

Simone Kimpeler  
Michael Mangold  
Wolfgang Schweiger (Hrsg.)

# Die digitale Herausforderung

Zehn Jahre Forschung  
zur computervermittelten  
Kommunikation

ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATION MEDIEN KOMMUNIKATORFORSCHUNG MEDIEN  
SYSTEM JOURNALISMUS WERBUNG MEDIENWIRTSCHAFT ONLINEKOMMUNIKA  
TION MEDIENRECHT PUBLIC RELATIONS MEDIENMANAGEMENT POLITISCHE  
KOMMUNIKATION PRINTMEDIEN HÖRFUNK FERNSEHEN MEDIENWIRKUNG  
MEDIENINHALTE LOKALE KOMMUNIKATION MEDIENÖKONOMIE ELEKTRO  
NISCHE MEDIEN MEDIENPÄDAGOGIK NUTZUNGSFORSCHUNG MEDIENGE  
SCHICHTE MEDIENPSYCHOLOGIE KOMMUNIKATIONSTHEORIEN MEDIENPOLI  
TIK MEDIENORGANISATIONEN INTERNATIONALE KOMMUNIKATION MEDIEN  
UND WIRTSCHAFTSFORSCHUNG MEDIENKONZENTRATION ORGANISATIONSKOMMU  
NIKATION ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATION MEDIEN KOMMUNIKATORFOR  
SCHUNG MEDIENSYSTEM JOURNALISMUS WERBUNG MEDIENWIRTSCHAFT  
ONLINEKOMMUNIKATION MEDIENRECHT PUBLIC RELATIONS MEDIENMANA  
GEMENT POLITISCHE KOMMUNIKATION PRINTMEDIEN HÖRFUNK FERNSEHEN  
MEDIENWIRKUNG MEDIENINHALTE LOKALE KOMMUNIKATION MEDIENÖKO  
NOMIE ELEKTRONISCHE MEDIEN MEDIENPÄDAGOGIK NUTZUNGSFORSCHUNG  
MEDIENGESCHICHTE MEDIENPSYCHOLOGIE KOMMUNIKATIONSTHEORIEN



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Simone Kimpeler · Michael Mangold  
Wolfgang Schweiger (Hrsg.)

Die digitale Herausforderung

Simone Kimpeler  
Michael Mangold  
Wolfgang Schweiger (Hrsg.)

# Die digitale Herausforderung

Zehn Jahre Forschung  
zur computervermittelten  
Kommunikation



**VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN**

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

1. Auflage 2007

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2007

Lektorat: Barbara Emig-Roller

Der VS Verlag für Sozialwissenschaften ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media.  
[www.vs-verlag.de](http://www.vs-verlag.de)



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

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.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Krips b.v., Meppel

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-531-15477-0

## **Inhalt**

Zehn Jahre "Computervermittelte (Öffentliche) Kommunikation" .....9

*Gerhard Vowe*

Einführung: Computervermittelte Kommunikation als  
Forschungsgegenstand in der Publizistik und  
Kommunikationswissenschaft..... 15

*Simone Kimpeler, Wolfgang Schweiger*

## **Gastbeiträge**

Vom Rechenautomaten zum elektronischen Medium: Eine kurze  
Geschichte des interaktiven Computers .....27

*Michael Friedewald*

Reflektierte und populäre Kritik der elektronischen Massenmedien.  
Anforderungen an eine kritische und gestaltende Medienforschung.....39

*Roger Häussling, Michael Mangold*

## **Kommunikatoren in der Onlinekommunikation**

Stabilität und Wandel von Weblog-Praktiken: Erste empirische  
Befunde ..... 51

*Jan Schmidt*

Sechs Podcast-Sendetypen und ihre theoretische Verortung.....61

*Dennis Mocigemba*

## **Aneignung, Nutzung und Wirkung von Onlinemedien**

Ein integratives Modell der Aneignung mobiler  
Kommunikationsdienste ..... 77

*Werner Wirth, Thilo von Pape, Veronika Karnowski*

Wirkungsmodelle: die digitale Herausforderung revisited.  
Forschungsstand zu Wirkungen von Online-Kommunikation – ein  
rückblickender Essay ..... 91

*Patrick Rössler*

## **Markt- und Akzeptanzstudien**

Mit gebremster Kraft voraus? Interaktives Fernsehen und die  
Ungerührtheit der potenziellen Nutzer ..... 107

