

**Anne-Katrin Hübel**

# Der Zusammenhang zwischen Interaktivität und Partizipation in Demokratien -

Untersucht am "virtuellen Wahlkampf" 2004 in den USA

**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 © 2005 Diplomica Verlag GmbH  
ISBN: 9783832494476

**Anne-Katrin Hübel**

## **Der Zusammenhang zwischen Interaktivität und Partizipation in Demokratien -**

**Untersucht am "virtuellen Wahlkampf" 2004 in den USA**



---

Anne-Katrin Hübel

# Der Zusammenhang zwischen Interaktivität und Partizipation in Demokratien

*Untersucht am "virtuellen Wahlkampf" 2004 in den USA*

**Magisterarbeit  
Universität Leipzig  
Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie  
Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft  
Abgabe Mai 2005**



***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 9447

Hübel, Anne-Katrin: Der Zusammenhang zwischen Interaktivität und Partizipation in Demokratien - Untersucht am "virtuellen Wahlkampf" 2004 in den USA

Druck Diplomica GmbH, Hamburg, 2006

Zugl.: Universität Leipzig, Magisterarbeit, 2005

---

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 2006

Printed in Germany

# Lebenslauf

## **Anne-Katrin Hübeler**

Geburtstag 23.02.1981  
Geburtsort Schleiz  
Schulabschluss Friedrichsgymnasium Altenburg, Abitur (Note 1,0)

## **Studium**

Oktober 1999 - November 2005 Universität Leipzig  
Hauptfach: Kommunikations- und Medienwissenschaft  
Nebenfächer: BWL, Politikwissenschaft  
Abschluss: Magistra Artium, Note: Sehr Gut (1,2)

August/ September 2000 Summer Session an der University of California/ L.A.  
(Communication Studies, Film- and TV-Production)

August - Dezember 2001 Auslandssemester an der Aarhus Business School (Dänemark)

Juli 2002 Summer School des Utrecht Network in Bologna (Human Rights, Globalisation and Multiculturalism)

seit Januar 2006 Promotion zum Thema "Mobiles Internet - Möglichkeiten, Aneignung und Nutzung mobiler Endgeräte der 3. Generation"

## **Praktika und sonstige Tätigkeiten**

1999-2000 Nachrichtenredakteurin bei Radio mephisto97.6, Leipzig

Februar/ März 2000 Praktikum PR/ Öffentlichkeitsarbeit bei der Mitteldeutschen Medienförderung, Leipzig

April - Juni 2000 Praktikum in der Online-Redaktion von alphanews.de

Juni 2000 - August 2001 freie Mitarbeiterin bei alphanews.de

Januar - März 2002 Praktikum Marketing/ Vertrieb bei PrimaCom AG, Leipzig

Februar-April 2003 Praktikum W&R Media, Projekt Olympiabewerbung 2012

August/September 2003 Praktikum Schaubühne Lindenfels, Bereich Kinoprogramm, Festivals und Öffentlichkeitsarbeit

August - September 2004 Praktikum Sparkasse Leipzig, Abt. Unternehmenskommunikation, Kunsthalle

Juni - September 2005 freie Mitarbeiterin im Bereich Marketing/ PR und Eventmanagement bei Spreadshirt GmbH

seit Dezember 2005 wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Leipzig, Leitung des Kommunikationsteams für das Projekt "Haltefaktoren Ostdeutschland"

# Lebenslauf

## **Engagement**

Oktober 2002- Januar 2003	Projekt an der Universität: Arbeit als studentische Unternehmensberaterin für die Stickerei Kunze/ Leipzig
Mai 2003	Künstlerbetreuung auf der PopUp-Messe Leipzig
Okt 03	Teilnahme an einem Kameraworkshop der Werkleitz Gesellschaft (Arbeit mit Beta SP und DVCAM)
Februar - Juni 2004	Arbeit als Coach für Start Social, Kriseninterventionszentrum Leipzig
seit März 2004	Nebentätigkeit als Beraterin für verschiedene Kleinunternehmen (Sportgeschäft, Weidegemeinschaft, Bar)
seit März 2004	ehrenamtliche Nebentätigkeit im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungsmanagement für die Musiker "We got soul"
seit September 2005	Engagement für den Verein "die junge redaktion e.V."

## **Fremdsprachen**

Englisch (fließend), Französisch (fortgeschritten), Dänisch (Grundkenntnisse)

