderung für die Kommunikationswissenschaft und –praxis* (S. 216-246) In: Anna M. Theis-Berglmair: *Internet und die Zukunft der Printmedien*. Kommunikationswissenschaftliche und medienökonomische Aspekte. Münster et al.: LIT Verlag, 2002, S. 216.

noch der typischen "mündlichen" Kommunikation entsprechen<sup>13</sup>. Höflich bezeichnet dies als "Revitalisierung der Schriftlichkeit"<sup>14</sup> und Kleinberger Günther und Thimm sprechen von einer "hybride(n) Form konzeptioneller Mündlichkeit im Modus medialer elektronischer Schriftlichkeit"<sup>15</sup>. Auch Beißwenger spricht von einem "konzeptionellen Hybrid"<sup>16</sup>, worunter er eine neue Form versteht, die prominente Merkmale des einen wie des anderen in sich vereint.

Döring bezeichnet die Mischung aus Mündlichkeit und Schriftlichkeit auch als "Oraliteratilität"<sup>17</sup>. Demnach weisen digitale Texte, die interpersonal über Computernetze ausgetauscht werden, sowohl Merkmale von Oralität als auch von Literalität auf.

John December spricht in seinem Aufsatz "Characteristics of Oral Culture in Discourse on the Net"<sup>18</sup> von einer "text-based orality"<sup>19</sup> und zeigt damit, dass Charakteristika der Mündlichkeit im graphischen Netzcode vorhanden sind.

Weingarten weist darauf hin, dass die CVK sprachliche Formen erzeugt, die Gemeinsamkeiten mit Strukturen gesprochener Sprache aufweisen.<sup>20</sup>

---

<sup>13</sup> Vgl. Collet, M.; Nancy, B.: Electronic language: A new variety of English. (S. 41-55) In: Aarts, J.; de Haan, P.; Oostdijk, N. (Hrsg.): English Language Corpora: Design, Analysis and Exploitation. Amsterdam: Rodopi, 1993, S. 41-56;  
Yates, S. J.: The Textuality of Computer-Mediated Communication: Speech, Writing and Genre in CMC Discourse. Unveröffentlichte PhD Dissertation, Open University, UK, 1993;

Herring, Susan: Linguistic and critical analysis of computer-mediated communication: Some ethical and scholarly considerations. (S. 153-168) In: Information Society, 12 (2), 1996;

Quasthoff, U. M.: Kommunikative Normen im Entstehen: Beobachtungen zu Kontextualisierungsprozessen in elektronischer Kommunikation. (S. 23-50) In: Weingarten, R. (Hrsg.): Sprachwandel durch Computer. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1997, S. 23-50;

Ogan, C.: Listserv Communication During the Gulf War – what Kind of Medium is the Electronic Bulletin Board? In: Journal of Broadcasting of Electronic Media, 3, 1993, S. 177-196.

Handler, P.: Interdiskursive Aspekte zu wissenschaftlichen E-Mail-Diskussionen. (S. 305-319) In: Thimm, C. (Hrsg.): Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet. Opladen; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2000, S. 309.

<sup>14</sup> Höflich, J. R.: Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution "Elektronischer Gemeinschaften". Opladen: Westdeutscher Verlag, 1996, S. 91.

<sup>15</sup> Kleinberger Günther, U.; Thimm, C.: Soziale Beziehungen und innerbetriebliche Kommunikation: Formen und Funktionen elektronischer Schriftlichkeit in Unternehmen. (S. 262-277) In: Thimm, C. (Hrsg.): Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet. Opladen; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2000, S. 276.

<sup>16</sup> Beißwenger, M.: Kommunikation in virtuellen Welten: Sprache, Text und Wirklichkeit. Eine Untersuchung zur Konzeptionalität von Kommunikationsvollzügen und zur textuellen Konstruktion von Welt in synchroner Internet-Kommunikation, exemplifiziert am Beispiel eines Webchats. Stuttgart: ibidem, 2000, S. 209f.

<sup>17</sup> Döring, N.: Kommunikation im Internet: Neun theoretische Ansätze. (S. 345-377) In: Batinic, B. (Hrsg.): Internet für Psychologen. Göttingen et al.: Hogrefe. 2. Aufl., 2000a. Zugl.: Elektronische Publikation. URL:

<http://www.hogrefe.de/buch/online/netpsycho/lprobe/kap12.html> (letzter Zugriff: 05.06.02)

Siehe auch Langham, D.: The Common Place MOO: Orality and Literacy in Virtual Reality. Elektronische Publikation. URL: <http://sunsite.unc.edu/cm/mag/1994/jul/moo.html>, 1994 (letzter Zugriff: 05.06.02);

December, J.: Characteristics of Oral Culture in Discourse on the Net. Paper presented at the twelfth annual Penn State Conference on Rhetoric and Composition, University, Park, Pennsylvania, July 8, 1993.

<sup>18</sup> December, J., 1993.

<sup>19</sup> Ebd.

<sup>20</sup> Weingarten, R.: Sprachwandel durch Computer. (S. 7-20) In: Weingarten, R. (Hrsg.): Sprachwandel durch Computer. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1997, S. 8.

Spitzer<sup>21</sup> bezeichnet diese neue Schreib-Form als "talking in writing", da die Teilnehmer in Newsgroups, Mailinglisten und anderen Kommunikationsdiensten so kommunizieren, als befänden sie sich in einem Dialog.

Murray<sup>22</sup> nennt sie auch "computer conversation" und vergleicht sie mit einem "(tele)graphischen Gespräch".

In verschiedenen Studien werden die Internetdienste im Hinblick auf ihre Mündlichkeit untersucht. Haase et al.<sup>23</sup> beschäftigen sich mit E-Mail, Newsgroups, Talk und Internet Relay Chat (im weiteren Verlauf der Arbeit wird die Abkürzung "IRC"<sup>24</sup> verwendet).

Sie betrachten die asynchronen Formen (die dadurch gekennzeichnet sind, dass nicht alle Teilnehmer gleichzeitig online sein müssen)<sup>25</sup> öffentlicher Netzkommunikation konzeptionell als schriftlich und die synchronen Formen (die dadurch gekennzeichnet sind, dass alle Teilnehmer gleichzeitig online sind)<sup>26</sup> wie beispielsweise IRC als konzeptionell stark mündlich orientiert, wobei "mit der sprechsprachliche[n] Konzeption die Sprecher-Hörer-Nähe symbolisch erhöht werden soll"<sup>27</sup>.

Dieser Ansicht sind auch Runkehl et al.: "Je stärker die Kommunikation dialogischer und synchroner erfolgt, desto häufiger lassen sich mündliche Aspekte des Sprachgebrauchs in der Internet-Kommunikation feststellen."<sup>28</sup>

Es gibt jedoch auch Studien, die eine Differenzierung dahingehend vornehmen, E-Mail aufgrund seiner medialen Form dem schriftlichen Kontext und aufgrund seiner konzeptionellen Form dem mündlichen Kontext zuzuordnen. Pansegrau geht z. B. davon aus, dass "trotz der Tatsache, daß Computer im wesentlichen die Schrift als Medium von Sprache bereitstellen, E-Mails der konzeptionellen Mündlichkeit näherstehen"<sup>29</sup>. Sie stellt im Hinblick auf ihren E-Mail-Korpus fest, dass sich darin eine neue Form von Dialogizität

---

<sup>21</sup> Spitzer, M.: Writing style in computer conferences. (S. 19-22) In: IEEE Transactions of Professional Communication PC, 29 (1), 1986, S. 19.

<sup>22</sup> Murray, D. E.: When the medium determines turns: turn-taking in computer conversation. (S. 319-337) In: Coleman, H. (Hrsg.): Working with language. A multidisciplinary consideration of language use in work contexts. Berlin et al.: Mouton de Gruyter, 1989. (Contributions to the sociology of language; 52).

<sup>23</sup> Haase, M. et al.: Internetkommunikation und Sprachwandel. (S. 51-85) In: Weingarten, R. (Hrsg.): Sprachwandel durch Computer. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1997. Auch: Elektronische Publikation. URL: <http://www.uni-giessen.de/~g91063/html/irc/> (letzter Zugriff: 06.11.02)

<sup>24</sup> Siehe Kapitel 3.3.4.

<sup>25</sup> Siehe Kapitel 3.2.1.

<sup>26</sup> Siehe Kapitel 3.2.1.

<sup>27</sup> Haase, M. et al., 1997, S. 81.

<sup>28</sup> Runkehl, J.; Schlobinski, P.; Siever, T.: Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen. Opladen; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1998.

<sup>29</sup> Pansegrau, P.: Dialogizität und Degrammatikalisierung in E-Mail. (S. 86-104) In: Weingarten, R. (Hrsg.): Sprachwandel durch Computer. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1997, S. 100.

und sprachlicher Kreativität konstituiert, die sich an mündlichen Kommunikationssituationen zu orientieren scheint.<sup>30</sup>

Lenke / Schmitz<sup>31</sup> warfen die Frage auf, ob die CVK, speziell Chat-Kommunikation, als eine Weiterentwicklung der Mündlichkeit anzusehen ist oder vielmehr eine Neuorientierung der Schriftlichkeit an der Dynamik des Diskurses darstellt. Beißwenger<sup>32</sup> bemerkt dazu in einer Stellungnahme, dass sich im Chat einerseits eine neue und innovative Form der Mündlichkeit und zum anderen eine Rückholung der Interaktivität in die Schriftkultur und somit letztlich eine Reintegration der Schriftlichkeit in eine Kommunikationskultur der Nähe feststellen lässt.

Auch Dürscheid<sup>33</sup> stellt fest, dass der Chat konzeptionell der Mündlichkeit, jedoch medial der Schriftlichkeit zuzuordnen ist.

Zahlreiche Autoren identifizieren Elemente gesprochener Sprache in der Kommunikation in Computernetzen, u. a. Kneer<sup>34</sup>, Weingarten<sup>35</sup>, das ELWIS-Projekt<sup>36</sup>, welches Beiträge aus deutschen Nachrichtenforen mit einem Text der Frankfurter Allgemeinen Zeitung vergleicht<sup>37</sup>, Schütte<sup>38</sup>, der die Sprache und Kommunikationsformen in Newsgroups und Mailinglisten untersucht und Feldweg et al.<sup>39</sup>, die das Tübinger Newscorpus untersuchen.

Kirk McElhearn<sup>40</sup> stellt in den von ihm untersuchten Mailing-Listen "elements of both written and spoken discourse" fest.

---

<sup>30</sup> Pansegrau, P., 1997, S. 102.

<sup>31</sup> Lenke, N.; Schmitz, P.: Geschwätz im 'Globalen Dorf' - Kommunikation im Internet. (S. 117-141) In: Schmitz, U. (Hrsg.): OBST (Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie), 50, 1995a.

<sup>32</sup> Beißwenger, M.: Getippte "Gespräche" und ihre trägermediale Bedingtheit. Zum Einfluß technischer und prozeduraler Faktoren auf die kommunikative Grundhaltung beim Chatten, 2002. Elektronische Publikation. URL: <http://www.unizh.ch/~elwyss/chat/chat.html> (letzter Zugriff: 05.06.02)

<sup>33</sup> Dürscheid, C.: Zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit: die Kommunikation im Internet (S. 17-30). In: Mayerthaler, W.; Fenk-Oczlon, G. (Hrsg.): Papiere zur Linguistik, 60 (1) Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1999, S. 21/22.

<sup>34</sup> Kneer, V.: Computernetze und Kommunikation. Diplomarbeit, Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft und Sozialforschung. Universität Hohenheim, 1994. Elektronische Publikation. URL: <http://www.uni-koeln.de/themen/Internet/cmc/text/kneer.94a.txt> (letzter Zugriff: 05.06.02)

<sup>35</sup> Weingarten, R., 1997a.

<sup>36</sup> Storrer, A.; Feldweg, H.; Hinrichs, E. H.: Korpusunterstützte Entwicklung lexikalischer Wissensbasen. (S. 59-72) In: Sprache und Datenverarbeitung, 17, 1993.

<sup>37</sup> Das Newscorpus umfasste den Jahrgang 1993 mit ca. 43 Mo. Wortformen, das Zeitungscorpus den Zeitraum von Juli 1992 bis März 1993 mit ca. 35 Mo. Wortformen (vgl. Feldweg et al. 1995, S. 145).

<sup>38</sup> Schütte, W.: Sprache und Kommunikationsformen in Newsgroups und Mailinglisten. (S. 142-178). In: Kallmeyer, W. (Hrsg.): Sprache und neue Medien. Berlin et al.: de Gruyter, 2000 (Zugl.: Jahrbuch/Institut für Deutsche Sprache, 1999)

<sup>39</sup> Feldweg, H.; Kibinger, R.; Thielen, C.: Zum Sprachgebrauch in deutschen Newsgroups. (S. 143-154) In: Schmitz, U., 1995.