*Oliver Quiring*

Online-Rubriken als Innovationen in der Marktkommunikation –  
Strukturwandel im Anzeigengeschäft ..... 121

*Castulus Kolo*

Zielgruppenorientiertes eLearning – ein Angebot auch für ältere  
Menschen? ..... 135

*Peter Georgieff*

## **Onlinekommunikation als interpersonale Kommunikation**

Multimediale Gespräche in Skype: Hybridisierung von  
Gebrauchsweisen in der interpersonalen Kommunikation ..... 149

*Martina Joisten*

Zur Entwicklung des Digital Storytelling am Beispiel der  
Videostories im Internet ..... 159

*Julie Woletz*

Kommunikation im Computerspiel ..... 171

*Jan-Noël Thon*

Involvementsituationen im Internet-Chat: Was passiert bei der  
Onlinekommunikation? ..... 181

*Markus Schubert, Nadin Ernst*

## **Onlinekommunikation als Netzwerk**

Soziale Netzwerke und die Frage nach der Effizienz ..... 197

*Harald Rau*

Von der Gaming zur Working Community: Was können virtuelle  
Arbeitsorganisationseinheiten von Computerspielgemeinschaften  
lernen? ..... 209

*Jörg Müller-Lietzkow*

## **Onlinekommunikation aus politischer Sicht**

Innovation oder Konvergenz im Online-Wahlkampf? Deutsche  
Partei-Websites zu den Bundestagswahlen 2002 und 2005 ..... 229

*Eva Johanna Schweitzer*

Leben in verschiedenen Welten? Themenagenden von Offlinern und  
Onlinern im Vergleich ..... 239

*Martin Emmer, Jens Wolling*

Autorenverzeichnis ..... 251

## **Zehn Jahre "Computervermittelte (Öffentliche) Kommunikation"**

### **Dinner Speech zum zehnten Geburtstag der Fachgruppe "Computervermittelte Kommunikation"**

*Gerhard Vowe*

10 Jahre Fachgruppe "CVK"! 10 Lichtlein brennen! 10 Jahre sind ein Wimpernschlag in der Mediengeschichte, aber für die Kommunikationswissenschaft, die ja nicht gerade zu den ursprünglichsten Disziplinen gehört, sind 10 Jahre doch ein recht ansehnlicher Zeitraum. Überhaupt sind 10 Jahre das schönste Jubiläum. Da ist die Kraft des Anfangs noch nicht ganz verfliegen, da ist der Aufbruch noch gegenwärtig, aber das Risiko des Scheiterns ist minimal geworden. Mit 10 Jahren ist man wer, da ist man etabliert, aber noch nicht saturiert. Dagegen 20 Jahre – regelrecht peinlich. Und wenn man dann ein 25-jähriges Jubiläum feiert, "silberne Hochzeit", da kommt man sich dann schon sehr alt vor. Ab dann kommen die Feier-Einschläge immer dichter, hinterher feiert man jedes Jahr Jubiläum, weil man nicht weiß, ob man sich danach noch mal sieht. 30 Jahre: das klingt nur noch nach Tradition und Rückschau, nach alten Herren auf der Suche nach der verlorenen Zeit. Eine einziges Gejammere, wie schwierig es früher war, aber auch wie schön, und überhaupt.... "Und wie geht's mit Deinen Knien?" Also 10 Jahre kann man unbeschwert feiern, und da ist dann auch eine Rückschau erlaubt – mit heiterem Unterton, aber auch mit Momenten, die ein wenig besinnlich stimmen, passend zur heraneilenden Adventszeit.

Wie fing es an? 1996 ist die FG als "Arbeitsgruppe Computervermittelte Öffentliche Kommunikation" ins Leben gerufen worden. "Fachgruppen" gab es erst später, erst dann wurden die Sprecher und Stellvertreter gewählt. Vorher wurde das Amt vererbt. Die Länge des Namens macht misstrauisch. Da hatte sich ein Bereich noch nicht gefunden, er suchte noch nach seinem Gegenstand und nach einem Etikett danach. Der Name war ein Notbehelf, vorab ein Amerikanismus, dem "Computer mediated" nachempfunden, veredelt durch das alteuropäische "öffentlich" und dann das deutliche Bekenntnis zur Kommunikationswissenschaft. Ein langer Name, 20 Silben. So viel hatte keine andere Fachgruppe. Eine glänzende Bestätigung eines ehernen Gesetzes der Onomastik, der Namenkunde: je länger der Name eines Gemeinwesens oder einer Vereinigung,

desto geringer ihre Reputation. Wir waren die Demokratische Republik Kongo der DGpuK, ihr schwarzes Herz.