## **Freizeit**

Golf, Tennis, Fotografie

## **Stipendium**

seit November 2000                      Online-Stipendium von e-fellows.net

Leipzig, den 15.03.2006



# Inhaltsverzeichnis

---

1. Einleitung .....	4
2. Interaktivität .....	7
2.1 Ein neuer Begriff für eine alte Idee? .....	8
2.2 Der begriffliche Ursprung – „Interaktion“ .....	12
2.2.1 Das Konzept der Interaktion in der Soziologie .....	13
2.2.2 Das Konzept der Interaktion in der Informatik .....	14
2.2.3 Das Konzept der Interaktion in der Kommunikations- und Medienwissenschaft ..	14
2.2.4 „Interaktion“ = „Interaktivität“? .....	15
2.3 Systematisierung vorhandener Definitionen .....	16
2.3.1 Kommunikationswissenschaftliche Definitionen von Interaktivität .....	18
2.3.1.1 Betonung auf der Technologie .....	18
2.3.1.2 Betonung auf der Umgebung der Kommunikation (Communication Setting) ...	20
2.3.1.3 Betonung der Wahrnehmung .....	22
2.3.2 Mehrdimensionale Definitionen von Interaktivität .....	23
2.3.2.1 Zweidimensionale Konzeption von Interaktivität .....	23
2.3.2.2 Dreidimensionale Konzepte von Interaktivität .....	24
2.3.2.3 Vierdimensionale Konzeption von Interaktivität .....	26
2.3.2.4 Fünfdimensionale Konzeption von Interaktivität .....	27
2.3.2.5 N-dimensionale Konzeption von Interaktivität .....	29
2.4 Gemeinsamkeiten der Definitionen und „Neudefinition“ von Interaktivität .....	30
2.4.1 Gemeinsamkeiten der bisherigen Definitionen .....	30
2.4.2 „Neudefinition“ des Begriffes .....	33
2.5 Zweck und Grenzen von Interaktivität .....	34
2.5.1 Wirkungen und Zwecke von Interaktivität .....	34
2.5.2 Grenzen von Interaktivität .....	37
3. Partizipation .....	39
3.1 Begriff und Formen der Partizipation .....	40
3.1.1 Definition politischer Partizipation .....	40
3.1.2 Konventionelle Formen und Determinanten politischer Partizipation .....	41
3.1.3 Funktionen und Realität politischer Partizipation .....	43
3.2 Politische Partizipation im Rahmen des Internets .....	46
3.2.1 Politischer Netzoptimismus .....	47
3.2.2 Netzpessimisten und -skeptiker .....	50
3.2.2.1 Kritik an Optimisten .....	50
3.2.2.2 Politischer Netzpessimismus .....	51
3.2.2.3 Normalisierung und Verstärkung existierender Verhältnisse .....	52
3.2.3 Relativierung: Die Potenziale des Internets .....	54
3.2.4 Interaktivität als Voraussetzung für politische Partizipation? .....	58
4. Das Internet als Werkzeug der politischen (Wahlkampf-)Kommunikation .....	60
4.1 Online-Wahlkampf – Das Internet im Wahlkampf der USA .....	62
4.1.1 Die virtuelle Wahlkampfarena .....	62
4.1.2 Funktionen und Elemente von Kandidatenseiten im Wahlkampf .....	63
4.1.3 Vorteile, Nachteile und Implikationen des „virtuellen“ Wahlkampfes .....	68
4.1.3.1 Vor- und Nachteile des „virtuellen“ Wahlkampfes für Kandidaten und Wähler ..	68
4.1.3.2 Implikationen für den Online-Wahlkampf und die Wahlkämpfer .....	71

4.2 Die Entwicklung des Online-Wahlkampfes in den USA .....	73
4.2.1 Der „virtuelle“ Wahlkampf 1996 .....	74
4.2.2 Der „virtuelle“ Wahlkampf 2000 .....	75
4.3 Der Wahlkampf 2004 .....	78
4.3.1 Die Situation 2004 und allgemeine Trends des Wahlkampfes .....	78
4.3.2 Die Nutzung des Internets durch die Präsidentschaftskandidaten .....	79
4.3.3 „Online Political Citizens“ – die Zielgruppe der einflussreichen Multiplikatoren ..	81
4.4 Zusammenfassung .....	83
5. Empirische Untersuchung: Strukturanalyse der beiden Kandidatenseiten .....	85
5.1 Die Analyse von Online-Kommunikation – neue Wege mit Hilfe „alter“ Methoden?..	85
5.1.1 Chancen und Vorteile für die Analyse des Internets .....	85
5.1.2 Herausforderungen des Internets .....	86
5.1.3 Implikationen und Lösungsansätze für die Analyse von Websites .....	89
5.2 Vorbemerkungen zur Strukturanalyse der Kandidatendomains des Wahlkampfes 2004	
.....	91
5.3 Planung und Vorbereitung der Strukturanalyse .....	94
5.3.1 Definition und Operationalisierung der Begriffe .....	94
5.3.1.1 Wahlkampfwebsite/ Kandidatenwebsite .....	94
5.3.1.2 Interaktive Elemente .....	95
5.3.1.3 Partizipation .....	96
5.3.2 Methode der Datenerhebung .....	97
5.3.2.1 Datensammlung .....	97
5.3.2.2 Einschränkung des Erhebungszeitraumes .....	98
5.3.2.3 Einschränkung der Grundgesamtheit .....	99
5.3.2.4 Methodisches Vorgehen und Analyseaspekte der deskriptiven Untersuchung .	100
5.3.2.5 Vorgehen bei der Strukturanalyse zur Identifikation interaktiver Elemente.....	100
5.4 Datenerhebung .....	101
5.4.1 Deskriptive Strukturanalyse .....	102
5.4.1.1 Die Website von John Kerry .....	102
5.4.1.2 Die Website von George W. Bush .....	108
5.4.2 Strukturanalyse interaktiver Elemente .....	111
5.4.2.1 Identifikation handlungsorientierter Elemente .....	111
5.4.2.2 Identifikation interaktiver Elemente .....	113
5.4.3 Darstellung der strukturanalytischen Ergebnisse .....	116
5.5 Auswertung – Verbindung Struktur und Partizipationschancen .....	121
6. Schlussbetrachtung .....	127
Abbildungsverzeichnis .....	129
Literaturverzeichnis .....	130
Eidesstattliche Erklärung .....	141
Anhang .....	142

## 1. Einleitung

---

At the heart of modern democratic politics lies a complex relationship between the majority, who vote to be represented, and their representatives, the governing elite. The success or failure of this relationship depends upon a flow of information between the two, allowing representatives to know what citizens are thinking and experiencing and the represented to know what their representatives are doing and how it affects them.<sup>1</sup>

Die vorliegende Arbeit widmet sich einem relativ neuen Aspekt dieser Beziehung: dem Potenzial zu Interaktivität auf Wahlkampfwebsites und sich daraus ergebenden Möglichkeiten zu politischer Partizipation der Internetnutzer.

Moderne Demokratien sind repräsentative Demokratien – in ihrem Mittelpunkt stehen die Information und Kommunikation zwischen Bürgern und Regierenden. Um letzteren zu ermöglichen, auf responsive Art und Weise im Interesse der Bevölkerung zu handeln, sind zeitgemäße Kommunikationskanäle vonnöten, die einen freien Informationsfluss erlauben. Angesichts allgegenwärtiger Klagen über Politikverdrossenheit der Bürger einerseits und Weltfremdheit der Politiker andererseits scheint diese Bedingung in westlichen Industriestaaten nicht oder nur ungenügend erfüllt. Weder traditionelle Massenmedien, noch die wenigen persönlichen Begegnungen zwischen Repräsentanten und Volk scheinen den Prozess der Politikvermittlung adäquat zu gewährleisten.