<sup>40</sup> McElhearn, K.: Writing Conversation: An Analysis of Speech Events in E-Mail Mailing lists, 1996. Elektronische Publikation. URL: <http://www.mcelhearn.com/cmc.html> (letzter Zugriff: 05.06.02).

Andere, wie z. B. Maynor, bemerken in Bezug auf die Mündlichkeit in E-Mails: "We are witnessing the emergence of a writing style that is closer to speech"<sup>41</sup>; ebenso weist Severinson Eklundh darauf hin, dass E-Mail-Texte "exhibited a range of features associated with spoken media."<sup>42</sup>

Uhlířová<sup>43</sup> beschäftigt sich mit der Frage, ob E-Mail mehr Elemente der geschriebenen oder der gesprochenen Sprache aufweist. Sie kommt zu folgendem Ergebnis: "Although written in its substance, E-Mail messages are in some respects no less interactive than speech, and as such, they bring clear evidence of speech and writing as blurring categories."<sup>44</sup>

Collot und Belmore<sup>45</sup>, die grammatikalischen Strukturen der Kommunikation in einer Newsgroup untersuchen, stellen fest, dass eine eindeutige Zuordnung des Mediums E-Mail zu mündlichen oder schriftlichen Formen nicht getroffen werden kann, da die elektronische Sprache Muster beider Gattungen aufweist. In seinen Charakteristika würde das untersuchte Genre am ehesten öffentlichen Interviews und Briefen ähneln.

Lenk<sup>46</sup> analysiert die Kommunikation in einer Newsgroup unter soziologischen, technischen und sprachwissenschaftlichen Aspekten. Für ihre Untersuchung benutzt sie das Analysemuster der gesprochenen Sprache von Brinker und Sager<sup>47</sup> in leicht abgewandelter Form und passt es ihrem Korpus an. Auch sie stellt folgendes fest: "Die Newskommunikation und speziell die Quote führen Elemente aus der herkömmlichen mündlichen und schriftlichen Kommunikation in einer neuen Form zusammen."<sup>48</sup>

Handler<sup>49</sup> untersucht die Mündlichkeit- / Schriftlichkeitsproblematik von E-Mails und konstatiert eine Nähe zum Gespräch aufgrund der "Tendenz zur intensiven Dialogizität"<sup>50</sup>. Als charakteristisch für E-Mails sieht er die Quoten<sup>51</sup> an, die zur Erleichterung des

---

<sup>41</sup> Maynor, N.: The Language of Electronic Mail: Written Speech? (S. 48-54) In: Little, G. D.; Montgomery, M. (Hrsg.): Centennial Usage Studies. Publications of the American Dialect Society. Tuscaloosa: University of Alabama Press, 1978, S. 52f.

<sup>42</sup> Severinson Eklundh, K.: Electronic Mail as a Medium for Dialogue. (S. 162-173) In: van Waes, L.; Woudstra, E.; van den Hoven, P. (Hrsg.): Functional Communication Quality. Amsterdam et al.: Rodopi, 1994, S. 162.

<sup>43</sup> Uhlířová, L.: E-mail as a new subvariety of medium and his effects upon the message. (S. 273-282) In: Cmejřková, S.; Sticha, F. (Hrsg.): The Syntax of Sentence and Text: Festschrift for Frantisek Danes. Philadelphia: Benjamins, 1994.

<sup>44</sup> Ebd., S. 280.

<sup>45</sup> Collot, M.; Belmore, N.: Electronic language. A new variety of English. (S. 13-28) In: Herring, S. C. (Hrsg.): Computer-mediated communication. Linguistic, social, and cross-cultural perspectives. Amsterdam: Benjamins, 1996.

<sup>46</sup> Lenk, M.: Der Einfluß der Computerkommunikation auf die deutsche Sprache. Unveröffentlichte Magisterarbeit. Regensburg, 1995.

<sup>47</sup> Brinker, K.; Sager, S. F.: Linguistische Gesprächsanalyse. Eine Einführung. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 1996.

<sup>48</sup> Lenk, M., 1995, S. 111.

<sup>49</sup> Handler, P.: There's a message in the wire.... Stilistische Annäherungen an das Phänomen E-Mail. (S. 44-63) In: Moderne Sprachen, 1-2, 1995.

<sup>50</sup> Ebd., S. 49.

<sup>51</sup> Handler wählt für Quotes den Begriff "Kommentar", ein Ausdruck, der sich nicht durchgesetzt hat.

Textverständnisses dienen. Er spricht dabei von "abgebildeter Diachronie"<sup>52</sup>. Weiterhin vergleicht er die E-Mails mit dem Brief und stellt dabei die Verwendung ähnlicher Begriffe sowie eine ähnliche Strukturierung (Grußformel, Anrede etc.) fest.

Ebenso wie Handler setzen auch Günther / Wyss<sup>53</sup>, die E-Mail in Bezug zur Textsorte Brief. Die Unterschiede zwischen diesen beiden Kommunikationsmedien ergeben sich ihnen zufolge aus der besonderen Bedeutung der "Mündlichkeit" in der E-Mail-Kommunikation. Sie untersuchen E-Mails u. a. im Hinblick auf den Einsatz von Smileys (Emotikons<sup>54</sup>), individuellen Formatierungen, ASCII-Art und Abkürzungen (ROTFL, IMHO<sup>55</sup> etc.) und finden hierbei verschiedene sprachliche Phänomene, die sie als "Elemente der Mündlichkeit" bezeichnen.

Quasthoff<sup>56</sup> vergleicht in ihrer Studie Fax-Kommunikation, E-Mail-Kommunikation und die Mailing-Listen LINGUIST-List und ETHNO-List. Ihre Aufmerksamkeit gilt insbesondere dem Unterschied zwischen (konzeptioneller) Mündlichkeit und Schriftlichkeit, der Anrede und dem Umgang mit orthographischen Normen und sie entdeckt hierbei in den E-Mails u. a. viele orthographische Fehler, durchgängige Kleinschreibung, Abkürzungen und "tageszeitorientierte Grußformeln". Durch die daraus resultierende "Flüchtigkeit der Botschaft" wird "eher der Rahmen einer schnell hingeworfenen Notiz als eines Briefes erzeugt."

McElhearn<sup>57</sup> und Quasthoff<sup>58</sup> betonen im Hinblick auf die Frage nach der Ähnlichkeit zwischen E-Mail-Kommunikation und Gesprächen die Bedeutung des Zeitfaktors beim Austausch von E-Mails. Je länger die temporalen Unterschiede zwischen Produktion und Rezeption einzelner E-Mails seien, desto größer sei die Entfernung zur Mündlichkeit.

Janich wertet die elektronische Korrespondenz in einem großen Wirtschaftsunternehmen aus und stellt fest, dass zwar eine "gewisse Aufweichung formaler und grammatischer

---

<sup>52</sup> Handler, P., 1995, S. 50.

<sup>53</sup> Günther, U.; Wyss, E. L.: E-Mail Briefe - eine neue Textsorte zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit. (S. 61-86) In: Hess-Lüttich, E. W. B.; Holly, W.; Püschel, U. (Hrsg.): Textstrukturen im Medienwandel. Frankfurt a.M. et al.: Lang, 1996.

<sup>54</sup> Emotikons werden aus ASCII-Zeichen gebildet und stellen Gesichtsausdrücke dar. Siehe Kapitel 4.3.1.

<sup>55</sup> Siehe im Anhang die Liste der Akronyme.

<sup>56</sup> Quasthoff, U. M., 1997.

<sup>57</sup> McElhearn, K., 1996.

<sup>58</sup> Quasthoff, U. M., 1997.

Regeln zu beobachten"<sup>59</sup> sei, dass die von ihr untersuchten Schreiben aber fast alle bei einem "relativ unpersönlichen, nüchternen Geschäftsstil"<sup>60</sup> bleiben.

Dürscheid<sup>61</sup> ist der Meinung, dass E-Mails nur relativ zu ihren Äquivalenten im nicht-elektronischen Bereich näher am Mündlichkeitspol stehen. Sie betrachtet den Chat, E-Mail und das Usenet und identifiziert als Merkmale für konzeptionelle Mündlichkeit die Smileys, unflektierte Verbformen (oftmals Verbletztkonstruktionen), orthographische Fehler, Interjektionen<sup>62</sup>, wiederholte Ausrufe- und Fragezeichen sowie iterierte Buchstaben und konstante Großschreibung.

Dürscheid erkennt zwischen den elektronischen Schreibbedingungen und den in den Äußerungsformen verwendeten sprachlichen Mitteln einen Zusammenhang.

So greift der Schreiber im Chat auf Ausdrucksmittel zurück, die der konzeptionellen Mündlichkeit zuzuordnen sind, und er verwendet spezielle Verschriftungstechniken, um in der synchronen Kommunikation das Sprechen zu reinszenieren.<sup>63</sup>

Storrer<sup>64</sup> identifiziert folgende wesentliche Charakteristika konzeptioneller Mündlichkeit in der Internet-Kommunikation: ein parataktischer, wenig integrierter Satzbau, eine lose Aneinanderreihung von Sätzen, die durch Semikolon getrennt werden, das Beenden eines Satzes durch drei Auslassungspunkte statt durch einen Satzendezeichen, umgangssprachlich markierte und dialektale Ausdrücke und eine Präferenz für einfache und kurze Wörter.

Das Buch "Soziales im Netz"<sup>65</sup> von Caja Thimm befasst sich u. a. mit der Fragestellung welche Rolle der Schriftlichkeitscharakter der Kommunikation für die Etablierung von Soziabilität spielt.

Thimm weist darauf hin, dass die "Netzvermittelte Kommunikation des Sozialen (...) durch Schriftkommunikation [geschieht], d. h. wir haben es mit einer neuen Manifestationsweise und veränderter Funktionalität von Schriftlichkeitskultur(en) zu tun"<sup>66</sup>. Der Autorin zufolge "lässt sich die Entwicklung eigener Schriftlichkeitskulturen beobachten, die sich

---

<sup>59</sup> Janich, N.: Electronic Mail, eine betriebsinterne Kommunikationsform. (S. 248-259) In: Muttersprache, 3, 1994, S. 255.

<sup>60</sup> Janich, N., 1994, S. 255.

<sup>61</sup> Dürscheid, C., 1999.

<sup>62</sup> Dazwischengeworfenes'. In Schulgrammatiken auch: Ausrufewort, Empfindungswort. Wortart, die dadurch gekennzeichnet ist, dass ihre Repräsentanten a) morphologisch betrachtet unflektierbar sind und daher bisweilen den Partikeln zugerechnet werden, b) in syntaktischer Hinsicht außerhalb des Satzrahmens stehen und deshalb auch als satzwertig angesehen werden, c) in semantisch-pragmatischer bzw. kommunikativer Hinsicht als diskurspezifisches Mittel zur Kontaktaufnahme, der Lenkung von Gesprächspartnern bzw. dazu dienen, Empfindungen, Aufmunterungen, Flüche, Verwünschungen usw. zum Ausdruck zu bringen, z.B. *hallo!, he!, au!, aha!, hoppla! O je!, verflixt!*.

<sup>63</sup> Dürscheid, C., 1999, S. 27.

<sup>64</sup> Storrer, A.: Schriftverkehr auf der Datenautobahn: Besonderheiten der schriftlichen Kommunikation im Internet. (S. 151-175) In: Voß, G.; Holly, W.; Boehnke, K. (Hrsg.): Neue Medien im Alltag. Opladen: Leske + Budrich, 2000.

<sup>65</sup> Thimm, C., 2000.

<sup>66</sup> Ebd., S. 11.

bestimmter Schriftlichkeitsfunktionen kreativ bedienen"<sup>67</sup>. Dies erkennt man an dem selbstverständlichen Gebrauch von Emotikons<sup>68</sup> oder Akronymen<sup>69</sup>.

Der "elektronischen Schriflichkeit" kommen damit "neue Funktionen zu, die nicht mehr schwerpunktmäßig distanzbezogene, sondern auch nahebezogene Aspekte wie Spontanität, Identitätsarbeit, Emotionalität beinhalten, die in eine Theorie der elektronischen Schriflichkeit integriert werden müssen"<sup>70</sup>. Thimm erklärt weiterhin, dass durch das Netz als "öffentliches Massenmedium" das Private öffentlich gemacht wird. Das Private und das Öffentliche scheinen im Internet eine neue gemeinsame Dimension gefunden zu haben, die für die soziale Kommunikation medienspezifische Formen der Sozialität ermöglicht.<sup>71</sup>

Kleinberger Günther und Thimm<sup>72</sup> untersuchen die E-Mail-Kommunikation in schweizer Unternehmen. Sie stellen fest, dass die betrieblichen E-Mails zwar in ihren Grundstrukturen der schriftlichen Geschäftskommunikation gleichen und damit sowohl medial als auch konzeptionell schriftliche Texte darstellen, dass sie jedoch ebenfalls eine Vielzahl von sprachlichen Phänomenen, die nicht üblichen Normen geschäftlicher Kommunikation entsprechen, enthalten. Sie kommen zu dem Schluss, dass die von ihnen untersuchten E-Mails eine hybride Form konzeptioneller Mündlichkeit im Modus medialer elektronischer Schriflichkeit darstellen.