Die Fachgruppe "CÖK" ist "damals" quer zu der Systematik der Fachgruppen der DGpuK gegründet worden. Eigentlich gehört es sich nicht für eine Kommunikationswissenschaft, sich nach einzelnen Medien zu differenzieren. Das überlassen wir eigentlich den Film- und Fernsehwissenschaftlern. Die Ausnahme wurde aus mehreren Gründen gemacht: Man sah im Vorstand der DGpuK, dass dieses Themenfeld rasch an Boden in der wissenschaftlichen und öffentlichen Diskussion gewinnen würde, und wollte dabei als Fachgesellschaft Flagge zeigen, dafür sorgen, dass in dem anschwellenden Chor der publizistikwissenschaftliche Bariton erklingen möge. Das Themenfeld sollte mit einem Knall in der Fachgemeinschaft etabliert werden, nicht mit zaghaftem Anklopfen in dieser oder in jener Fachgruppe. Es bestand auch nicht die Gefahr, dass nun die Freunde des Films, des Fernsehens, des Tastentelefon, des Fotokopierers, der Banknote und der Überraschungseier jeweils ihr eigenes Fachgrübchen würden graben wollen.

Nun hat die Gründung auch ihre personelle Seite. Es waren die Herren Bentele und Jarren, die mich fragten, ob ich das nicht in die Hand nehmen wolle. Wer wen vorgeschickt hat, weiß ich nicht mehr. Sach- oder gar Fachkunde gaben für die Auswahl meiner Person sicherlich nicht den Ausschlag. Mein Studium der "Informationswissenschaft" lag auch da schon lange zurück und hatte in mir ein Weltbild verankert, das mich nicht gerade fit für die Internetzeit machte. In diesem Weltbild gab es sehr wenige Großrechner und sehr viele Terminals. Das oberste Gesetz hieß: Wer als Benutzer eines Terminals mit anderen Benutzern Kontakt aufnimmt oder wer andere Benutzer dazu anstiftet oder deren Kontaktaufnahme fördert, wird mit Logout nicht unter vier Jahren bestraft. Außerdem war ich ein durch Bildschirmtext in mehrfacher Hinsicht gebranntes Kind. Ich hatte mir danach geschworen, nie mehr zu glauben, dass nächste Woche die Weltrevolution ausbricht oder dass Innovationen sich in Form eines exponentiellen Wachstums durchsetzen. Bei der Bildplatte und bei DAB konnte ich mich bestätigt fühlen, beim Internet nun gerade nicht. Also fachlich war ich nicht ausgewiesen, aber ich hatte drei andere Eigenschaften, die mich zur Gründung dieser FG prädestinierten: Der will was werden. Der macht nichts kaputt. Der ist dankbar. Also trat der Vorstand auf mich zu. Im jugendlichen Forscherdrang sah ich die Chancen riesig und die Risiken winzig und schlug in die dargebotene Hand ein.

Wir haben uns dann am 17.5.96 im Rahmen der DGpuK-Jahrestagung in Leipzig konstituiert. Von den drei Gründungsmüttern ist heute keine anwesend, von den Gründungsvätern derer drei: Klaus Beck, damals noch in Berlin, dann aber bald Erfurt, Patrick Rössler, damals noch Hohenheim, dann München, und

ich, damals gerade noch in Berlin, schon auf dem Sprung nach Ilmenau – also eine unstete Brotherhood. An der Sitzung vor 10,5 Jahren nahmen ausweislich des akribischen Protokolls außerdem teil: Joan Kristin Bleicher, Hans Kleinstauber, Martin Löffelholz, Ulrich Müller-Schöll, Mike Sandbothe, Elizabeth Prommer, Gunnar Roters, Georg Ruhrmann, Barbara Thomaß, Hartmut Weßler.