Gleichzeitig ist aber gerade zu Wahlkampfzeiten ein verstärktes Interesse der Parteien und Bürger an öffentlicher politischer Kommunikation zu verzeichnen. Von politischer Seite werden Wahlkampagnen geplant und implementiert. Diese werden wiederum durch die Wähler beobachtet und in ihre Entscheidungsfindung zwischen den politischen Alternativen einbezogen. Allerdings können die Bürger dem Wahlkampf nur die Informationen entnehmen, die er tatsächlich offeriert. Und die Wahlkämpfer können sich von ihren Anstrengungen nur insofern Wirkungen auf die Wähler erhoffen, wie sie von diesen überhaupt beachtet werden. Die Gewinnung von Aufmerksamkeit und Etablierung öffentlicher Diskurse über politische Belange stellen eine immense Herausforderung für politische Kommunikatoren dar.

Obgleich der moderne Wahlkampf auf absehbare Zeit in erster Linie ein Fernsehwahlkampf bleiben wird, verspricht parallel dazu das Aufkommen neuer Informations- und Kommunikationstechnologien einen Wandel politischer und gesamtgesellschaftlicher Kommunikation. Das Aufbrechen bislang hierarchischer Kommunikationsrollen, gesteigertes Interesse der

---

<sup>1</sup> Coleman (1999), S. 67.

Wahlberechtigten und das Aufblühen öffentlicher Debatten im Cyberspace werden von den einen erhofft, von den anderen befürchtet.

Da sich das Internet als ein zeitgemäßes und praktikables Instrument der Information, Kommunikation und Organisation erwiesen hat, ist es für politische Parteien und Kampagnen obligatorisch geworden, sich des Mediums zu bedienen. Dieser Modernisierungsprozess transformiert seit Mitte der 1990er Jahre von den Vereinigten Staaten ausgehend den Ablauf und das Aussehen von Wahlkämpfen – die Notwendigkeit, den „virtuellen Wahlkampf“ in die „Offline“-Kampagne zu integrieren, ist weitgehend unbestritten.<sup>2</sup>

Das Internet als Prototyp der computervermittelten Kommunikation „eröffnet einen neuen, integrierten, kontextvariablen und damit beeindruckend umfassenden Interaktionsraum für die Menschen.“<sup>3</sup> In ihrer Wirkung richten sich informationstechnische Innovationen „unmittelbar auf die Veränderung der gesellschaftlichen Elementaroperation der Kommunikation und damit auf die Veränderung der Gesellschaft selbst“. Aussagen dieser Art werden in Kapitel 3 im Zusammenhang mit der Diskussion um den technisch induzierten Wandel von Politik und Gesellschaft erörtert. Sie lassen sich auf die spezifischen Merkmale des Netzes, wie zum Beispiel Hypertextualität, die Fähigkeit zu multimedialen Darstellungen, die Möglichkeit bidirektionaler, synchroner und asynchroner Kommunikation sowie das große Volumen und die hohe Geschwindigkeit der Datenübertragung, zurückführen. Als Spezifikum neuer elektronischer Kommunikationsräume und Abgrenzung zu den sogenannten „traditionellen Medien“ gilt aber vor allem das Potenzial des Internets, „Interaktivität“ zu erlauben. Mit diffusen Bedeutungszuweisungen versehen, dient der Begriff verbreitet als Projektionsfläche für zahlreiche gesellschaftliche Utopien und als Ankerpunkt vieler Hoffnungen auf eine Revitalisierung politischer Kommunikation und Verbesserung bürgerlicher Partizipationschancen am politischen Geschehen.

Doch was verbirgt sich tatsächlich hinter dem Phänomen „Interaktivität“? Inwieweit lässt sich das Konzept theoretisch definieren und empirisch erfassen? Was bedeutet das Angebot von „Interaktivität“ für politische Kommunikation? Kann es „mehr und bessere“ Partizipation der Bürger bewirken? Und warum sollten sich Politiker auf dieses Experiment einlassen? Bieten gerade im Wahlkampf die Imperative „Kommunikationshoheit“ und „Massentauglichkeit“

---

<sup>2</sup> Unter „virtuellem Wahlkampf“ wird die Nutzung des Internets als Mittel politischer Kommunikation im Rahmen von Wahlkämpfen und Wahlkampagnen verstanden. Der Begriff „virtuell“ betont neben der Verwendung des Internets als Instrument und Ort des Wahlkampfes vor allem die größere Raum- und Zeitunabhängigkeit der Kommunikation. Die Erklärungen weiterer Begriffe zu den Themen Internet und computervermittelte Kommunikation finden sich im Glossar im Anhang.

<sup>3</sup> Krotz (1998), S. 126.

überhaupt Spielraum für interaktive und damit stärker individualisierte Kommunikationsformen?

In der Auseinandersetzung mit den Themen „interaktive Netzangebote“ und „politische (Wahlkampf-)Kommunikation“ drängen sich diese Fragen auf und eröffnen verschiedenen Wissenschaftsdisziplinen ein breites Spektrum möglicher Forschungsfragen. Nicht jede lässt sich im Rahmen der vorliegenden Magisterarbeit thematisieren oder gar abschließend beantworten. Deswegen fokussiert diese Untersuchung das Problem, inwieweit aus medienwissenschaftlicher Perspektive die interaktiven Potenziale des Internets auf politischen Websites realisiert werden. Stärker politikwissenschaftlich orientiert ist die darauf aufbauende Frage nach dem Zusammenhang zwischen Interaktivität und einem höheren Maß an politischen Partizipationschancen der Bürger.