Nach einer statistischen Auswertung von 775 Beiträgen aus 155 ausgewählten Newsgroups<sup>73</sup>, stellt Dürscheid fest, dass die Merkmale konzeptioneller Mündlichkeit in den Newsgroups längst nicht so frequent wie im Chat sind, was sie auf die Asynchronität in den Newsgroups zurückführt.<sup>74</sup>

## 2.2. Kultur

In einer Studie zur Internetnutzung in verschiedenen Ländern untersuchen Cronin<sup>75</sup> und Goodman<sup>76</sup>, von wievielen Usern und zu welchem Zweck das Internet in den einzelnen Ländern genutzt wird und aus welchen kulturellen Gründen es in den verschiedenen

---

<sup>67</sup> Thimm, C., 2000, S. 11.

<sup>68</sup> Siehe Kapitel 4.3.1.

<sup>69</sup> Linguistisch gesehen sind Akronyme Kurzwörter, die aus den Anfangsbuchstaben mehrerer Wörter gebildet werden. In der CVK, die ein höheres Bedürfnis an Schnelligkeit aufweist, versteht man dagegen unter einem Akronym viele gängige abgekürzte Phrasen.

<sup>70</sup> Thimm, C., 2000, S. 12.

<sup>71</sup> Ebd., S. 13.

<sup>72</sup> Kleinberger Günther, U.; Thimm, C., 2000, S. 262-277.

<sup>73</sup> Vgl. Runkehl, J.; Schlobinski, P.; Siever, T., 1998, S. 63.

<sup>74</sup> Dürscheid, C., 1999, S. 25.

<sup>75</sup> Cronin, M. J.: Global Advantage on the Internet: From Corporate Connectivity to International Competitiveness. New York: Van Nostrand Reinhold, 1996.

Ländern jeweils mehr oder weniger Internetnutzer gibt<sup>77</sup>. Jedoch gibt es, meines Wissens, bisher kaum Untersuchungen, die sich mit der Sprache und Kultur im Internet beziehungsweise mit den kulturellen Differenzen in der Internet-Kommunikation auseinandersetzen. Nach ausgiebiger Recherche fand ich nur Arbeiten, die sich mit den Beziehungen zwischen Sprache und Internet oder Kultur und Internet befassen.

Einige wenige Studien thematisieren den jeweils spezifischen deutschen oder französischen Sprachgebrauch im Internet oder in E-Mails, doch Abhandlungen, die News-Artikel untersuchen, sind sehr selten. Im deutschsprachigen Raum haben sich in erster Linie Ulrich Schmitz<sup>78</sup> und Rüdiger Weingarten<sup>79</sup> mit diesem Thema befasst. Als Herausgeber mehrerer diesbezüglicher Texte haben sie schon Ende der 80er Jahre begonnen, die Auswirkungen des Computers beziehungsweise der neuen Medien auf die Sprache zu beobachten. Auf französischsprachiger Seite ist Jacques Anis<sup>80</sup> in diesem Bereich tätig, der durch den Band "Communication médiée par ordinateur" wertvolle Anregungen für diese Arbeit lieferte.

Ute Hoffmann<sup>81</sup> unterscheidet neben "virtuellen Gemeinschaften" und "Funktionsgemeinschaften"<sup>82</sup> die sogenannten "Kulturgemeinschaften", die ein vergleichsweise stark ausgeprägtes "Wir-Gefühl" eint. Unter "Kulturgemeinschaften" versteht sie die Aktivitäten und Kontakte im Netz, die einen zentralen Sozialbezug darstellen und als Grundlage einer kollektiven Identitätsbildung fungieren.

Döring<sup>83</sup> hat zehn Modelle zur CVK entwickelt. Eines dieser Modelle bezeichnet sie als "Kulturraum-Modell" und postuliert darin, dass es die gemeinsamen Aktivitäten der Nutzerinnen und Nutzer in den Mittelpunkt stellt.<sup>84</sup>

---

<sup>76</sup> Goodman, S. E. et al.: The global diffusion of the Internet: Patterns and problems. (S. 27-31) In: Communications of the ACM, 37 (8), 1994.

<sup>77</sup> Siehe auch Dahl, S.: Communications and Culture Transformation. Cultural Diversity, Globalization and Cultural Convergence. o.J. Elektronische Publikation. URL: <http://www.stephweb.com/capstone/capstone.shtml> (letzter Zugriff: 05.06.02)

<sup>78</sup> Schmitz, U., 1995.

<sup>79</sup> Weingarten, R. (Hrsg.): Sprachwandel durch Computer. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1997b.

<sup>80</sup> Anis, J.: Internet, communication et langue française. Paris: Hermès, 1999.

<sup>81</sup> Hoffmann, U.: Request for Comments: Das Internet und seine Gemeinde. (S. 104-117) In: Kubicek, H. et al. (Hrsg.): Jahrbuch Telekommunikation und Gesellschaft. Heidelberg: v. Decker, 1996, S. 113.

<sup>82</sup> Bei ihnen geht es um die kooperative Lösung technischer Probleme der Netzkommunikation.

<sup>83</sup> Döring, N.: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen et al.: Hogrefe, 1999. (Internet und Psychologie, Bd. 2) (Zugl.: Berlin, Freie Universität, Diss, 1998)

<sup>84</sup> Ebd., S. 236.

Helmets bezeichnet die Computernetze als "Kulturräume"<sup>85</sup>, da die Teilnehmer darin netztypische symbolische Ausdrucksformen entwickeln, ein spezifisches Wissen teilen und neue soziale Regularien und Werte etablieren.

Das Fehlen von Literatur bezüglich Kultur und Internet lässt sich wahrscheinlich u. a. darauf zurückführen, dass sich kommunikative und kulturelle Differenzen nicht so "objektiv" erfassen lassen, wie beispielsweise die Anzahl der deutschen und französischen Internetnutzer. Eine weitere Ursache könnte darin liegen, dass die Internetkommunikation schon für sich genommen, ohne Einbeziehung ihrer interkulturellen Dimension, ein recht komplexes und schwer zu analysierendes Forschungsgebiet darstellt. Im Zuge der Globalisierung ist es jedoch notwendig, den kulturellen Unterschieden mehr Aufmerksamkeit zu schenken.

---

<sup>85</sup> Helmers, S.; Hoffmann, U.; Hofmann, J.: Offene Datennetze als gesellschaftlicher Raum. Das Modell Internet. In: EU-Kommission, Vertretung der BRD - Vertretung in Berlin (Hrsg.): Europartner Information. Sonderheft April 1995. Berlin: Berliner Vertretung der EU, 1995. Auch: Elektronische Publikation. URL: <http://duplox.wz-berlin.de/texte/eu>, 1995 (letzter Zugriff: 05.06.02)

### 3. Computervermittelte Kommunikation (CVK)

Computervermittelt zu kommunizieren beschert Erlebnisse, bei denen sich Vertrautes und Unvertrautes mischen und für die wir noch keine adäquate Sprache gefunden haben. Wenn die "Virtualität" der "Realität" oder die "Netzwelt" dem "wirklichen Leben" (real life) gegenübergestellt werden, will man damit zu recht andeuten, daß sich soziale Erfahrungen "im Netz" von denen "außerhalb des Netzes" unterscheiden und drückt sich doch insofern irreführend aus, als auch Netzkommunikation "echte" soziale Kommunikation darstellt, durch die wir Wirklichkeiten konstruieren, Identitäten aushandeln, soziale Beziehungen und Gemeinschaften bilden – oder dabei scheitern, wie das auch sonst so üblich ist.<sup>86</sup>

Nach dem einleitenden Überblick über den Forschungsstand wenden wir uns in diesem Kapitel der computervermittelten Kommunikation (CVK) zu. Um zu einem umfassenden Verständnis dieses für die vorliegende Arbeit so zentralen Begriffs zu gelangen, ist es unerlässlich, vorab eine umfassende Begriffserklärung vorzunehmen. Dabei ist zunächst einmal deutlich zu machen, was eigentlich gemeint ist, wenn von Kommunikation, Sprache, Zeichen, und Kommunikationskanälen die Rede ist. Diese Begriffe werden im Folgenden präzisiert und spezifiziert, wobei die Frage nach dem Unterschied zwischen der FTF-Kommunikation und der CVK stets präsent ist. Anschließend werden charakteristische Merkmale der CVK behandelt.

Das Kapitel schließt mit einem Überblick über die neuen Kommunikationsdienste des Internets und beschränkt sich hierbei auf die Hauptanwendungsformen – E-Mail, Mailingliste, Newsgroup, Chat und MUD.

#### 3.1. Kommunikation

##### 3.1.1. Definitionen

Wo auch immer soziale Strukturen gegeben sind und soziale Interaktionen stattfinden, da werden sie auch begleitet von oder konstituiert durch Kommunikation mittels Zeichen(systemen). Ohne Gesellschaft gibt es keine Kommunikation: aber ohne Kommunikation auch keine Gesellschaft.<sup>87</sup>

Der Begriff der Kommunikation wird in vielen Kontexten verwendet, jedoch unterschiedlich definiert. Es soll hier zunächst eine Auswahl unterschiedlicher Auffassungen vorgestellt werden, bevor man näher auf die Definition, welche in dieser Arbeit verwendet wird, eingeht.

Klaus Merten<sup>88</sup> differenziert u. a. zwischen den folgenden Kommunikationen:

---

<sup>86</sup> Döring, N., 2000a, S. 345.

<sup>87</sup> Sottong, H.; Müller, M.: Zwischen Sender und Empfänger: eine Einführung in die Semiotik der Kommunikationsgesellschaft. Bielefeld: Erich Schmidt, 1998, S. 133.

<sup>88</sup> Merten, K.: Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozeßanalyse. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1977. (Studien zur Sozialwissenschaft; Bd. 35)

- Subanimalische Kommunikation

Hierunter versteht Merten die Kommunikation zwischen Organismen, die vor allem durch chemische Mittel beeinflusst werden. Dabei geht es um technische oder naturwissenschaftliche Erscheinungen wie etwa die reziproke Einwirkung zweier magnetischer Substanzen aufeinander oder die Entstehung einer Verbindung aus zwei verschiedenen Molekülen.<sup>89</sup>

- Animalische Kommunikation

Dies ist die Bezeichnung für die Kommunikation zwischen Lebewesen, genauer: zwischen mehreren Tieren oder zwischen Menschen und Tieren.

- Humankommunikation

Hierunter versteht man ausschließlich Kommunikation zwischen verschiedenen Menschen. Als Kriterium für die Humankommunikation nennt Merten die Verfügbarkeit eines sprachlichen und eines nonverbalen Kanals.

- Massenkommunikation

Nach Merten ist die Massenkommunikation eine besondere Form der Humankommunikation, deren besonderes Kennzeichen darin besteht, dass Kommunikator und Rezipient füreinander nicht anwesend sind, der Kommunikator selbst relativ anonym bleibt, der Transfer der Selektionsleistungen grundsätzlich einseitig erfolgt, dass sie auf technische Medien angewiesen (also indirekt) ist und sich an die Öffentlichkeit richtet. Dies ist z. B. bei einem Zeitungsartikel der Fall.

Theis-Berglmair<sup>90</sup> differenziert weiter zwischen der interpersonellen Kommunikation, der Massenkommunikation und zwischen einer (technisch vermittelten) interpersonellen und einer Individualkommunikation.

Charakteristisch für die interpersonelle Kommunikation ist nach Theis-Berglmair die Identifizierbarkeit von Sender und Empfänger, der wechselseitige Bezug (Reziprozität) und der Rollentausch, was die interpersonale Beziehung fördert und zur Identitäts- und Persönlichkeitsentwicklung beiträgt. Charakteristisch für die Massenkommunikation ist dagegen die Produktion von Öffentlichkeit.

Die Unterschiede stellt Theis-Berglmair in einer Tabelle dar<sup>91</sup>:

---

<sup>89</sup> Merten, K., 1977, S. 94.