Ein Jahr später, auf der Mitgliederversammlung 1997, hat man mich zum Sprecher gewählt, Klaus Beck zum Stellvertreter. Ich kann mich an die gequälten Gesichter der Kollegen noch gut erinnern. Aber einen Sammy brauchte die Fachgruppe. Und so viele Dienstbeflissene, äußerlich Pumperlgsunde und Kompromiss-Stiefel gab es nicht. Nun brach ein anderes Leben an: ich war "Fachgruppensprecher". Vorbei die Zeit, als man unerkannt über die Jahrestagung huschen musste. Nun war man wer. Wenn man durch das Tagungsfoyer schlenderte, denn zu Vorträgen brauchte man ja nun nicht mehr gehen, bei eigenen brauchte man sich auch nur noch am Anfang und am Ende kurz zeigen, also wenn man da so flanierte, hörte man die Fremden aus anderen Wissenschaften flüstern: "Wer ist das?" Und die Eigenen gaben Auskunft "Der Fachgruppensprecher der CÖK!". Ja, das tat gut. Man wurde nun um Rat gefragt: Gestandene Professoren sprachen einen an, sie bräuchten da eine Hilfskraft mit 4 Stunden im Monat, die einem dieses Mailen und so abnehmen könne, ob man da jemanden kenne? Mütter brachten einem ihren Halbwüchsigen, der kenne sich mit Computern aus, ob man da nicht etwas tun könne, eine Professur vielleicht? Am besten für *Atari*, mit besonderer Berücksichtigung von *Pong*. Ja, man hatte jetzt Einfluss. Ich machte reichlich davon Gebrauch, wer wusste, wie lange man im Rad der Fortuna oben saß, vielleicht gab es bald eine "Fachgruppe Mobile computervermittelte öffentliche Kommunikation" mit 22 Silben und dann vielleicht "Automobile ...." – und schon war man nicht mehr topp und abgemeldet.

So weit zur Gründung. Seitdem ist viel passiert.

Wir waren und sind eine **produktive Fachgruppe** – wir haben getagt und getagt. Jedes Jahr. Und wir haben uns lange geweigert, unsere Tagungen Tagungen zu nennen. Nein, das waren "Workshops"! Das ist ein mächtiges Sprachbild. Da sieht man Männer in Netzhemden, an denen der Schweiß in Bächen herunterrinnt, weil sie so gewaltige Räder in Schwung halten. Man sieht Frauen in endlosen Reihen an surrenden Maschinchen, die Werte schaffen, 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche. Wir haben nicht getagt, wir haben geschuftet! Und wenn wir doch mal getagt haben, dann in Klausur, im Kloster!

Hören wir uns noch einmal die Liste der Orte an:

**Berlin 1996** an der FU mit einem Doppeltitel: Am Donnerstag "Facetten - Probleme der computervermittelten öffentlichen Kommunikation in der kommunikationswissenschaftlichen Analyse". Am Freitag dann "Sichtweisen – Zugänge zur computervermittelten öffentlichen Kommunikation im Vergleich".

Wow - sehr ambitioniert! Und der Bericht im *Aviso* war überschrieben: "Ein Zipfel vom Mantel der Mediengeschichte". Von heute aus gesehen etwas befremdlich.

Überhaupt wird man melancholisch, wenn man durch die Akten blättert. Peinlich ist es, wenn man sieht, dass man die gleichen munteren Floskeln wie heute schon vor acht Jahren strapaziert hat: da wünscht man den Kollegen "für die Zielgerade des Sommersemesters alle Gute", und da überschreibt man die Organisationsitzung mit "Wer, wie, was - wieso, weshalb, warum?" Und da verabschiedet man sich mit "Glück auf!"

**München 1997** an der Hochschule für Film und Fernsehen unter der Obhut von Elizabeth Prommer, die am letzten Tag für alle, die wollten, Original Münchner Weißwürst besorgte - es wollte aber nur einer. Und wo ein Mitglied der Fachgruppe an der Hotelrezeption drohte, das Hotel zu zerlegen, wenn er keinen Fernseher auf dem Zimmer vorfinden würde.

Dann der Paukenschlag **Elgersburg 1998!** Gewohnt haben wir in einem Hotel, das in den 20er Jahren ein Heim der *Roten Hilfe* war und Kinder von inhaftierten Kommunisten aus der ganzen Welt beherbergte. So war uns auch zumute. Getagt haben wir in einer Burg, die über dem Flecken Elgersburg dräute. Deren Verliese haben wir besichtigt, geführt von einem Ritter der Tafelrunde von Elgersburg, ein Senoussi-Raucher mit den gelbsten Fingern, I've ever seen.