Die Grundlage der Betrachtungen bildet das Verständnis des Internets als eine Struktur, die neben Information und Überzeugung auch verschiedene Formen politischer Handlungen und Kommunikation ermöglicht. Im Zentrum sollen die politischen Handlungsmöglichkeiten der Bürger stehen, die sich aus einer Nutzung von Wahlkampfwebsites ergeben können.

Mit Hilfe einer Strukturanalyse werden die Internetpräsenzen der beiden amerikanischen Präsidentschaftskandidaten George W. Bush und John Kerry im Wahlkampf 2004 auf das Vorhandensein interaktiver Elemente und Möglichkeiten zur Partizipation hin überprüft. Dabei konzentriert sich diese Arbeit auf die Untersuchung der Strukturen der Websites. Demgegenüber werden Aspekte der tatsächlichen Nutzung der jeweiligen Angebote und die Wahrnehmung von Interaktivität durch die Seitenbesucher ausgeblendet.

Der Fokus auf die Vereinigten Staaten begründet sich aus deren Pionierrolle: Im Präsidentschaftswahlkampf 1996 spielte das Internet zum ersten Mal eine veritable Rolle. Seitdem gelten die USA als Vorreiter in der Nutzung des Netzes für Wahlkampagnen. Auch in Bezug auf die allgemeine Entwicklung und Verbreitung des Internets gilt die Faustformel: Die USA sind den Deutschen ein bis zwei Jahre voraus; sie können also einen gewissen Vorbildcharakter für sich beanspruchen.<sup>4</sup> Auf strategischer Ebene bilden die US-Kandidaten ebenfalls in vieler Hinsicht das „leading edge“ innovativer Wahlkampfführung“, da hier die Entwicklung postmoderner Kampagnen am weitesten fortgeschritten ist und etliche Formen des Wahlkampfes erstmals erprobt sowie publizistisch und wissenschaftlich reflektiert wurden.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Vgl. Sarfeld (2001), S. 286.

<sup>5</sup> Vowe/Wolling (2000), S. 63.

Die Wahl der Websites <http://www.johnkerry.com> und <http://www.georgewbush.com> als Untersuchungsobjekte reflektiert die personenzentrierte politische Kultur in den USA, die Parteien und bürgerlichen Organisationen eine weniger wichtige Rolle im Prozess der Informationsproduktion und Mobilisierung der Bürger als in anderen westlichen Demokratien zuweist.

Vor der Durchführung der Strukturanalyse werden zunächst die beiden zentralen Konzepte dieser Arbeit – „Interaktivität“ und „Partizipation“ – auf Basis der Diskussion relevanter Literatur theoretisch beleuchtet und hinsichtlich einer gegenseitigen Abhängigkeit untersucht. Aspekte der Internetnutzung in früheren Wahlkämpfen sollen abschließend die Kandidatenwebsites des Jahres 2004 „historisch“ einbetten und die Bandbreite möglicher Funktionen und Elemente der „virtuellen Wahlkampfarena“ aufzeigen.

## 2. Interaktivität

---

„Wir wissen sehr wenig darüber, was Interaktivität tatsächlich bedeutet. Die meisten Menschen, die etwas Interaktives beschreiben, beschreiben etwas, das meiner Meinung nach nicht gerade sehr interaktiv ist. Es ist im Grunde fast schon eine Beleidigung für das Wort. Ich weiß nicht genau, was interaktiv tatsächlich bedeutet, aber ich glaube, dass es ein Abenteuer ist, die tatsächliche Bedeutung herauszufinden.“<sup>6</sup>

Das „Abenteuer“ der Begriffsfindung soll Inhalt dieses zweiten Kapitels sein. Inwiefern Laniers Bewertung auf die derzeitigen diffusen Verwendungsweisen und den polarisierenden Charakter von „Interaktivität“ zutrifft, betont auch die Klage Carrie Heeters „[...] interactivity and its derivatives are used to represent so many different meanings that the word rather muddles rather than clarifies the speaker`s intent“.<sup>7</sup>

Die Erwartungen an Interaktivität bezüglich dessen, was technisch möglich und wirtschaftlich zu verdienen sein wird, sind einerseits äußerst hoch. Sie lassen sich andererseits aber vor allem aus der „Verwässerung des Konzepts“ als Folge seiner allgemeinen Akzeptanz im alltagssprachlichen Gebrauch erklären.<sup>8</sup> Nichtsdestotrotz wird Interaktivität häufig als „Schlüs-

---

<sup>6</sup> Lanier (1995) zitiert in Leggewie/Bieber (2004), S. 7.

<sup>7</sup> Heeter (2000).

<sup>8</sup> Jensen (1999), S. 161.

seleigenschaft des neuen Mediums Internet“<sup>9</sup>, zentrales Paradigma des Internets oder gar als eines der stimulierendsten Features von Computernetzwerken<sup>10</sup> ausgezeichnet.

In diesem umstrittenen Begriff kulminiert die Debatte der Netzoptimisten und Netzskeptiker, wobei die Diskussion auch heute noch von den beiden extremen Polen – die Forderung nach einem Verzicht auf „Interaktivität“ im wissenschaftlichen Diskurs versus Interaktivität als unabdingbare Voraussetzung für die Transformation von Konsumenten in politisch interessierte und engagierte Bürger<sup>11</sup> - dominiert wird. In Bezug auf letztere Sichtweise, werden derartige Prophezeiungen, Hoffnungen und Befürchtungen aber meist von vereinfachten, technikdeterministischen Vorstellungen geleitet. Demgegenüber ist die Dichte der Interaktivität eines Mediums, und damit sein Potenzial zur Veränderung gesellschaftlicher Strukturen, Normen und Verhaltensweisen nicht nur abhängig von seiner technischen Leistungsfähigkeit, sondern auch von der jeweiligen sozialen Gestaltung und tatsächlichen Nutzung.<sup>12</sup>

Um mögliche Wirkungen einer wie auch immer gearteten Interaktivität untersuchen und einschätzen zu können, ist es zudem nötig, begriffliche Klarheit und Eindeutigkeit zu schaffen. Im Folgenden soll die Genese des Konzepts „Interaktivität“ aus diesem Grund zunächst „historisch“ in eine Tradition verwandter Ideen und Denkschulen eingebettet und der Ursprung im Begriff der „Interaktion“ untersucht werden. Anschließend werden existierende explizite Definitionen auf Basis der jeweils eingeschlossenen Dimensionen systematisiert und erläutert. Endpunkt der Fülle an Konzepten wird eine „konsensfähige“ Definition des Begriffes „Interaktivität“ in Bezug auf computervermittelte Kommunikation (CMC) darstellen.