<b>Interpersonelle Kommunikation</b>	<b>Massenkommunikation</b>
Austausch von Symbolen zwischen Sendern und Empfängern	Handlungszusammenhang zur Erzeugung öffentlicher Aussage unter Berücksichtigung von Produktions-, Distributions- und Rezeptionsmustern
Rollentausch und Reziprozität	Überschreiten der Aufmerksamkeitshorizonte von Personen, Gruppen und Organisationen durch medienpezifische Selektionskriterien
Konstitution interpersonaler Beziehungen	Fokussierung gesellschaftlicher Aufmerksamkeit auf Themen, die als gemeinsame Bezugspunkte für Anschlusskommunikation dienen.
	Gemeinsame (fiktive) Referenz durch universell akzeptierte Themen

Als Beispiel für eine technisch vermittelte interpersonelle Kommunikation nennt Theis-Berglmair die E-Mail, denn in einer E-Mail sind die persönlichen Eigenschaften des Senders und Empfängers relevant.

In der technisch vermittelten Individualkommunikation haben dagegen persönliche Eigenschaften geringere Bedeutung. Es ist entscheidender, dass der Anfragende eine Antwort erhält, die seinen individuellen Bedürfnissen entspricht.

Die Kommunikation im weiteren Sinne bezeichnet vor allem Formen der Informationsübertragung in denen Zeichen übermittelt werden. Unter dem engeren Kommunikationsbegriff versteht man dagegen eine zwischenmenschliche Verständigung mittels Austausch von Gedanken, Gefühlen, Meinungen oder Informationen durch verbale, vokale, nonverbale und paraverbale Manifestationen sowie vermittelt über unterschiedliche Kommunikationsmedien wie Sprache, Schrift, Symbole oder Zeichen, Gestik, Kleidung, Gangart oder Raumnutzung.<sup>92</sup> Nach Watzlawick, Beavin und Jackson ist es dabei nicht möglich, nicht zu kommunizieren.<sup>93</sup>

Jede Mitteilung besteht nicht nur aus einer Information, sondern drückt auch etwas über die Beziehung zwischen Sender und Empfänger aus.<sup>94</sup> Nach Lenke et al. ist Kommunikation damit "ein wichtiger Bestandteil unserer sozialen Beziehungen; ohne sie wird es schwierig, wenn nicht gar unmöglich, berufliche und freundschaftliche Beziehungen

<sup>90</sup> Theis-Berglmair, A. M., 2002, S. 228-230.

<sup>91</sup> Ebd., S. 220.

<sup>92</sup> Vgl. Berelson, B.; Steiner, G. A.: Human Behavior. New York: Harcourt, 1964, S. 527.

<sup>93</sup> Watzlawick, P.; Beavin, J. H.; Jackson, D. D.: Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien. 8. Aufl. Bern et al.: Huber, 1990, S. 51.

<sup>94</sup> Vgl. ebd., S. 53-56.

aufrecht zu erhalten beziehungsweise zu vertiefen; sie ist notwendig, um berufliche oder private Positionen zu erreichen oder zu bewahren"<sup>95</sup>.

Die Sprachwissenschaft versteht unter Kommunikation in der Regel einen Prozess der Informationsübertragung, an dem folgende Elemente beteiligt sind:

Eine Mitteilung wird von einer sendenden Instanz an eine empfangende gerichtet, wobei die Mitteilung durch Symbole in einem Medium ausgedrückt und durch einen Kanal übermittelt wird. Erfolgreiche Kommunikation ist möglich, wenn die Symbole beiden Instanzen zugänglich sind.<sup>96</sup>

Dieser Prozess ist in zahlreichen Kommunikationsmodellen dargestellt.<sup>97</sup> Nach dem klassischen Modell von Shannon und Weaver<sup>98</sup> gliedert sich ein Kommunikationssystem in fünf Teilbereiche: die Nachrichtenquelle (Codierung), welche die Nachricht (ein Zeichen) produziert, den Signal-Sender, welcher die Nachricht in Zeichen kodiert, den Übertragungskanal, in dem Zeichen übertragen werden, den Signal-Empfänger, der die Nachricht von dem Zeichen dekodiert / interpretiert und den Nachrichtenempfänger (Decodierung), bei dem die Nachricht ankommt. Ein sechstes Element könnte eine Störquelle sein, wie z. B. beim Telefon ein Geräusch durch das Kabel.

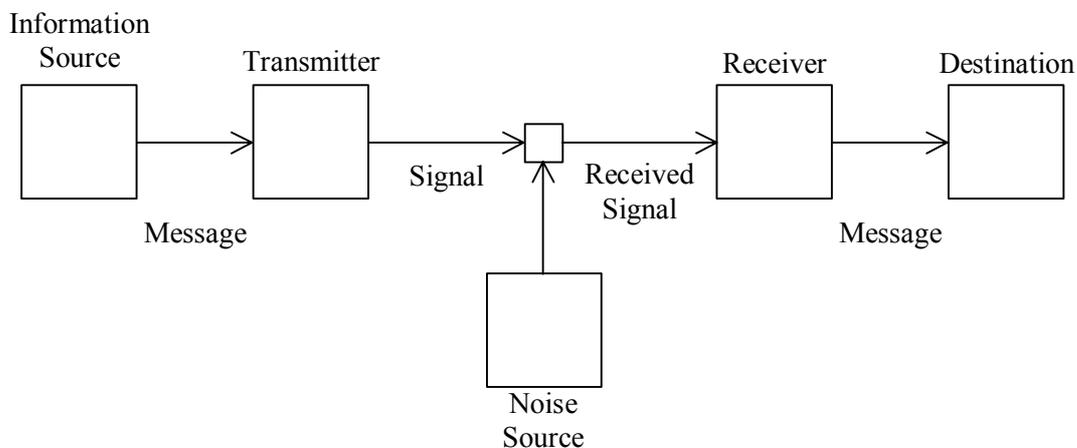


Abb. 1: Kommunikationsmodell von Shannon and Weaver<sup>99</sup>

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit dem Austausch von Informationen beziehungsweise mit der Kommunikation zwischen zwei oder mehreren Personen mit Hilfe des Computers. Das Medium, welches die Nachricht übermittelt, ist in diesem Falle nicht die

<sup>95</sup> Lenke, N.; Lutz, H.-D.; Sprenger, M.: Grundlagen sprachlicher Kommunikation. Mensch – Welt – Handeln – Sprache – Computer. München: Wilhelm Fink Verlag, 1995b, S. 15.

<sup>96</sup> Zoepfritz, M.: Kommunikation mit der Maschine. (S. 109-121) In: Weingarten, R.; Fiehler, R. (Hrsg.): Technische Kommunikation. Opladen: Psycholinguistische Studien, 1988, S. 109.

<sup>97</sup> Vgl. McQuail, D.; Windahl, S.: Communication Models for the Study of Mass Communication. London: Longmann, 1993; Bentele, G.; Beck, K.: Information - Kommunikation - Massenkommunikation. Grundbegriffe und Modelle der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. (S. 16-52) In: Jarren, O. (Hrsg.): Medien und Journalismus 1. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1994.

<sup>98</sup> Shannon, C. E.; Weaver, W.: The Mathematical Theory of Communication. Urbana: Illinois University Press, 1967, S. 7.

<sup>99</sup> Ebd., 1967.

gesprochene Sprache, Gestik, Mimik, Kleidung etc., sondern der Computer als technisches Medium. Dabei wird die zu sendende Information kodiert, d. h. in einen Computer eingelesen, über ein Netzwerk übertragen und vom Computer wiedergegeben.

### 3.1.2. Sprache und Zeichen

Sprache spielt in der Kommunikation eine wichtige Rolle:

1) Durch die verbale Kommunikation, in der Wörter nach bestimmten Regeln zu Sätzen verbunden werden oder 2) durch die nonverbale Kommunikation, die von Edward T. Hall auch als "silent language"<sup>100</sup> bezeichnet wird.

Sprache ist "Mittel oder Werkzeug der Kommunikation und damit das wesentliche Instrument der sozialen Interaktion"<sup>101</sup> und dient der "Formulierung und Übertragung von Informationen zur Orientierung in der Umwelt"<sup>102</sup>. Sprache ist ein wesentlicher Bestandteil des persönlichen und sozialen Verhaltens sowie der zwischenmenschlichen Verständigung. Zeichen bilden dazu die Grundlage. "Die sprachlichen Phänomene sind durch und durch zeichenhaft".<sup>103</sup> Ohne die Zeichen ist Verständigung nicht möglich. Verständigung liegt dann vor, wenn der Rezipient eine ihm mitgeteilte Aussage so versteht, wie sie vom Kommunikator gemeint ist.<sup>104</sup>

Zur Verständigung bedarf es eines gemeinsamen, übereinstimmenden Zeichenvorrates der Kommunikationspartner.

Würde jeder der am Kommunikationsprozeß Beteiligten seine eigene Sprache benutzen, manipulieren und in einer eigenen Symbolwelt leben, so wäre eine angestrebte Verständigung kaum möglich.<sup>105</sup>

Eine Kultur verfügt über einen übereinstimmenden Zeichenvorrat; es gelten die gleichen Zeichen und Bedeutungen. Diese eignen sich die Mitglieder der Kulturen während des Sozialisationsprozesses (Familie, Schule) an. Müller hat dies wie folgt zusammengefasst: "Die durch soziale Konvention festgelegte Relation zwischen Zeichen und Objekten oder Ideen lernt das Individuum im Laufe des Sozialisationsprozesses."<sup>106</sup>

---

<sup>100</sup> Hall, E.T.: The silent language. Garden City, NY: Anchor Press/Doubleday, 1959.

<sup>101</sup> Müller, O.: Semiotik und Kommunikation. Mannheim: Univ., Diss., 1974, S. 45.

<sup>102</sup> Ebd., S. 46.

<sup>103</sup> Bühler, K.: Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache. 2. Aufl. Stuttgart: Fischer, 1965, S. 33.

<sup>104</sup> Vgl. Burkart, R.: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 3. Aufl. Wien: Böhlau, 1998, S. 75.

<sup>105</sup> Höflich, J. R., 1996, S. 32.

<sup>106</sup> Müller, O., 1974, S. 46.

Die sprachliche (verbale) Kommunikation wird durch para- und nonverbale Signale begleitet, die wiederum auf einen Fundus aus para- beziehungsweise nonverbalen Zeichen verweisen. Unter "paraverbalen Zeichen" versteht man jene Zeichen, die selbst nicht sprachlicher Art sind, sich aber in Verbindung mit dem sprachlichen Ausdruck manifestieren, wie Betonung und Stimmhöhe. "Nonverbale Zeichen" hingegen sind solche, die unabhängig von der Sprache existieren und vorwiegend über den optischen beziehungsweise visuellen Kanal wahrgenommen werden. Durch sie teilt man seine Gefühle (durch Gesichtsausdruck, Augen, Gestik, Körperhaltung, Lautstärke, Tonfall, Kleidung etc.), seine Einstellungen zum Mitmenschen (beziehungsweise Mitlebewesen) (hassend – liebend, freundlich - feindlich etc.) und die eigene Persönlichkeit (durch Auftreten, Manipulation des Aussehens etc.) mit.

Nonverbale Zeichen sind kulturell geprägt.

The language of behavior is extraordinarily subtle. Most people are lucky to have one subcultural system under control – the one that reflects their own sex, class, generation, and geographic region within the country. [...] [Nonverbal communication] systems are interwoven with the fabric of the personality and into society itself, even rooted in how one experiences oneself as a man or a woman.<sup>107</sup>

Der Zeichenaustausch funktioniert nur aufgrund des Vorhandenseins gemeinsamer Regeln und Elemente, über die sich Individuen und Gruppen im Verlauf einer gemeinsamen Geschichte "geeignet" haben. Über einen in hohem Maße übereinstimmenden Zeichen- und Regelvorrat verfügen Kommunikationspartner, die nicht nur die gleiche Sprache sprechen, sondern auch ähnliche oder gleiche Interessen sowie ähnliche oder gleiche Erfahrungen, Anschauungen und Werthaltungen haben.<sup>108</sup> Je mehr die Zeichen und Regeln der Kommunizierenden übereinstimmen, desto besser die Verständigung.<sup>109</sup>

Kultur und Kommunikation gehören demnach zusammen – "culture is communication and communication is culture"<sup>110</sup> – und sie beeinflussen einander wechselseitig. Die Kultur eines Menschen beeinflusst seine Art zu kommunizieren und die Art der Kommunikation kann ihrerseits die geteilte Kultur der Kommunizierenden verändern.<sup>111</sup>

---

<sup>107</sup> Hall, E. T.: The Hidden Dimension. New York: Doubleday, 1982, S. 82.

<sup>108</sup> Vgl. Merten, K., 1977.

<sup>109</sup> Vgl. Sottong, H.; Müller, M., 1998, S. 9.

<sup>110</sup> Hall, E. T., 1959, S. 169.

<sup>111</sup> Gudykunst, W. B.; Ting-Toomey, S.; Chua, E.: Culture and interpersonal communication. Newbury Park et al.: SAGE, 1988, S. 17.