**Erfurt 1999.** Da kann ich mich nur noch an einen Frankfurter Schöler erinnern, der uns in die Geheimlehre des Postfordismus einführen wollte und eine Aura des Schweigens erzeugte, das er vermutlich für respektvoll hielt.

**München 2000.** Da hatten sich bereits die Rituale der Fachgruppe eingeschliffen, so z.B. das Hakeln um die Herausgeberschaft bei den Tagungsbänden. In dieser heiklen Frage berief man sich auf uralte Rechte, bis hin zu germanischen Weistümern, in denen festgelegt sei, was der Clan, der den Thing ausrichtete, alles dürfe.

**Leipzig 2001:** Da war Klaus Beck fast ganz allein und musste sich auch fast alleine mit der immer wieder neu gestellten Frage auseinandersetzen, ob man nun etwas mit der GOR zusammen machen solle oder nicht – auch das ein Ritual der FG.

**München 2002,** dieses Mal im IfKW. Erinnerunglich ist mir da noch, dass man hier einzelne Vorträge für die Publikation weiträumig umfahren wollte und dafür sogar vorgab, eigentlich gar keine Publikation machen zu wollen – ohne dass uns lange Nasen gewachsen wären.

**Erfurt 2003:** Keine Tagung zu einem Fachthema, sondern Klausurtagung, wie es denn weiter gehen solle mit der FG-Arbeit. Wir saßen an einem Tisch, und Gernot Wersig hat uns allen noch mal gezeigt 1. was technische Kommuni-

kation wirklich ist, 2. was Wissenschaft wirklich ist und was 3. der Mensch und die Welt wirklich sind.

**Dortmund 2004** – im feudalsten aller Tagungsgebäude, im Erich-Brost-Institut. Alles nur vom Feinsten: kein Stahlwerk mehr, keine Zeche mehr, keine Brauerei, aber noble Tagungsstätten.

**Berlin an der Humboldt-Universität 2005:** Dies war eine Tagung zusammen mit der Medienökonomie. Es war mit der Zeit doch schwierig geworden, die kritische Masse von Vortragsvorschlägen zu erreichen. Man brauchte also Partner, notfalls auch die Medienökonomie. Ich höre, man ist derzeit mit der Gendergruppe im Gespräch.

Wir haben nicht nur getagt, wir haben auch publiziert: die Tagungsbände, z.B. der erste aus dem ersten Workshop, "Computernetze - ein Medium öffentlicher Kommunikation". Da kam man mit dem Nachdrucken gar nicht nach. Und ganze Buchreihen: "Internet Research" mit inzwischen bestimmt 20 Bänden, zumeist aus dem Kreis der Fachgruppe. Die Wissenschaftsgeschichtsschreibung vermutet dahinter drei Autoren mit acht Pseudonymen.

Dann: Wir waren und sind eine **ordentliche FG!** Wir haben die Leitung der Fachgruppe in bewundernswerter Kontinuität geregelt. Nach Vowe/Beck kamen 1999 Beck/Schweiger, 2004 Schweiger und Kimpeler. Keine Diadochenkämpfe, kein Interregnum. Keine Sekunde ohne Leitung und kein Leiter, der nicht Jahre vorher als Stellvertreter gefront hatte. Es gibt also Reste von Ordnung in dieser aufgeregten Online-Welt.

Wir haben jedes Jahr einen Tätigkeitsbericht abgegeben. Wir haben Kriterienkataloge für das Review von Vorträgen entwickelt, als andere Fachgruppen noch die Slots auf Zuruf füllten und dabei besonders auf die hörten, die man gut kannte und deshalb besonders deutlich verstand. Wir haben uns eine Satzung gegeben, schon 1998, und wir haben unser Selbstverständnis formuliert, 2003: Besonders wichtig der Punkt römisch III: "Verantwortlichkeiten". Da heißt es zunächst scheinbar harmlos: "Die Fachgruppe verfährt arbeitsteilig." Den Satz liest man, man nickt, man sagt: Ja, klar, wie sollte es anders sein? Und damit sitzt man in der Falle, denn dann kommt ein Satz wie ein Hammer: "Ins Auge gefasste Aktivitäten werden von einzelnen Mitgliedern der Fachgruppe verantwortlich übernommen." Aha. Ich möchte nicht wissen, wer da für die Fachgruppe welche Art von Aktivitäten "ins Auge gefasst" hat. Dann aber nach der Peitsche das zuckersüße Brötchen: "...was im jeweiligen Jahresbericht der Fachgruppe entsprechend gewürdigt wird."