Ziel dieses Kapitels soll es nicht sein, eine exakte, allgemein und ewig gültige Festlegung von „Interaktivität“ zu entwickeln. Dies ist durch den hybriden Charakter des Konstrukts, durch seine zahlreichen unterschiedlichen Verwendungszusammenhänge und auch in Bezug auf neue Medien durch die dynamische, un abgeschlossene Natur des Internets nicht möglich. Deshalb wird der Fokus der vorliegenden Arbeit auf der Entwicklung eines allgemeinen Verständnisses für das Phänomen „Interaktivität“ in seinen verschiedenen Bedeutungskontexten und Ausprägungen liegen, um auf dieser Basis eine operationale Definition für die, in Kapitel 5 beschriebene Analyse der beiden Kandidaten-Homepages zu entwickeln.

---

<sup>9</sup> Kleinsteuber/Hagen (1998), S. 63.

<sup>10</sup> Vgl. Oblak (2003).

<sup>11</sup> Vgl. Carey (1987) zitiert in Hacker (2000), S. 116.

<sup>12</sup> Vgl. Kleinsteuber/Hagen (1998), S. 75.

## 2.1 Ein neuer Begriff für eine alte Idee?

Das Konzept der Interaktivität hat eine längere und kompliziertere Tradition, als es der erste Blick auf dieses, vor allem in den 1990er Jahren geprägte Schlagwort der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien vermuten lässt. Der Begriff wird zwar oft verwendet, um die spezifische Differenz und den Vorsprung „neuer“ Medien gegenüber den „alten“ Print-, Ton- und Bildmedien zu markieren. Damit verbundene Ideen wie Rückkanalfähigkeit, Reziprozität und Responsivität finden sich allerdings schon weit vor dem Aufkommen von „Interaktivität“ als Phänomen computervermittelter Kommunikation.<sup>13</sup> Interaktive Medien wurden keinesfalls aus dem Nichts geschaffen - „the cult of interactivity has been in the making for a long time.“<sup>14</sup>

Dennoch ist ein Fehlen historischen Bewusstseins Merkmal vieler technokultureller Ansätze, für welche die Vergangenheit meist nur interessant ist, insofern sie Impulse für die Entwicklung neuer Hardware und Software geben kann. Ein solches rationales, rein auf Technik fixiertes Vorgehen reicht hingegen nicht aus, um zu verstehen, wie Technologie in die Struktur der Kultur verwoben ist oder wie sich Nutzer ihre persönlichen Beziehungen zu Technik vorstellen.<sup>15</sup> In Bezug auf „Interaktivität“ ist die Konsequenz derartig verkürzter Betrachtungen, die Entwicklung technikzentrierter Definitionen, die das Phänomen jedoch nur partiell erfassen können<sup>16</sup>.

Um das Bewusstsein für ideengeschichtliche Vorläufer zu schärfen schlägt Erkki Huhtamo die Betrachtung computervermittelter Interaktivität durch die „Augen“ der frühen Diskurse zu „Automation“ und „Cybernation“ vor.<sup>17</sup> Zum Beispiel entwickelte ihm zufolge Leonardo Torres Y Quevedo bereits im Jahre 1915 die Idee, den Menschen systematisch durch Maschinen zu ersetzen und die zuvor „nutzlosen“ und unsystematisch verwendeten Automaten damit in den Dienst einer methodischen „Automation“ zu stellen. Ebenfalls in dieser Zeit verortet Huhtamo weitere Meilenstein in der diskursiven Entwicklung hin zu „Interaktivität“. Zum einen wurden mit der Entwicklung der ersten Computer auch die neuen Theorien der Kybernetik

---

<sup>13</sup> Eine ausführliche Definition des Begriffes „Interaktivität“ erfolgt im nächsten Kapitel. Um jedoch nicht auf dessen Verwendung in vorhergehenden Kapiteln verzichten zu müssen, wird zunächst eine einfache, vorläufige Begriffsbestimmung zurückgegriffen. Basis ist hierbei der wissenschaftliche Minimalkonsens, Rückkanalfähigkeit und Zwei-Wege-Kommunikation als Kriterien für Interaktivität anzunehmen.

<sup>14</sup> Huhtamo (1998), S. 109.

<sup>15</sup> Vgl. ebd. (1998), S. 97.

<sup>16</sup> Beispiele für technikzentrierte Definitionen siehe Kapitel 2.3.1.1.

<sup>17</sup> Vgl. Huhtamo (1998), S. 99 ff.



und Informatik ins Leben gerufen,<sup>18</sup> zum zweiten prägte die Ford Motor Company mit der Einführung des Fließbandproduktion 1913 den Begriff der „Automatisierung“.