### 3.1.3. Kommunikationskanäle

Eine wichtige Rolle bei der Kommunikation spielen die Kommunikationskanäle. Die Kommunikationskanäle in der FTF-Kommunikation unterscheiden sich hierbei von den in der CVK verfügbaren Kommunikationskanälen.

#### **Face-to-face Kommunikation**

Face-to-face message constructions are characterized by a complex, spontaneous, simultaneous, and immediate collage of verbal, nonverbal, and oral symbols. In contrast, computer-mediated message constructions are characterized by written, critical, deliberate, and delayed symbols.<sup>112</sup>

Die Face-to-Face-Situation (FTF-Situation) beziehungsweise Body-to-Body-Situation<sup>113</sup> kennzeichnet eine zwischenmenschliche Kommunikation, bei der alle Kanäle zur Verfügung stehen, die durch den direkten menschlichen Kontakt konstituiert werden. Die Kommunikationspartner befinden sich zur gleichen Zeit am gleichen Ort, d. h. sie sind körperlich kopräsent.<sup>114</sup> Gemäß Bülow ist menschliche Kommunikation eine "ganzkörperliche psychosomatische Manifestation der Gesamtpersönlichkeit", die die Sichtbarkeit der Kommunikationspartner voraussetzt.<sup>115</sup> In der FTF-Kommunikation findet eine verbale (Wörter und Sätze in einer Nachricht) und nonverbale Kommunikation statt. Hierbei kann man seine Kommunikationspartner über verschiedene Kanäle wahrnehmen: über den visuellen, den auditiven, den taktilen, den thermalen, den gustatorischen und den olfaktorischen Kanal. Die meisten nonverbalen Informationen, wie Mimik, Gestik, Körperhaltung, der Abstand zum Gesprächspartner sowie äußere Attribute (Körpergröße, Kleidung, Frisur) werden über den visuellen Kanal vermittelt. Die Wahrnehmung der gesprochenen Sprache und der damit verbundenen paraverbalen Komponenten wie Stimmvariation, Sprechgeschwindigkeit und Sprechrhythmus erfolgt über den auditiven Kanal. Über den taktilen Kanal werden Körperberührungen wahrgenommen; dazu zählen beispielsweise Umarmungen oder ein Händedruck bei Begrüßungen, Verabschiedungen, Beglückwünschungen, Vertragsvereinbarungen etc. und der Abstand zum Gesprächspartner. Eng verbunden mit dem taktilen ist der thermale Kanal, über den man die Körperwärme des Kommunikationspartners wahrnimmt. Der gustatorische Kanal vermittelt Geschmacksempfindungen: So kann beispielsweise die Qualität des Essens zum Gelingen oder Misslingen von Kommunikation beitragen. Schließlich ist noch der olfaktorische

---

<sup>112</sup> Chesebro, J. W.; Bonsall, D. G.: Computer-Mediated Communication. Human Relationships in a Computerized World. Tuscaloosa and London: The University of Alabama Press, 1989, S. 62.

<sup>113</sup> Döring, N., 1999, S. 34.

<sup>114</sup> Ebd., S. 34.

<sup>115</sup> Bülow, E.: Sprechakt und Textsorte in der Telefonkommunikation. (S. 300-312) In: Forschungsgruppe Telefonkommunikation (Hrsg.): Telefon und Gesellschaft. Bd. 2. Berlin: Spiess, 1990, S. 307.

Kanal zu nennen, der Gerüche vermittelt. Körpergeruch kann beispielsweise ein kommunikationsstörender Faktor sein, wogegen ein gut riechendes Parfum sich positiv auf die Kommunikation auswirken kann.

Da man in der FTF-Kommunikation sofort das Geschlecht, das Alter, die Rasse, die Nationalität, die Kleidung, das Make-up, das Parfum etc. des Gegenüber wahrnimmt und zudem häufig auch sofort feststellen kann, ob dieser eine (äußerlich erkennbare) Krankheit oder Behinderung hat, ist der erste Eindruck für den weiteren Verlauf des Gesprächs von entscheidender Bedeutung.<sup>116</sup> Das Interesse, den Kontakt zu vertiefen, wird dementsprechend oft von Äußerlichkeiten bestimmt.<sup>117</sup>

Der direkte menschliche Kontakt hat den Vorteil, dass man anhand der Mimik, der Gestik, des Tonfalls, der Körperhaltung und der Distanz, die die Gesprächspartner zueinander einnehmen, erkennen kann, ob der andere das Gesagte verstanden hat und diesem zustimmt, ob er Interesse oder Desinteresse zeigt, wie sympathisch ihm die Person ist, mit der er oder über die er spricht etc. Eine große Rolle spielen Gesichtsausdrücke wie z. B. ein Lachen oder Lächeln, Stirnrunzeln oder das Heben der Augenbrauen. Diese sind für die meisten Menschen die wichtigsten Zeichen um etwas über deren Gefühle und Einstellungen des Gegenüber zu erfahren. Sie zeigen, ob der Kommunikationspartner fröhlich, ernst oder ärgerlich ist und ob etwas Gesagtes ironisch oder sarkastisch gemeint war.

### **Computervermittelte Kommunikation**

Die CVK ist nach Höflich: "Kommunikation zwischen zwei oder mehreren Personen unter Verwendung von Kommunikationstechnologien beziehungsweise technischen und im besonderen elektronischen Medien."<sup>118</sup>

In Abgrenzung zur FTF-Kommunikation nehmen wir bei der CVK über den visuellen Kanal nicht den Kommunikationspartner, sondern lediglich seine Äußerungen mit dem visuellen Kanal wahr. Der Computer ist hierbei eine notwendige Voraussetzung zur Kommunikation, der auf Seiten des Senders und des Empfängers einer Botschaft zur beziehungsweise Dekodierung der Nachricht dient. Im Gegensatz zur FTF-

---

<sup>116</sup> Vgl. Hiltz, S. R.; Turoff, M.: The Network Nation. Human Communication via Computer. London et al.: Addison-Wesley, 1978, S. 78.

<sup>117</sup> Vgl. Goffman, E.: The Presentation of Self in Everyday Life. Garden City, N.Y.: Doubleday (Anchor), 1959, S. 22-24.

<sup>118</sup> Höflich, J. R., 1996, S. 17.

Kommunikation findet durch die reine Textbasiertheit der CVK eine Entkopplung von Kommunikation und Körper statt, die Körperpräsenz wird größtenteils aufgehoben.<sup>119</sup>

Dabei sei noch anzumerken, dass es mittlerweile auch nicht textbasierte Kommunikationsformen, wie die Internet-Videokonferenzen, Internet-Telephonie und Voice-Mails<sup>120</sup>, im Internet gibt.

### 3.2. Das Neue an der computervermittelten Kommunikation

Die Unterschiede zwischen CVK und FTF-Kommunikation lassen sich jedoch nicht allein mit dem Verweis auf die Verfügbarkeit unterschiedlicher Kommunikationskanäle beschreiben. Im folgenden Abschnitt wird näher beleuchtet, was dieses neue Medium besonders auszeichnet.

#### 3.2.1. Kommunikationsformen

Bins und Piwinger<sup>121</sup> unterscheiden die Mitteilungsformen hinsichtlich dreier Kriterien:

1. Anzahl der Teilnehmer (bilateral / multilateral)
2. Art der Übermittlung (synchron / asynchron)
3. Möglichkeit der Rückmeldung (interaktiv / nicht-interaktiv)

Kommunikationsform			»real life«	»virtual life«
bilateral	synchron	interaktiv	Gespräch	talk
		nicht-interaktiv	./.	write
	asynchron	interaktiv	Brief, Fax	E-Mail
		nicht-interaktiv	Postwurfsendung	E-Mail ohne Abs.
multilateral	synchron	interaktiv	Diskussion	IRC, Chat, MUD
		nicht-interaktiv	TV/Radio (live)	Audio/Video-bcast
	asynchron	interaktiv		E-Mail-Vert., News
		nicht-interaktiv	Zeitungen	WWW-Server

Abb. 2: Kommunikationsformen<sup>122</sup>

<sup>119</sup> Vgl. Gräf, L.: Locker verknüpft im Cyberspace - Einige Thesen zur Änderung sozialer Netzwerke durch die Nutzung des Internet. (S. 99-124). In: Gräf, L.; Krajewski, M. (Hrsg.): Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk. Frankfurt a.M. et al.: Campus Verlag, 1997, S. 101.

<sup>120</sup> E-Mails, welche per Spracheingabe verfasst werden und als Tondokument beim Empfänger ankommen, das dieser sich anhören kann.

<sup>121</sup> Bins, E. K.; Piwinger, B.-A.: Newsgroups: Weltweit diskutieren. Bonn et al.: International Thomson Publishing, 1997.

<sup>122</sup> Ebd.

## **Synchrone vs. asynchrone Kommunikation**

In der Kommunikationsforschung hat sich für die zeitgleiche vs. zeitungleiche Kommunikation das Begriffspaar Synchronizität – Asynchronizität<sup>123</sup> etabliert. "Synchrone Kommunikation" bedeutet, dass die Kommunikationspartner synchron (gleichzeitig) miteinander verbunden sind. Sie findet z. B. beim Telefonieren und bei Videokonferenzen statt, in denen die Teilnehmer zeitgleich Sender und Empfänger sind. Sie sind zur gleichen Zeit aktiv und es ist eine unmittelbare Rückkopplung möglich.<sup>124</sup> Der Gesprächspartner erhält prinzipiell unmittelbar nach dem Drücken der Enter-Taste die Nachricht, wobei allerdings faktisch bedingt durch den Übertragungsweg und überlastete Leitungen kurze Verzögerungen entstehen können. Dieses Phänomen wird mit dem englischen Ausdruck "lag" bezeichnet. Schweiger und Brosius sprechen auch von "Prä-Synchronizität"<sup>125</sup>, da die völlige Synchronität nicht möglich ist. Döring bezeichnet diese Kommunikationsformen als "Telepräsenz-Szenarien", in denen räumlich getrennte Personen interagieren können.<sup>126</sup> In diesem Zusammenhang wird auch von "Virtual-Reality-Anwendungen" (VR) und "virtuellen Räumen" gesprochen.

Bei der asynchronen Kommunikation, wie bei der E-Mail und der Newsgroup, werden Botschaften aufgezeichnet und zeitverzögert an den Adressierten weitergegeben (Push-Prinzip) beziehungsweise für ihn zum Abruf bereitgehalten und erst nach einem mehr oder weniger langen Zeitintervall von ihm rezipiert (Pull-Prinzip).<sup>127</sup>

Diese Kommunikationsart erlaubt dem Empfänger sich mit der Antwortzeit zu lassen. Sender und Empfänger müssen nicht zeitgleich vor ihren Bildschirmen sitzen, sondern sie können den Zeitpunkt ihrer Kommunikationsaktivitäten selbst bestimmen.<sup>128</sup> Weiterhin können sie das Geschriebene abspeichern und später noch einmal nachlesen und sie können Anfragen oder Antworten genauer überdenken und ausarbeiten.

## **One-to-one vs. many-to-many Kommunikation**

Zu dem privaten Vier-Augen-Gespräch (one-to-one Kommunikation) und zur Unterhaltung zwischen einer Person und vielen anderen (one-to-many Kommunikation) ist das Internet

---

<sup>123</sup> Vgl. Newhagen, J. E.; Rafaeli, S.: Why Communication Researchers Should Study the Internet: A Dialogue. (S. 4-13) In: Journal of Communication, 1 (46), 1995;

Morris, M.; Ogan, C.: The Internet as Mass Medium. (S. 39-50) In: Journal of Communication, 1, 1995.

<sup>124</sup> Vgl. Döring, N., 2000a, S. 346.

<sup>125</sup> Schweiger, W.; Brosius, H.-B.: Internet und Sprache - Zusammenhänge zwischen Online-Nutzung und dem individuellen Schreibstil. (S. 159-183) In: Beck, K.; Vowe, G. (Hrsg.): Computernetze - ein Medium öffentlicher Kommunikation? Berlin: Spiess, 1997, S. 164.

<sup>126</sup> Döring, N., 1999, S. 92.

<sup>127</sup> Vgl. ebd., S. 58.

<sup>128</sup> Vgl. Hiltz, S. R.; Turoff, M., 1978, S. 29.

als weitere, multilaterale Kommunikationsart (many-to-many Kommunikation) hinzugekommen. Darunter versteht man die Kommunikation mit einer praktisch unbegrenzten Zahl von Partnern, wie beispielsweise beim IRC.<sup>129</sup>

Bei der one-to-one-Kommunikation wird dagegen eine Nachricht von einem Sender gezielt an einen angebbaren Empfänger geschickt.

