

Online-Offline. Methodologische Erträge einer Studie zur Internetnutzung zur Klärung einer Zentralkategorie des Online-Research

Thomas Berker¹

Wer je mit Online-Forschung befasst war, weiss um die Schwierigkeit einer vernünftigen Operationalisierung der Online-Nutzung. So fragt sich Bernd Wingert mit Fug und Recht: "Soll man einen Schueler, der bei einem Freund beim Schreiben einer E-Mail mal ueber die Schulter geschaut hat, schon als eine/n 'Online-Nutzende/n' ansprechen? Muss er es mit einer gewissen Regelmassigkeit tun?". Ist es, so fragt er weiter, der PC-Zugang mit Internetfunktionalitaet, der den Online-Nutzer auszeichnet, oder, so laesst sich kontrastieren, der mehr oder minder regelmassige Besuch eines Internetcafes? Kurzum, wann faengt der PC-Nutzer auf der einen Seite, ein Mediennutzer auf der anderen an, ein Onlinenutzer zu werden? Eine Antwort auf diese Frage wird jenseits dezisionistischer Setzungen nicht ohne Theorie auskommen koennen. Ich schlage in dem vorliegenden Beitrag, der informiert ist durch Ergebnisse einer abgeschlossenen empirischen Untersuchung zur Internetnutzung an einer deutschen Hochschule², eine Herangehensweise an dieses Problem vor, die Mediennutzung insgesamt in den Blick nimmt. Internetnutzung, so die Ausgangsthese, zerfaellt in eine Reihe von Mediennutzungsformen auf der Ebene der institutionellen Medien im Sinne von Herbert Kubicek und Ulrich Schmid. V.a. massenkommunikative Elemente sind hier in einem ersten Schritt zu trennen von individalkommunikativen. Ausgehend von dieser Trennung unterschiedlicher Mediennutzungsformen finden sich Mediennutzungsmuster, mit denen das Ganze der Internetnutzung wieder fassbar wird. Das betrifft zunaechst die in ihrer Begrenztheit auf spezifische Nutzergruppen beschreibbare Aufloesung von Grenzen zwischen den vormals so klar getrennten Modi sozialer Individual- und Massenkommunikation (die nicht nur in der Internetkommunikation beobachtbar ist), zum anderen aber auch die weitergehende Konturierung unterschiedlicher Internetnutzungssyndrome. Gehen wir

¹ Institut für Sozialforschung, Senckenberganlage 26, 60325 Frankfurt/Main, 069-756183-21
berker@informatik.uni-frankfurt.de

² Die Instrumente bestanden aus einer standardisierten Befragung mittels eines E-Mail-Fragebogens zur Internet- und Mediennutzung, aus einer Protokolldateienanalyse und einer qualitativen Auswertung von privaten Homepages.

naemlich davon aus, dass von Mediennutzung im engeren Sinne nur dann gesprochen werden kann, wenn ein Medium nicht substituierbare Funktionen im Alltag der Nutzenden ausfuellt, dann tritt der gesamte Zusammenhang von Arbeit und Leben in den Mittelpunkt des Interesses des Online-Forschers. Dementsprechend werden in dem vorliegenden Beitrag zwei derartige Syndrome von Alltag-Arbeit-Freizeit-Mediennutzung profiliert und anhand aktueller Tendenzen der Entwicklung konvergierender und sich differenzierender Internetnutzung diskutiert.

Schlüsselwörter: Alltag, Mediennutzung, Operationalisierung des Begriffs des "Online-Nutzers"