In verschiedenen einzelnen Entwicklungsschritten, die vor allem durch militärische und industrielle Anwendungen (z.B. Automatic Data Processing) vorangetrieben wurden, vollzog sich die Wende hin zu interaktiven Medien als Synthese der früheren Modelle des Mensch-Maschine-Systems. Sie übernahmen einerseits von mechanisierten Systemen, wie dem Fließband, das konstante Wechselspiel zwischen dem „Arbeiter“ und der Maschine,<sup>19</sup> beinhalten andererseits aber auch unzählige automatisierte Funktionen.<sup>20</sup> Als Konsequenz des technischen Fortschritts erfolgte auf terminologischer Ebene ein sukzessiver Wechsel: In den 1980er Jahren wurde „Automatisierung“ durch „Computerisierung“ und „Informationstechnologie“ ersetzt. In den 90ern traten „Informations- und Kommunikationstechnologie“ und „Multimedia“ als neue Begrifflichkeiten hinzu.<sup>21</sup>

Mit Entstehung der ersten Dialogprogramme in der Informatik wurden für diese zunächst nur Termini wie z.B. „Rückkommunikations-System“ oder „Zwei-Wege-Kommunikation“ verwendet, die eine allgemeine Rückantwortfähigkeit des Nutzers implizieren. „Doch als die ersten computerbasierten ‚Neuen Medien‘ auf den Markt kamen (u.a. Bildschirmtext und Videotext), übernahm man hierfür die Eigenschaftsbezeichnung ‚interaktiv‘.“<sup>22</sup>

Ähnliche Überlegungen zur Entwicklung der Idee „Interaktivität“ vollzieht Roberto Simanowski. Allerdings blendet er technische Faktoren völlig aus und findet Referenzen, die mehrere Jahrhunderte zurückreichen. Als ästhetisches Ideal verortet er Interaktivität in den Figurengedichten des Barock, die zur Lektüre bestimmte körperliche Reaktionen vom Leser verlangen. In sogenannten permutativen Gedichten muss der Leser zum Beispiel aus einer Reihe von Wörtern eines auswählen, um dem Text Gestalt zu geben. Damit komponiert die Aktion des Lesers zwar den Text, dennoch wird der Spielraum dieser Komposition klar durch den Autor vorgegeben und damit die Freiheit des Lesers begrenzt.

---

<sup>18</sup> Maßgeblich hierbei war unter anderem Norbert Wieners Entwicklung des Konzeptes „cybernetics“ in den späten 40ern, welches die Basis für den Begriff „Cybernation“ als Ausdruck des Zusammengehens von „Automation“ und Computern, bildet. Genauere Ausführungen zu den beiden Theorien Kybernetik und Informatik sowie ihrem Beitrag zur theoretischen Entwicklung des Konzeptes „Interaktivität“ finden sich im Kapitel 2.2.2 dieser Arbeit.

<sup>19</sup> Videospiele, Systeme virtueller Realität, verschiedene interaktive Kunstwerke usw. erfordern sogar physische Interaktion.

<sup>20</sup> Vgl. Huhtamo (1998), S. 107.

<sup>21</sup> Vgl. Van Dijk (1999), S. 1.

<sup>22</sup> Goertz (1995), S. 99.

Auch bezüglich der Diskussion um demokratische Potenziale interaktiver Technologien haben sich Optimisten und Skeptiker nicht erst mit Aufkommen des Internets formiert.<sup>23</sup> Unterhalb der sich verändernden Oberfläche der Technik finden sich beharrliche und langlebige intellektuelle Strömungen, die von Zeit zu Zeit (und vor allem während Krisen und Umbrüchen) aktiviert werden und damit als eine Art Meta-Diskurs die technische und gesellschaftliche Entwicklung begleiten.<sup>24</sup>

In dieser Hinsicht ließe sich zum Beispiel der Schriftsteller George Orwell als früherer Skeptiker von Zwei-Wege-Technologien einordnen. In seinem Roman „1984“ aus dem Jahr 1949 bestimmen Monitore den Alltag. Der ubiquitäre „Televisor“, eine Art Empfangs- und Überwachungsfernseher, der nicht abgestellt werden kann, ist in doppelter Hinsicht von Bedeutung: „Er ist den Unterdrückten nicht nur Fenster zur Welt, sondern dient gleichzeitig auch ihrer Beobachtung.“<sup>25</sup> Durch die Monitore bekommen die Bewohner des Landes Ozeanien nicht nur Informationen vermittelt und erhalten Anweisungen, sondern werden durch diesen technischen Kanal auch von der regierenden Partei erfasst und kontrolliert. Mit dieser negativen Utopie verweist Orwell als einer der ersten Kritiker auf die Gefahr der Enthumanisierung und Entfremdung durch Nutzung technischer Zwei-Wege-Systeme.<sup>26</sup>

Das positive Gegenstück entwickelte Bertolt Brecht in seiner „Radiotheorie“ gut 16 Jahre vor Orwells „1984“: „Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur zu hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in eine Beziehung zu setzen. Der Rundfunk müsste demnach aus dem Lieferantentum herausgehen und den Hörer als Lieferanten organisieren.“<sup>27</sup> Der Zuhörer verbleibt in dieser Vision nicht wie bei Orwell in der Rolle des passiven Konsumenten und beobachteten Opfers der Technik, sondern soll sich emanzipieren und selbst aktiv werden. Im Zentrum der Kritik steht in diesem Zusammenhang vor allem die reale, begrenzte Ein-Weg-Kommunikation der Massenmedien.

Weitergeführt wurde dieser Strang des technologischen Meta-Diskurses unter anderem durch Habermas, der 1962 warnte, die hierarchische Struktur der Massenmedien dränge dem Publikum ein „don`t talk back“ – Format auf, sowie weiterhin durch Hans Magnus Enzensberger

---

<sup>23</sup> Zur Diskussion um politische Hoffnungen und Befürchtungen in Bezug auf das Internet siehe Kapitel 3.2.1

<sup>24</sup> Vgl. Huhtamo (1998), S. 98.

<sup>25</sup> Gangloff (1996), S. 132.

<sup>26</sup> Hierbei ist jedoch einzuschränken, dass es sich bei seiner Vision des „Televisors“ nicht um einen Rückkanal im Sinne von zweiseitiger Kommunikation handelt, da der „Input“ der Bürger durch die Überwachung quasi erzwungen wird.