### **Interaktive vs. nicht-interaktive Kommunikation**

Als interaktiven Dienst kann man beispielsweise die E-Mail betrachten, da aus der eingetroffenen Nachricht stets die Adresse des Absenders ersichtlich ist und somit eine direkte Reaktion gewährleistet wird. Mailinglisten, deren Abonnenten in meist wöchentlichen Abständen sogenannte Newsletters mit Produktinformationen oder Sonderangeboten erhalten, sind dagegen nicht-interaktiv.

#### 3.2.2. Aufhebung der räumlichen und zeitlichen Beschränkungen

Fremde Welten rücken mit Hilfe der Massenmedien und modernen Kommunikationsmittel ganz nah, während gleichzeitig der Nachbar wie der Bewohner einer fremden Welt immer ferner rückt.<sup>130</sup>

Aufgrund seiner Struktur und seiner enormen Größe kann man das Internet als ein "internationales Kommunikationsmedium" charakterisieren. Wetzstein bezeichnet die Netze auch als "interkulturelle Begegnungsstätte"<sup>131</sup> und Rheingold spricht von "virtuellen Gemeinschaften"<sup>132</sup>, da sie nicht raumbunden ('aspatial')<sup>133</sup> sind und es, wie bei der FTF-Kommunikation, nicht notwendig ist zur selben Zeit am selben Ort zu sein, sondern man weltweit und grenzenlos mit Menschen aus anderen Ländern, Kulturen und Zeitzonen in Kontakt treten kann.

Nach Bühl bewegt sich die "virtuelle Gesellschaft" in "virtuellen Räumen".

Unter virtueller Gesellschaft verstehen wir eine Gesellschaft, in der Produktion, Distribution und Kommunikation weitgehend in virtuellen Räumen stattfinden, im Cyberspace. Die virtuelle Gesellschaft ist eine Gesellschaft, in welcher der computererzeugte virtuelle Raum den realen Raum überlagert, mit ihm vielfältige neue assoziative Formen bildet, ihn tendenziell aber auch verdrängt und substituiert, ihn jedoch niemals als Ganzes ersetzen kann. [...] Das trennende Unterscheidungskriterium zwischen der klassischen Industriegesellschaft und der virtuellen Gesellschaft stellt für uns der virtuelle Raum dar, den wir als zentralen Indikator

---

<sup>129</sup> Siehe Kapitel 3.3.4.

<sup>130</sup> Opaschowski, H. W.: Einführung in die Freizeitwissenschaft. 2. Aufl. Opladen: Leske + Budrich, 1994, S. 182.

<sup>131</sup> Wetzstein, T.: Kultur und elektronische Kommunikation. Eine empirische Untersuchung zu den Nutzern von Computernetzwerken. Inauguraldissertation. Trier, 1995a, S. 313.

<sup>132</sup> Rheingold, H.: Der Alltag in meiner virtuellen Gemeinschaft. (S. 95-121). In: Fassler, M.; Halbach, W. R. (Hrsg.): Cyberspace: Gemeinschaften, virtuelle Kolonien, Öffentlichkeiten. München: Fink, 1994.

<sup>133</sup> Vgl. Gräf, L., 1997, S. 101.

betrachten sowie der Prozeß der Virtualisierung. [...] Unter Virtualisierung verstehen wir einen computerinitiierten Prozeß, in dessen Verlauf an die Stelle des realen Raumes als bestimmende Größe mikro- und makrosoziologischer Bereiche der virtuelle Raum tritt.<sup>134</sup>

In der CVK findet man die Gesprächspartner durch gemeinsame Interessen<sup>135</sup>, wogegen man sich in der FTF-Kommunikation seine Bekannten und Freunde üblicherweise in seinem nahen Umfeld, d. h. in der Nachbarschaft, in der Schule, im Studium und im Beruf sucht. Durch die Aufhebung der räumlichen Distanzen, kann man die Kommunikation im Netz mit einem Dorfplatz vergleichen, denn mit "geographisch weit entfernten Personen im virtuellen Raum zu interagieren und zu kommunizieren ist ähnlich unaufwendig, wie mit einem anderen Dorfmitglied in Interaktion zu treten."<sup>136</sup> Darauf nimmt das von McLuhan geprägte Schlagwort vom "global village" Bezug.

Die asynchrone CVK zeichnet sich überdies dadurch aus, dass sie im Gegensatz zu anderen Telekommunikationstechnologien (z. B. Telefon, Funk) nicht nur räumliche Barrieren überwindet, sondern zudem auch eine zeitliche Entkoppelung der Interaktion ermöglicht.

### 3.2.3. Formen sozialer Organisation im Internet

Eine grundlegende Voraussetzung von Kommunikation ist nach Höflich<sup>137</sup>, dass die Handelnden über einen gemeinsamen Symbolvorrat verfügen und überdies die gemeinsamen Symbole nicht willkürlich benutzen oder manipulieren. Die Regeln der Kommunikation variieren von Kultur zu Kultur.<sup>138</sup> Man erlernt sie im Laufe der Sozialisation ohne sich dessen bewusst zu werden.<sup>139</sup> Kommunikationsregeln geben an, was man in einer bestimmten Situation tun oder unterlassen sollte und welches Verhalten daran gemessen richtig oder falsch ist. Sie "erleichtern die Orientierung der Handelnden und ermöglichen koordiniertes Handeln"<sup>140</sup>.

Durch neue Kommunikationstechnologien werden neue Kommunikationssituationen geschaffen. Dies führt zunächst zu einer gewissen Orientierungslosigkeit und zu Unsicherheiten. Neue Regeln sind daher erforderlich.

---

<sup>134</sup> Bühl, A.: Die virtuelle Gesellschaft – Ökonomie, Politik und Kultur im Zeichen des Cyberspace. (S. 39-59). In: Gräf, L.; Krajewski, M. (Hrsg.): Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk. Frankfurt a.M. et. al.: Campus Verlag, 1997, S. 46, 47.

<sup>135</sup> Vgl. Döring, N., 1999, S. 369.

<sup>136</sup> Gräf, L., 1997, S. 120.

<sup>137</sup> Höflich, J. R., 1996, S. 75.

<sup>138</sup> Vgl. Argyle, M.: Einige mögliche Dimensionen sozialen Verhaltens. (S. 282-294) In: Scherer, K. R.; Wallbott, H. G. (Hrsg.): Nonverbale Kommunikation. Weinheim: Beltz, 1979.

<sup>139</sup> Vgl. Watzlawick, P.; Beavin, J. H.; Jackson, D. D., 1990, S. 13.

<sup>140</sup> Höflich, J. R., 1996, S. 34.

Auch im Internet, wo viele Menschen miteinander weltweit schriftlich kommunizieren und es wenig Anhaltspunkte für soziale Einordnungen und Verhaltensrichtlinien gibt, sind Regeln für den Umgang miteinander unerlässlich. Im Laufe der Jahre hat sich daher eine Richtlinie für korrektes Verhalten im Usenet, die sogenannte "Netiquette" als "allgemein akzeptierter Satz von Regeln"<sup>141</sup> entwickelt.<sup>142</sup>

Die Grundlagen der Netiquette wurden im Oktober 1995 in einem RFC (Request For Comments) zusammengefasst (RFC 1855). Das RFC 1855 behandelt "minimale Richtlinien zur Netzwerk-Etikette". Die einzelnen Regeln lassen sich in zwei Gruppen aufteilen: (1.) Richtlinien für Verhalten gegenüber dem Netz und seinen Ressourcen und (2.) Richtlinien für kommunikatives Verhalten gegenüber anderen Menschen.

Es gibt einige Grundregeln, die für alle Internetdienste anwendbar sind, doch ist es unpräzise, von der Netiquette zu sprechen, da sie in den unterschiedlichen Internetdiensten (z. B. E-Mail, Newsgroup, IRC<sup>143</sup>) teilweise variiert.

Als Beispiel soll hier die Gliederung der Netiquette für die Newsgroup "de.newusers.infos" zitiert werden. Ein vollständiger Abdruck findet sich im Anhang. Weitere Netiquetten findet man bei Sally Hambridge<sup>144</sup>, bei Brad Templeton alias "Emily Postnews"<sup>145</sup> und bei Storrer / Waldenberger<sup>146</sup>.

- Vergessen Sie niemals, dass auf der anderen Seite ein Mensch sitzt!
- Erst lesen, dann denken. Noch einmal lesen, noch einmal denken. Und dann erst posten!
- Teilen Sie etwas Neues mit!
- Ihre Artikel sprechen für Sie - Seien Sie stolz auf sie!
- Nehmen Sie sich Zeit, wenn Sie einen Artikel schreiben!
- Vernachlässigen Sie nicht die Aufmachung Ihres Artikels!

---

<sup>141</sup> Falckenberg, C.: Internet - Spielzeug oder Werkzeug? Studienarbeit. Lehrstuhl für Technische Informatik, Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen, 1994. Nachdruck durch das Hochschulrechenzentrum der Philipps-Universität Marburg. Elektronische Publikation. URL: <http://www.comnets.rwth-aachen.de/chf/Studienarbeit/internet.html> (letzter Zugriff: 05.06.02)

<sup>142</sup> Weitere Werke zur Netiquette stehen im Anhang unter "weiterführende Literatur".

<sup>143</sup> Siehe Kapitel 3.3.

<sup>144</sup> Hambridge, S.: Netiquette guidelines, 1995. Elektronische Publikation. URL: [http://www.vision.net.au/main/new\\_users/new-users/rfc1855.txt](http://www.vision.net.au/main/new_users/new-users/rfc1855.txt) (letzter Zugriff: 05.06.02)

<sup>145</sup> Templeton, B.: Dear Emily Postnews. o.J. Elektronische Publikation. URL: <http://www.clari.net/brad/emily.html> (letzter Zugriff: 05.06.02)

<sup>146</sup> Storrer, A.; Waldenberger, S.: Zwischen Grice und Knigge. Die Netiketten im Internet. (S. 63-77) In: Strohner, H.; Sichelschmidt, L.; Hielscher, M. (Hrsg.): Medium Sprache. Frankfurt a.M. et al.: Lang, 1998. (Forum Angewandte Linguistik; Bd. 34).

- Achten Sie auf die "Subject:"-Zeile!
- Denken Sie an die Leserschaft!
- Vorsicht mit Humor, Ironie und Sarkasmus!
- Kürzen Sie zitierten Text auf das notwendige Minimum!
- Benutzen Sie E-Mail!
- Geben Sie eine Sammlung Ihrer Erkenntnisse an das Netz weiter!
- Achten Sie auf die gesetzlichen Regelungen!
- Benutzen Sie Ihren wirklichen Namen, kein Pseudonym!
- Vorsicht mit Kommerziellem!
- Vorsicht mit Binaries und Multipart-Artikeln!
- "Du" oder "Sie"?

Netiquetten sind Regeln ohne Gesetzescharakter. Sie dienen vorwiegend zum Zweck der Information und besitzen lediglich einen Appellcharakter. Hoffmann und Kuhlmann<sup>147</sup> charakterisieren den Status der Netiquette als "kulturell verankerte Regeln des Benehmens", die "weder durch demokratische Verfahren der Entscheidungsfindung legitimiert" sind "noch durch Androhung exekutiver Maßnahmen durchgesetzt" werden.

Da die Netiquetten allein nicht ausreichen, um das Verhalten zwischen den einzelnen Gemeinschaftsmitgliedern zu bestimmen, ist darüber hinaus ein System von Maßnahmen und Sanktionen erforderlich, um diese Regeln durchsetzen zu können. Aus diesem Grunde gibt es im Netz Administratoren, die die Teilnehmer sanktionieren, wenn diese andere durch ihr Fehlverhalten negativ beeinträchtigen. Fehlverhalten im Internet sind in erster Linie Beleidigungen, Belästigungen anderer Teilnehmer und die Überflutung der Kanäle mit sinnlosen Nachrichten und Beiträgen, die nicht zum Thema des Kanals gehören. Das Vortäuschen persönlicher Attribute, z. B. eines anderen Geschlechts, die Verbreitung von Gesprächsmitschnitten, die langfristige passive Anwesenheit sowie die Verwendung von Robots, Scripts oder Kriegsprogrammen werden ebenfalls nicht gern gesehen. Bei solchen Übertretungen können die Administratoren den Störenfried von ihrem Server ausschließen (kicking), verbannen (banning) oder auf andere Weise sanktionieren. Oft reagieren jedoch auch andere Teilnehmer auf die Übertretung der Regeln. Der Übeltäter wird von ihnen mit einer mehr oder weniger freundlichen E-Mail auf sein Fehlverhalten hingewiesen, er wird

---

<sup>147</sup> Hoffmann, G.; Kuhlmann, D.: Regulierung und Selbstregulierung im Internet. Netiquette, Nutzungsregeln, Rechtsvorschriften, Verträge. o.J. Elektronische Publikation. URL: <http://www.prz.tu-berlin.de/~derek/internet> (letzter Zugriff: 05.06.02)

ignoriert, indem seine Nachrichten nicht mehr auf dem Bildschirm angezeigt werden oder ihm werden sogenannte "Flames"<sup>148</sup>, "Mailbomben" oder andere unangenehme Dinge per E-Mail geschickt.

