

**Thomas Berker: Internetnutzung in den neunziger Jahren. Wie ein junges Medium alltäglich wurde**

Frankfurt/M., New York: Campus 2001. 290 S., ISBN 3-593-36877-3. € 34,90

Im Verlauf der neunziger Jahre entwickelte sich das Internet von einer technisch komplizierten Angelegenheit für Eingeweihte zu einem populären und die Gesellschaft durchdringenden Medium. Die vorliegende Studie von Thomas Berker will entsprechend „Kontext und Vorgeschichte des Ereignisses Internet beschreiben“ (S.13). Sie stützt sich dabei auf sozialwissenschaftliche empirische Verfahren (eine E-Mail-Befragung und eine Protokolldatenanalyse) sowie auf eine (Inhalts-) Analyse privater Homepages. Dabei wird deutlich, dass die Internetnutzung bestimmte thematische Kontinuitäten zu den „alten“ Medien aufweist. Neben Sex und Computerthemen dominiert die Beschäftigung mit vertrauten Inhalten; nicht nur stellen die Seiten der etablierten Anbieter (Spiegel, Tagesschau etc.) zentrale Zugriffspunkte dar, auch thematisch bildet der Austausch über Fernsehserien, Filme und andere massenmediale Produkte ein Zentrum der Internetnutzung.

Interessant ist diese Studie aber vor allem, weil es ihr gelingt, diese Erkenntnisse einer aufwändigen empirischen Vorgehensweise knapp zusammenzufassen und in eine theoretische Perspektivierung medialer Innovationen einzuordnen. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage nach dem Zusammenhang der medialen Entwicklungen mit den Organisationsformen der „alltäglichen Lebensführung“. Dieses sozialtheoretische Konzept postuliert, dass Subjekte bestimmte Verhaltensmuster und Sinnhorizonte ausbilden, die die Anforderungen von Berufsleben,

von gesellschaftlichen Normen sowie von Privatbereichen aufeinander abstimmen; der medienwissenschaftliche Gewinn besteht darin, dass Medien bzw. die Mediennutzung nicht mehr als ein gesonderter Praxisbereich betrachtet werden (eine gängige Vorstellung, die angesichts der zunehmenden Nutzung von Computern sowohl im Beruf als auch im Privatleben jegliche Plausibilität verliert). Berker stellt in seiner Untersuchung dabei bestimmte Selektivitätsstile in den Mittelpunkt, die als unterschiedliche Umgangsformen mit der Angebotsfülle unterschiedlicher Medien betrachtet werden können. Seine Ausgangsthese ist, dass Medien – insofern sie ihre institutionelle Gestalt auch durch die Herausbildung von bestimmten Umgangsformen mit ihnen erhalten – keine Sprünge machen. Folgerichtig diskutiert er den Erfolg des Internet vor dem Hintergrund der historischen Entwicklung des Fernsehens. Schon für diese lässt sich zeigen, dass (idealtypisch) ein rigider Selektivitätsstil (zusätzliche Angebote werden ausgeblendet) und ein aggregierender Selektivitätsstil (Strategien zur Beherrschung der Vielfalt wie Zapping etc.) existieren. Zahlreiche Studien weisen darauf hin, dass es einen Zusammenhang zwischen der Form der Berufstätigkeit und dem Selektivitätsstil gibt. (Fordistische) Industriearbeit geht mit einem eher rezeptiven „Regenerationsfernsehen“ einher; postfordistische Arbeitsformen führen auch in der Mediennutzung zu einer symbolischen Aktivität und mithin zu einem aggregierenden Selektivitätsstil.

Diese Differenzierung lässt sich nun durchaus auch in der Nutzung des Internet wieder entdecken; folglich kann gar nicht von dem *einen* Netz gesprochen werden, wenn man die gesellschaftliche Attraktivität des Internet erklären will. Vielmehr lassen sich (mindestens) zwei unterschiedliche Entwicklungsstränge aufzeigen: Zum einen entwickelt das Netz immer wieder kommunikative Formen, die den vorangegangenen Medien entgegenkommen. „Demnach wäre das Internet gerade mit seinem Dienst WWW gewissermaßen dem Fernsehen entgegengekommen. Ein disperses auf rezeptive Akte beschränktes Publikum, wie es das des TV ist, fände nun im Internet ein in diesen Grunddeterminanten vergleichbares Angebot.“ (S.83). Zum anderen gibt es innerhalb des Netzes aber auch Bereiche und Strukturen, die durch einen Bruch mit den alten Medien gekennzeichnet sind, insofern sie Freiheitsgrade für eine aggregierende Selektion bieten, die sowohl innerhalb des ‚Programms‘ als auch intermedial (bzw. verschiedene Kommunikationsformen integrierend) stattfindet. Hier gründet der Erfolg des Internet in der Etablierung neuer Nutzungsformen, die selbst produktiv werden und die verschiedenen Dienste des Internet parallel nutzen. Berker zieht hieraus den Schluss, dass die zunehmende Akzeptanz des Mediums mit einer „internen Differenzierung der Nutzendenschaft“ (S.98) einhergeht. Die Ergebnisse seiner eigenen empirischen Erhebung deuten zudem darauf hin, dass auch hier eine soziale Differenzierung eine Rolle spielt, insofern eine aktive, gestalterische Nutzung des Internet am ehesten bei Leuten anzutreffen ist, die einer neuen Form von „immateriellen Arbeit“ (Negri/Lazzarato) nachgehen, in der sich die Trennung zwischen arbeitszeitlicher und freizeitlicher Mediennutzung tendenziell erübrigt. Die Konstanz

der Themen des Internet zu den alten Medien legt nahe, dass es weniger neue Inhalte als neue Nutzungsstile sind, die das Medium attraktiv machen.

Dass solche neuen Nutzungsstile auch mit Medienutopien verbunden sein können, zeigt der letzte Teil der Studie. Die Analyse privater Homepages verdeutlicht, dass diese häufig einerseits die Hoffnung artikulieren, im Internet eine Möglichkeit zur individuellen (nicht entfremdeten) Entfaltung zu finden, gleichzeitig aber den Anspruch formulieren, das Netz für den hierarchiefreien und transparenten öffentlichen Austausch in Dienst nehmen zu können. Hieraus ergeben sich widersprüchliche Anforderungen, die – wie Berker überzeugend zeigt – schon von etablierten Öffentlichkeitstheorien (etwa von Löwenthal oder Habermas) artikuliert, aber nicht wirklich gelöst werden konnten. Der Gewinn der Studie besteht vor allem darin, dass sie durch ungewöhnliche theoretische Perspektiven und eine historische Bezugnahme auf das Fernsehen, das ‚Phänomen Internet‘ erheblich differenziert und zugleich pointierte Thesen zu seinen Existenzbedingungen formuliert.

Markus Stauff (Bochum)