<sup>27</sup> Brecht (1932) zitiert in Rollka (1971), S. 152.

mit seiner Kritik, die Menschen würden schnell zu passiven Konsumenten des manipulierten oder zumindest kommerzialisierten Inhaltes der Massenmedien.<sup>28</sup>

Dieser beispielhafte Ausschnitt der öffentlichen Debatte um Technik, Medien und Demokratie soll verdeutlichen, dass die Ideen, die sich hinter dem Phänomen „Interaktivität im Internet“ befinden schon weitaus älter sind als die, für die Verwirklichung dieser Ideen notwendige Technologien selbst.<sup>29</sup> Einschränkend muss jedoch bemerkt werden, dass die geschilderten Ansätze keine direkten Vorläufer der heutigen Diskurse um Interaktivität im Sinne einer stringenten Entwicklung sind, sondern lediglich verwandte Denkweisen oder Visionen darstellen. Eindeutiger als diese relativ schwer fassbaren und eher im Spekulativen verbleibenden ideengeschichtlichen Hintergründe lassen sich die begrifflichen Wurzeln von „Interaktivität“ nachvollziehen.

## **2.2 Der begriffliche Ursprung – „Interaktion“**

Trotz der begrifflichen Vieldeutigkeit und Mannigfaltigkeit an Interaktivitätskonzepten herrscht in der Literatur zumindest in Bezug auf die Herkunft des Wortes ein weit verbreiteter Konsens. Der Begriff „Interaktion“, verstanden im Sinne von „Austausch“, „Wechselspiel“ und „gegenseitiger Einfluss“, wird als Anker- und Ursprungspunkt konzipiert, um die terminologische Genese von „Interaktivität“ zu beschreiben.<sup>30</sup>

Über diesen Minimalkonsens, „Interaktion“ als „Wechselbeziehung“ zu verstehen hinaus erfährt der Begriff in einzelnen Wissenschaften und Verwendungskontexten sehr unterschiedliche Bedeutungszuschreibungen und kann aus diesem Grunde auch als multidiskursives Konstrukt bezeichnet werden. Wechselbeziehungen verschiedenster Art stimulieren eine breite Palette an wissenschaftlichem Forschungsinteresse. In der Medizin werden zum Beispiel Wechselwirkungen zwischen zwei gleichzeitig verabreichten Medikamenten unter „Interaktionen“ subsummiert, während in der Ingenieurwissenschaft diese Begrifflichkeit für das Verhalten von zwei verschiedenen Materialien unter Belastung vorbehalten ist. Designer nutzen „Interaktion“ oder auch „Interaktivität“ oft als Synonym für Navigation oder um gutes Webdesign zu bezeichnen, und in Softwarebedienungsanleitungen beziehen sich „Interaktionen“ auf Aktionen der Computermaus.<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup> Vgl. Schultz (1999).

<sup>29</sup> Ein weiterer Vorläufer der Diskussion um Internet, Interaktivität und Demokratisierung ist die Debatte um das (interaktive) Kabelfernsehen in den 70er Jahren.

<sup>30</sup> Vgl. Jäckel (1995), S. 463 ff.

<sup>31</sup> Vgl. Goertz (1995), S. 98 und Vgl. Heeter (2000).

Wichtiger für die Bedeutung von „Interaktion“ als Basis für ein Verständnis der „Interaktivität“ in Bezug auf computervermittelte Kommunikation sind allerdings die Verwendungsweisen des Begriffes in der Soziologie, der Informatik und der Kommunikationswissenschaften. Konzepte, die in diesen Wissenschaften verfolgt werden sollen deshalb im Folgenden kurz umrissen werden.

### **2.2.1 Das Konzept der Interaktion in der Soziologie**

„Interaction occurs as soon as the actions of two or more individuals are observed to be mutually interdependent.“<sup>32</sup> „Interaktion“ auf Basis dieser Definition der „International Encyclopedia of Communication“ erfordert, dass sich jeder der (mindestens zwei) Teilnehmer der Präsenz des jeweils anderen bewusst ist, die Interagierenden aneinander orientiert sind und beiderseitig ihr Verhalten anpassen.<sup>33</sup> Die Teilnehmer der sozialen Interaktion entwickeln einen Zustand reziproken Bewusstseins. Voraussetzungen hierfür sind die personale Anwesenheit und symbolische Interaktionen der Teilnehmer. Es finden ein wechselseitiger Austausch und Verhandlungen über Bedeutung zwischen zwei (oder mehr) Partnern statt, die sich im gleichen sozialen Kontext befinden.<sup>34</sup>

Interaktion kann in diesem Kontext auch als ein Sonderfall von Kommunikation aufgefasst werden, wobei Sender und Empfänger ihre Rollen im Interaktionsprozess tauschen (wechselseitige Kommunikation) und Informationen nicht einfach übermittelt, sondern kontinuierlich im Kommunikationsablauf durch die Teilnehmer erschaffen werden. Hierfür muss, in Anlehnung an Habermas' Theorie des „kommunikativen Handelns“, zwischen den Partizipierenden eine gewisse Kongruenz bestehen. Sie müssen den Informationen bzw. Botschaften eine gemeinsame Bedeutung beimessen, um sich gegenseitig verstehen und ihr Handeln entsprechend aneinander ausrichten zu können.<sup>35</sup>

Fazit: Das soziologische Grundmodell der Interaktion bezieht sich auf die Beziehung zwischen mindestens zwei Menschen, die in einer gegebenen Situation, gegen- und wechselseitig ihr Verhalten aneinander anpassen. In diesem auf face-to-face-Interaktion fokussierten Verständnis ist Kommunikation ohne Interaktion möglich (z.B. Radio hören, fernsehen), jedoch impliziert Interaktion immer das Vorhandensein von Kommunikation.<sup>36</sup>

---

<sup>32</sup> Duncan (1989) zitiert in Jensen (1999), S. 165.

<sup>33</sup> Vgl. auch Döbler/Stark (2001), S. 4.

<sup>34</sup> Vgl. Leggewie/Bieber (2004), S. 8 und Vgl. Jensen (1999), S. 165.

<sup>35</sup> Vgl. Navarra (2000), S. 19.

<sup>36</sup> Vgl. Jensen (1999), S. 166.