#### 3.2.4. Spielen mit Identitäten

Cyberspace is a strange new, frontier-like "space" without physicality; when we "enter" it, we leave our bodies behind. The Internet is the largest of the many networks that make it up today. To date, most communication in cyberspace is text-based; individuals communicate by typing, and can't see one another. Therefore, conventional signals of gender identity such as intonation and voice pitch, facial features, body image, non-verbal cues, dress and demeanour [...] are absent.<sup>149</sup>

In der FTF-Kommunikation nehmen wir den Gesprächspartner über die "Social Context Cues"<sup>150</sup> wahr. Dies sind Informationen über den jeweiligen Gegenüber, welche die Interaktionspartner bei der FTF-Kommunikation aufnehmen, wie die Körpersprache (Gestik, Mimik, Körperhaltung), das physische Aussehen (Attraktivität, körperliche Verfassung, Alter, Haut- und Haarfarbe, Geschlechtsmerkmale), die Kleidung, die Stimme (Tonfall, Akzent), die nationale Herkunft, den sozialen Status etc. Es erfolgt sofort eine erste Kategorisierung des Gegenübers. Schon vor dem ersten Wortwechsel haben wir mit unserem ersten Eindruck bezüglich des Erscheinungsbildes der anderen Person die Kommunikationssituation vorstrukturiert. Attraktive Personen haben hierbei einen Vorteil.

A widely held stereotype in this culture suggests that attractive people are assumed to possess more socially desirable personalities and are expected to lead better personal, social, and occupational lives than their unattractive counterparts.<sup>151</sup>

Im Netz gibt es sechs grundlegende Möglichkeiten zur Selbstdarstellung.<sup>152</sup> Eine davon ist die eigene E-Mail-Adresse, die teilweise frei wählbar ist. Viele geben in der Adresse ihren Vor- und Nachnamen an, doch man kann auch Phantasienamen wählen.

Eine weitere Möglichkeit, sich selbst im Internet darzustellen, ist der Name<sup>153</sup>: In E-Mails, Mailinglisten-Artikeln und Newsgroup-Postings geben Netznutzer üblicherweise ihren "wirklichen" Namen an. Dieser Name gibt Aufschluss über das Geschlecht.

---

<sup>148</sup> Reaktionen auf Abweichungen von Verhaltensregelmäßigkeiten mit einem verletzenden, beleidigenden oder provozierenden Inhalt.

<sup>149</sup> Danet, B.: Text as Mask: Gender and Identity on the Internet, 1996. Elektronische Publikation. URL: <http://atar.mscc.huji.ac.il/~msdanet/mask.html> (letzter Zugriff: 19.09.02)

<sup>150</sup> Vgl. Sproull, L.; Kiesler, S.: Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication. (S. 1492-1512) In: Management Science, 32, 1986.

<sup>151</sup> Snyder, M.: When Belief Creates Reality: The Self-Fulfilling Impact of First Impressions on Social Interaction. (S. 438-442) In: O'Brien, J.; Kollock, P. (Hrsg.): The Production of Reality. Essays and Readings on Social Interaction. 2. Aufl. California: Pine Forge Press, 1997, S. 438.

<sup>152</sup> Angelehnt an Döring, N.: Identitäten, Beziehungen und Gemeinschaften im Internet. (S. 299-336) In: Batinic, B. (Hrsg.): Internet für Psychologen. Göttingen et al.: Hogrefe, 1997a, S. 301.

<sup>153</sup> Siehe auch "real name" oder "user name" genannt.

Im Unterschied zu den Newsgroups, den Mailinglisten und zur E-Mail-Kommunikation legen sich die User im Chat und im MUD ein Pseudonym zu. Dieses Pseudonym, im Internetjargon auch "Nickname" genannt, ist das erste, was die anderen Netznutzer im Chat oder MUD über einen Teilnehmer erfahren. Kein Nickname darf dort zweimal auftauchen. Somit ist es wichtig ihn bewusst zu wählen, um einen bestimmten Eindruck bei den anderen zu hinterlassen. Der Nickname kann die persönliche Identität, das Alter und die soziale Herkunft des Nutzers verschleiern und ihm auf diese Weise eine neue Identität geben. Nach Gallery können mit dem Nickname Identitäten aufgebaut und Teilrepräsentationen des Selbst gezeigt werden.<sup>154</sup>

Den Nickname wählt man z. B. nach spezifischen Neigungen, Interessen, Hobbies und Idolen.<sup>155</sup> Die meisten Nicknames sind herkömmliche Vornamen; es kommen aber auch Namen und Begriffe aus den Sinnwelten Fantasy, Märchen und Sagen vor, ebenso solche aus dem Bereich der Tierwelt sowie der Musik, dem Comic, dem Film und dem Computerbereich<sup>156</sup>, zudem trifft man auch auf Produktnamen.<sup>157</sup>

Weiterhin kann man in vielen Chat-Räumen und Channels neben der Wahl eines Nicknames auch noch eine Farbe aussuchen. In dieser Farbe erscheinen dann der eigene Nickname sowie die abgeschickten Beiträge, was einer besseren Übersicht dient. Eine bestimmte Farbe wird dann mit einem bestimmten Nutzer assoziiert. Andererseits können Farben auch für semiotische Spielereien genutzt werden, z. B. indem durch einen Farbwechsel zu Rot Erröten und damit Verlegenheit ausgedrückt wird.<sup>158</sup>

Als weitere Mittel zur Selbstdarstellung stehen Signaturen zur Verfügung. Eine Signatur ist eine elektronische Visitenkarte, die oft an das Ende einer E-Mail gesetzt wird. Man kann hier den Namen, die Adressen (z. B. berufliche oder private Kontaktinformationen), einen Verweis auf die persönliche Homepage, Mottos, Sprüche oder andere Dinge wählen, mit denen man bestimmte Dinge ausdrücken möchte.

---

<sup>154</sup> Gallery, H.: bin ich – klick ich - Variable Anonymität im Chat. (S. 71-88) In: Thimm, C. (Hrsg.): Soziales im Netz. Opladen; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2000, S. 76.

<sup>155</sup> Vgl. Wetzstein, T. et al.: Datenreisende. Die Kultur der Computernetze. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1995b, S. 81.

<sup>156</sup> Vgl. Runkehl, J.; Schlobinski, P.; Siever, T., 1998, S. 85.

<sup>157</sup> Vgl. Bechar-Israeli, H.: From <Bonehead> to <cLoNehEAd> : Nicknames, play and identity on Internet relay chat. In: Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 1/2, 1995. Zugl. Elektronische Publikation. URL: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue2/bechar.html> (letzter Zugriff: 05.06.02);

Döring, N., 1999, S. 96f.

<sup>158</sup> Vgl. Beißwenger, M. (Hrsg.): Chat-Kommunikation. Sprache, Interaktion, Sozialität & Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation. Perspektiven auf ein interdisziplinäres Forschungsfeld. Stuttgart: ibidem, 2001.

Eine andere, differenziertere Form zur Darstellung der individuellen Persönlichkeit ist die persönliche Homepage. Sie enthält Informationen über das private und berufliche Leben einer Person, eigene Interessengebiete und persönliche Einstellungen. Nicht nur durch die Inhalte der eigenen Homepage, sondern auch durch die Gestaltungsmerkmale kann man sich hierbei eine sehr persönliche Note geben.

Als letzte Variante der Selbstdarstellung lässt sich die Selbstbeschreibung nennen. In MUDs gestaltet man seine Spielfigur beziehungsweise seinen Online-Charakter. Man gibt sich spezifische Merkmale und kreiert so sein "wahres Selbst". Man gibt an, wie man aussieht, wie alt man ist, welches Geschlecht man hat, und man beschreibt seinen eigenen Charakter. Das Internet erlaubt dementsprechend das Spiel mit der eigenen Identität, indem man neue oder multiple Identitäten<sup>159</sup> kreiert.

Schon P. Steiner drückte das Experimentieren mit Identitäten in einer Karikatur aus, die 1993 in der New York Times Zeitung publiziert wurde. Dort sagt ein Hund, dessen Pfote auf dem Keyboard eines Computers ruht, zu einem anderen Hund: "On the Internet, no one knows you're a dog"<sup>160</sup>.

Jeder ist im Internet somit das, was er zu sein vorgibt.

Die Art und Weise, wie wir diese Worte benutzen und die Geschichten (wahre und erfundene), die wir über uns erzählen (oder über die Identität, für die wir von anderen gehalten werden wollen) bestimmen unsere Identität in (Sic!) Cyberspace.<sup>161</sup>

Man kann bestimmte Aspekte der eigenen Persönlichkeit bewusst verstärken beziehungsweise zurücknehmen oder ganz fremde Züge annehmen, bis hin zum Wechsel des Geschlechts, dem sogenannten "gender-switching"<sup>162</sup>. Dazu muss man sich einen entsprechenden Namen und eine Beschreibung geben und sich in seinem Verhalten dem geschlechtsspezifischen männlichen oder weiblichen Verhalten anpassen.

Turkle vergleicht die Geschlechtsumwandlung im Internet mit der im "realen Leben":

For a man to present himself as female in a chat room, on an IRC channel, or in a MUD, only requires writing a description. For a man to play a woman on the streets of an American city,

---

<sup>159</sup> Vgl. Hiltz, S. R.; Turoff, M.; Johnson, K.: Experiments in group decision making: Disinhibition deindividuation and group process in PEN name and real name computer conferences. (S. 217-232) Decision Support Systems, 5, 1989;

Turkle, S.: Aspects of the Self. (S. 177-209) In: Turkle, S. (Hrsg.): Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. New York: Simon & Schuster, 1995a.

<sup>160</sup> Steiner, P., The New Yorker, 5. Juli, 1993, S. 61.

<sup>161</sup> Rheingold, H., 1994, S. 100.

<sup>162</sup> Vgl. Bayerl, P. S.: Psychologische Untersuchungen im Internet Relay Chat. Semesterarbeit am Institut für Psychologie der Justus-Liebig-Universität Giessen, 1997. Elektronische Publikation. URL: <http://www.psychol.uni-giessen.de/~Batinic/survey/irc/inhalt.htm> (letzter Zugriff: 05.06.02);

Bruckman, A. S.: Gender-Swapping on the Internet. Paper presented at the Internet Society. San Francisco, CA, 1993. Elektronische Publikation. URL: <ftp://ftp.cc.gatech.edu/pub/people/asb/papers/gender-swapping.txt> (letzter Zugriff: 05.06.02)

he would have to shave various parts of his body; wear makeup, perhaps a wig, a dress, and high heels; perhaps change his voice, walk, and mannerisms.<sup>163</sup>

Durch die Identität des anderen Geschlechts lassen sich Erfahrungen in der jeweils anderen Geschlechtsidentität sammeln.

Taking a virtual role may involve you in ongoing relationships. In this process you may discover things about yourself that you never knew before. [...] Gender-swapping is an opportunity to explore conflicts raised by one's biological gender.<sup>164</sup>

Frauen nehmen oft das männliche Geschlecht an, um Belästigungen von Männern zu vermeiden und Männer nehmen oft das weibliche Geschlecht an, um mehr Aufmerksamkeit, Hilfe und Unterstützung von anderen zu erhalten, die man Frauen oft entgegenbringt. Jedoch ist die textuelle Umwandlung nicht leicht, da man den Sprachgebrauch und das Verhalten des anderen Geschlechts kennen muss.<sup>165</sup> Männer neigen z. B. öfter dazu, Diskussionen zu monopolisieren, einen aggressiven Ton zu benutzen oder sexistische Bemerkungen zu machen.<sup>166</sup>

Das Internet ist hiermit zu einem wichtigen Sozillabor für Experimente geworden, mit denen wir unser Selbst kreieren.<sup>167</sup>

Ebenso wie Turkle interpretiert auch Reid dieses Spiel, das durch die Auflösung akzeptierter sozialer Normen gekennzeichnet ist, als einen Ausdruck postmoderner Kultur.

My conclusion is that Internet Relay Chat, by deconstructing social boundaries and by the ways in which users construct their own community and culture, is a postmodern phenomenon.<sup>168</sup>

Wie zuvor dargestellt, kann der Grad der Bekanntheit des Kommunikationspartners in der CVK zwischen bekannt, pseudonym und anonym variieren. Auf Besonderheiten der Anonymität möchte ich nachfolgend kurz eingehen.