### **2.2.2 Das Konzept der Interaktion in der Informatik**

Informatiker haben den Interaktionsbegriff aus dem erläuterten soziologischen Zusammenhang auf Prozesse zwischen Menschen und Computern übertragen und damit auch dessen Bedeutungsgehalt verändert. In Analogie zur Kommunikation zwischen Menschen wird die Bedienung eines Computers als Mensch-Maschine-Interaktion gefasst. Hierbei bezeichnet „Interaktion“ einen Prozess, der stattfindet, wenn Menschen eine Maschine bedienen; das Verhältnis zwischen zwei Menschen oder Kommunikation zwischen Menschen, die durch eine Maschine vermittelt wird, ist damit nicht gemeint.<sup>37</sup>

Ein wichtiger Bestimmungsfaktor der Interaktion ist für Informatiker die Art der Kontrolle zwischen Mensch und Computer.<sup>38</sup> Hierbei wird, wie zum Beispiel in der Definition des Workshops „The Methodology of Interaction“ im Jahr 1979, Kontrolle als Gegensatz zu dem soziologischen Modell der Gegenseitigkeit, Reziprozität und Verhandlung über Bedeutung gefasst: „Interaction is a style of control and interactive systems exhibit that style.“<sup>39</sup>

In der Tradition der Informatik ist demzufolge eine (Mensch-Computer-)Interaktion ohne Kommunikation durchaus möglich, während (computervermittelte) Kommunikation ohne (Mensch-Computer-)Interaktion undenkbar bleibt. Freilich bleibt dieses rein technikorientierte Verständnis von Interaktion sowohl aus soziologischer als auch aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive defizitär.

### **2.2.3 Das Konzept der Interaktion in der Kommunikations- und Medienwissenschaft**

Im Vergleich zu den beiden Disziplinen Soziologie und Informatik ist in den Kommunikations- und Medienwissenschaften kein genereller Konsens bezüglich der Verwendung von „Interaktion“ zu finden. Stattdessen existiert eine Vielzahl unterschiedlicher Konzepte, die hier nur auszugsweise behandelt werden können.

Zwei Forschungszweige innerhalb der Kommunikations- und Medienwissenschaften, die Forschung zu interpersonaler Kommunikation und die Medienwirkungsforschung, nutzen das Konzept „Interaktion“ in einem stark soziologischen Sinne. Vor allem Arbeiten im Bereich der traditionellen Mediensoziologie liegen schon aufgrund des ähnlichen Erkenntnisinteresses und Methodenhintergrundes innerhalb eines soziologischen Verständnisrahmens.<sup>40</sup>

---

<sup>37</sup> Vgl. Goertz (1995), S. 99.

<sup>38</sup> Vgl. Downes/McMillan (2000), S. 158.

<sup>39</sup> Jensen (1999), S. 169.

<sup>40</sup> Vgl. ebd. (1999), S. 166 f.

Eine dritte Strömung stellt das Konzept der para-sozialen Interaktion dar. Uni-direktionale Massenmedien haben zwar nicht das Potenzial, zwischenmenschliche Interaktion zu ermöglichen, können dessen ungeachtet aber eine Illusion scheinbar vertrauter interpersonaler Kommunikation erzeugen. Indem sie sich zum Beispiel mit Protagonisten im Fernsehen identifizieren, reagieren und partizipieren Rezipienten, als ob sie sich in face-to-face-Kommunikation einer Primärgruppe befänden – trotz fehlender sozialer Interaktion kann Antizipation Handeln auslösen und das Medium wird zum (scheinbaren) Kontakt zur Außenwelt.<sup>41</sup> Nichtsdestotrotz bleibt diese „Intimität auf Distanz“ einseitig, nicht-dialektisch, durch den Sender kontrolliert und ohne jegliche effektive Reziprozität.<sup>42</sup>

Alles in allem wird der Begriff „Interaktion“ in den Kommunikations- und Medienwissenschaften oft verwendet, um die Handlungen eines Publikums oder von Rezipienten in Bezug auf Medieninhalte zu erfassen. Dies kann sogar geschehen, um auf traditionelle Ein-Weg-Medien zu verweisen, obgleich gar keine neue Medientechnologie, die Möglichkeiten für Nutzer-Input oder Zwei-Wege-Kommunikation eröffnen würde, genutzt wird. Oft fehlt auch der Bezug zu sozialen Situationen, in welchen ein interaktiver Partner physisch präsent ist, weshalb es übertrieben wäre, von „Interaktion“ im strengen soziologischen Sinne zu sprechen.

#### **2.2.4 „Interaktion“ = „Interaktivität“?**

Computervermittelte Kommunikation eröffnet ein neues Handlungsfeld zwischen Massen- und Individualkommunikation. Dennoch wird der Unterschied zwischen sozialer Interaktion und Interaktivität unter Abwesenden nicht aufgehoben.<sup>43</sup> Lediglich die exakte Differenzierung der Konzepte wird erschwert, da einerseits beide Begriffe sowohl im Alltagsgebrauch als auch in wissenschaftlichen Arbeiten nicht trennscharf oder sogar synonym verwendet werden und andererseits die Grenzen verschwimmen: „Die physische Kopräsenz anderer, mit denen man sich an einem gegebenen Ort zu einer gegebenen Zeit verbal und non-verbal austauscht, wird durch einen personalisierten und nicht-anonymen Austausch mittels Computern unterstützt [...]. Man kann die betreffenden Vorgänge aber durchaus als soziales Handeln einordnen [...].“<sup>44</sup> Zwar gilt noch immer die Feststellung, dass soziale zwischenmenschliche Interaktion im strengen Sinne, die sich durch geringe Rückzugsmöglichkeiten definiert, auf dem Netz

---

<sup>41</sup> Vgl. Navarra (2000), S. 18.

<sup>42</sup> Vgl. Jensen (1999), S. 167.

<sup>43</sup> Vgl. Leggewie/Bieber (2004), S. 10.

<sup>44</sup> Leggewie/Bieber (2004), S.10 f.