### 3.2.5. Anonymität

"Social Context Cues" definieren in der FTF-Kommunikation die soziale Situation, die Rollen der Beteiligten und die zwischen ihnen bestehenden Machtverhältnisse.<sup>169</sup> Man

---

<sup>163</sup> Turkle, S.: Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. New York: Simon & Schuster, 1995b, S. 212.

<sup>164</sup> Ebd., S. 213.

<sup>165</sup> Vgl. Turkle, S.: Who Am We? We are moving from modernist calculation toward postmodernist simulation, where the Self as a Multiple, Distributed System, 1995c. Elektronische Publikation. URL: <http://www.hotwired.com/wired/4.01/features/turkle.html> (letzter Zugriff: 05.06.02), S. 212.

<sup>166</sup> Vgl. Döring, N., 1997a, S. 304.

<sup>167</sup> Vgl. Turkle, S., 1995b, S. 180.

<sup>168</sup> Reid, E. M.: Electropolis: Communication and Community On Internet Relay Chat. Melbourne, 1991. Elektronische Publikation. URL: <http://home.earthlink.net/~aluluei/electropolis.html> (letzter Zugriff: 05.06.02)

wird durch die physische Erscheinungsweise beeinflusst. Das Fehlen der "Cues" hat negative und positive Auswirkungen, die Gegenstand einer kontroversen Diskussion sind und hier kurz vorgestellt werden. Im Netz besteht aufgrund der Anonymität und Körperlosigkeit keine Möglichkeit, durch äußerliche Zeichen auf den sozialen Status des Gegenüber zu schließen. Daher ist es möglich spontan und ungehemmt miteinander zu kommunizieren ohne sich ständig fragen zu müssen, wie man dem anderen gefällt und ob man zu alt oder zu jung ist. Man gibt sich nur durch seine schriftlichen Äußerungen zu erkennen und kann an der Gestaltung seiner Identität nach persönlichen Vorlieben mitwirken<sup>170</sup>. Eine positive Auswirkung ist die Chancengleichheit<sup>171</sup>, die darauf beruht, dass die Rollen- und Persönlichkeitsmerkmale, "die Steuerungs- und Strukturierungsfunktionen nonverbaler Kommunikationselemente ebenso wie signifikante Verweise auf die Identität der Kommunikationspartner"<sup>172</sup> entfallen.

Da sich eine Person im Netz durch die Worte, die sie tippt, darstellt,<sup>173</sup> hängt ihre Kommunikationsfähigkeit von ihrer Schreibkunst, ihrem Stil, ihrem Humor, ihrer Sprachkompetenz, vom verwendeten oder nicht verwendeten Insiderjargon, von der Tippgeschwindigkeit und auch oft von den Englischkenntnissen ab. Je besser sich jemand im Internet ausdrückt, umso mehr wird er geschätzt.

Durch den Nickname<sup>174</sup> bleibt man anonym und es können sich keine auf der Kenntnis von Identitätsinformationen beruhenden Vorurteile gegenüber dem Gesprächspartner aufbauen. Dies ist eine gute Chance für Menschen, die im normalen Leben wegen ihres Aussehens, ihrer Nationalität, ihres Glaubens oder einer Behinderung von der Gesellschaft nicht akzeptiert oder gar ausgestoßen werden, sich Selbstbewußtsein aufzubauen.

---

<sup>169</sup> Vgl. Kiesler, S.; Siegel, J.; McGuire, T. W.: Social Psychological Aspects of Computer-Mediated Communication. (S. 1123-1134) In: *American Psychologist*, 39 (10), 1984;

Siegel, J. et al.: Group processes in computer-mediated communication. (S. 157-187) In: *Organizational behavior and human decision processes*, 37, 1986;

Sproull, L.; Kiesler, S., 1986;

Hiltz, S. R.; Johnson, K.; Agle, G.: Replicating Bales' problem solving experiments on a computerized conference: A pilot study (Research Rep. No. 8). Newark: New Jersey X Institute of Technology, Computerized Conferencing and Communications Center, 1978;

Dubrovsky, V. J.; Kiesler, S.; Sethna, B. N.: The equalization phenomenon: status effects in computer-mediated and face-to-face decision-making groups. (S. 119-146) In: *Human-Computer Interaction*, 6 (2), 1991.

<sup>170</sup> Vgl. Wehner, J.: Medien als Kommunikationspartner - Zur Entstehung elektronischer Schriftlichkeit. (S. 125-150) In: Gräf, L.; Krajewski, M. (Hrsg.): *Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1997, S. 146.

<sup>171</sup> Vgl. Lenke, N.; Schmitz, P., 1995a, S. 123;

Perrolle, J.: Computer-Mediated Conversation. (S. 21-23) In: *National Forum*, 71 (3), 1991, S. 21;

Kiesler, S.; Siegel, J.; McGuire, T., 1984.

<sup>172</sup> Wetzstein, T., 1995b, S. 295.

<sup>173</sup> Vgl. Döring, N.: Romantische Beziehungen im Netz. (S. 39-70). In: Thimm, C. (Hrsg.): *Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet*. Opladen; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2000b, S. 55.

<sup>174</sup> Siehe Kapitel 3.2.4.

Soziale Barrieren, die in einem Gespräch von Angesicht zu Angesicht wirksam sind, können somit übergangen werden.

Durch die Abwesenheit dieser Vorurteile wagen es auch eher schüchterne, ängstliche, und selbstunsichere Personen, ihre Meinung vorzubringen. Sie fühlen sich sicher und frei von der Kontrolle durch andere. Auch brauchen sie keine Angst davor zu haben, rot zu werden, zu stottern oder keine Worte zu finden. Auch behinderte Menschen haben hier einen Vorteil. Sie müssen keine Angst haben, wegen ihrer Behinderung anders behandelt zu werden, sondern können als gleichberechtigter Gesprächspartner auftreten. Dazu schreibt Rheingold:

Menschen, deren Körperbehinderungen ihnen den Aufbau neuer Freundschaften erschweren, entdecken, daß virtuelle Gemeinschaften sie so behandeln, wie sie immer behandelt werden wollten - als Denker, Ideenvermittler und Menschen mit Gefühlen und nicht als körperliche Gefäße mit einer bestimmten Geh- und Sprechweise (oder Behinderung).<sup>175</sup>

Andrerseits vergisst man bei der Online-Kommunikation leicht, dass am anderen Ende Menschen sitzen, die durch Worte verletzt werden können. "Die Anonymität des elektronischen Mediums enthemmt die Menschen."<sup>176</sup> Studien belegen, dass User sich in der CVK enthemmter benehmen als in der FTF-Kommunikation,<sup>177</sup> was "sowohl verstärkte Offenheit, Ehrlichkeit, Freundlichkeit, Partizipation und Egalität als auch verstärkte Feindlichkeit, Anomie, normverletzendes und antisoziales Verhalten"<sup>178</sup> begünstigt. Dieses Verhalten tritt im Netz u. a. in Form von "Flaming"<sup>179</sup> auf. Der Ausdruck "Flames" bezieht sich auf Beschimpfungen, feindselige Äußerungen, einen feindseligen Umgangston, Beschuldigungen, Flüche oder allgemein auf eine "intensive", emotionale Sprache etc.

Es gibt unterschiedliche Auffassungen darüber wodurch dieses Verhalten hervorgerufen wird.

---

<sup>175</sup> Rheingold, H., 1994, S. 105.

<sup>176</sup> Vgl. Weide, K.; Pascal, J.: CompuServe: Eine Erkundungsreise durch die größte Mailbox der Welt. München: te-wi-Verlag, 1993, S. 133.

<sup>177</sup> Vgl. Kiesler, S.; Siegel, J.; McGuire, T., 1984;

Rice, R. E.; Love, G.: Electronic Emotion. Socioemotional Content in a Computer-Mediated Communication Network. (S. 85-108) In: Communication Research, 14 (1), 1987;

Sproull, L.; Kiesler, S.: Connections. New Ways of Working in the Networked Organization. Cambridge et al.: MIT Press, 1991.

<sup>178</sup> Döring, N., 2000a, S. 356.

<sup>179</sup> Collins, M. P.: Flaming: The Relationship Between Social Context Cues and Uninhibited Verbal Behavior in Computer-mediated Communication, 1992. Elektronische Publikation. URL: <http://star.ucc.nau.edu/~mauri/papers/flames.html> (letzter Zugriff: 05.06.02);

Kiesler, S.; Siegel, J.; McGuire, T., 1984;

Kiesler, S.; Zubrow, D.; Moses, A.: Affect in computer-mediated communication: an experiment in synchronous terminal-to-terminal discussion. (S. 77-104) In: Human-Computer Interaction, 1, 1985;

Döring, N., 2000a, S. 356;

Höflich, J. R., 1996, S. 87.

Viele sind der Ansicht, dass die CVK ein freieres und intensiveres Ausdrucksverhalten hervorlockt, da bei ihr die sozialen Informationen fehlen<sup>180</sup>. Strömer findet noch weitere Gründe:

Nirgendwo sonst auf der Welt wird so viel geschimpft, beleidigt, verleumdet und gemobbt wie in Online-Netzen. Das hängt nicht nur damit zusammen, daß die Autoren solcher "Flames" weitgehend anonym bleiben, sondern kommt auch daher, daß viele Diskussionsteilnehmer ungeübt darin sind, sich schriftlich auszudrücken. Hinzu kommt eine gewisse Unbekümmertheit im Umgang miteinander, die vor allem aus der Zeit herrührt, als das Netz noch eine Privatveranstaltung einiger eingeweihter Enthusiasten war, die "unter sich" waren. Auch das "Du" ist bekanntlich noch an der Tagesordnung. Bekanntlich sagt es sich viel leichter: "Du Blödmann" als: "Sie Blödmann".<sup>181</sup>

Generell deutet vieles darauf hin, dass in Situationen der Anonymität der Druck, sich entsprechend den Normen zu verhalten, weniger wirksam ist: Es besteht kein Zwang zu normenkonformem Verhalten mehr. Zimbardo<sup>182</sup> bezeichnet Menschen, die sich anonym fühlen, als "deindividuated". Er fand in einer Untersuchung heraus, dass Menschen, wenn sie anonym sind, eine größere Bereitschaft beziehungsweise eine geringere Hemmschwelle haben, anderen einen Schmerz zuzufügen. Dies wird z. B. durch den Ku Klux Klan bestätigt, dessen Mitglieder, in Kostümen verkleidet, andere Menschen (unter anderem aus rassistischen Motiven) schikanieren und quälen. Auch geschehen mehr Verbrechen bei Nacht, da man zu dieser Zeit den Gegenüber schlechter erkennen kann.

Während ein Großteil der Autoren davon ausgeht, dass die CVK generell durch eine relative Anonymität gekennzeichnet ist, vertreten andere die Ansicht, die CVK verlange nicht mehr expressives Verhalten als die FTF-Kommunikation, da sie genügend soziale Informationen enthalte.<sup>183</sup>

Nach Döring<sup>184</sup> widerspricht das *SIDE*-Modell<sup>185</sup> (die Abkürzung *SIDE* steht für Social Intity and Deindividuation) der Vorstellung, dass Anonymität aggressives Verhalten hervorruft. Es zeigt, dass bei Anonymität durchaus personale oder soziale Identitäten salient sind und dass diese sogar kognitiv besonders akzentuiert werden. Das *SIDE*-Modell analysiert Macht und Einfluss in der Kommunikation. Spears und Lea<sup>186</sup> versuchen in

---

<sup>180</sup> Vgl. Kiesler, S.; Siegel, J.; McGuire, T., 1984; Kiesler, S.; Zubrow, D.; Moses, A., 1985; Sproull, L.; Kiesler, S., 1991.

<sup>181</sup> Strömer, T. H.: Online-Recht. Rechtsfragen im Internet. 2. Aufl. Heidelberg: dpunkt-Verlag, 1999, S. 219ff.

<sup>182</sup> Zimbardo, P. G.: The human choice: Individuation, reason, and order versus deindividuation, impulse, and chaos. (S. 237-307) In: Arnold, W. J.; Levine, D. (Hrsg.): Nebraska Symposium on Motivation, 1969. Lincoln, NE: University of Nebraska Press, 1970.

<sup>183</sup> Vgl. Lea, M.; O'Shea, T.; Fung, P.; Spears, R.: „Flaming“ in computer-mediated communication. Observations, explanations, implications. (S. 89-112) In: Lea, M. (Hrsg.): Contexts of Computer-mediated communication. New York et al.: Harvester Wheatsheaf, 1992.

<sup>184</sup> Döring, N., 1999, S. 272.

<sup>185</sup> Vgl. Spears, R.; Lea, M.: Panacea or Panopticon? The Hidden Power in Computer-Mediated Communication. (S. 427-459) In: Communication Research, 21 (4), 1994.

<sup>186</sup> Ebd., 1994.