Und wir waren und sind eine **kreative Fachgruppe**. Wir haben die Respondents in die Tagungskultur der DGPK eingeführt. Schauen Sie sich das gedruckte Programm von Leipzig an – das ist so schön gestaltet, das gehört in die erste Vitrine im ersten Raum des DGPK-Museums. Und erst die Titel:

- "Gute Seiten – schlechte Seiten. Qualität in der computervermittelten Kommunikation."
- "Jenseits von Raum und Ort. Enträumlichung und Mobilität in einer vernetzten Welt."
- "Trau schau wem! Vertrauen und Glaubwürdigkeit in der cvk"
- "Attention please – Fragen der Aufmerksamkeitsökonomie in der Online-Kommunikation".

Dagegen fällt 2004 mit "Aktuelle Problemfelder und Studien zur cvK" doch sehr ab, muss ich kritisch anmerken.

Was gab es außer Tagungen für weitere **Meilensteine**? Vor allem das Schisma auf dem Konzil von Elgersburg 1998. Es hing an einem "Ö". Aus der CÖK wurde gegen meinen erbitterten Widerstand das unaussprechliche C-V-K. Und ich habe noch im Bericht für *Aviso* geschrieben, dass die FG ihren Namen verkürze und ihren Gegenstandsbereich erweitere – und das positiv klingen lassen, gegen meine innerste Überzeugung. Ich habe mich noch nie so schmutzig gefühlt in meiner Laufbahn. Sie spüren, wie ich immer noch einen Phantom-schmerz verspüre, das abgeschnittene "öffentliche" tut mir immer noch weh.

Hat die FG ihre **Ziele** erreicht? Das Ziel, die *öffentliche* Sichtbarkeit der DGPuK in Gestalt ihrer Fachgruppe in öffentlichen CVK-bezogenen Debatten zu erhöhen, sehe ich nicht in dem seinerzeit erhofften Maße realisiert. Das haben wir wohl auch nie ernsthaft genug betrieben.

Die Rechnung ist aber aufgegangen, was die *fachinterne* Etablierung angeht. Die Fachgruppe ist etabliert. Mit 105 Mitgliedern sind wir eine der größeren Fachgruppen. Zum anderen ist Online ein selbstverständliches Element der Arbeit in allen Fachgruppen geworden – von den "Methoden" über "Politik" bis zu "Journalismus". Mit dem Fortschreiten der Digitalisierung schmelzen die Grenzen zwischen den Gebieten, die bislang vor dem Zugriff der CVK-Strategen bewahrt waren. Mit "Hypertext" und "Hypermedium" hat man sich ja terminologisch schon früh das Recht gesichert, an jedem Punkt der Medienwelt intervenieren zu dürfen.

Kritisch und selbstkritisch muss man anmerken: Wir haben einiges versäumt, z.B. gemeinschaftliche Forschungsinitiativen, Ansätze gab es, wie die Überlegungen zu einer DFG Forschergruppe "Online-Kommunikation".

Ich möchte meinen Rückblick beenden mit dem klassischen Vortrags-schlussatz, den ich auch auf unseren Tagungen des Öfteren herbeigesehnt habe und als Moderator und Souffleur dann den Referenten zugeflüstert habe. Der Satz lautet: "Mit Blick auf die Uhr brech' ich hier einfach mal ab."

Ad multos annos!

# **Einführung: Computervermittelte Kommunikation als Forschungsgegenstand in der Publizistik und Kommunikationswissenschaft**

*Simone Kimpeler, Wolfgang Schweiger*

Im November 2006 veranstaltete die DGPK-Fachgruppe "Computervermittelte Kommunikation" eine Fachtagung zum Thema "Computervermittelte Kommunikation als Innovation" in Kooperation mit dem ZKM | Institut für Medien und Wirtschaft in Karlsruhe. Der vorliegende Band dokumentiert den Großteil der Fachbeiträge der Tagung und zeigt dabei die Vielfalt der Forschungsarbeiten in diesem Gebiet auf. Da die Fachgruppe im Jahr 2006 zugleich 10-jähriges Bestehen feiern konnte, nahm sie das Jubiläum zum Anlass, um auf der Fachtagung neben der Diskussion aktueller Forschungsbeiträge auch einen Rückblick auf die Geschichte der Erforschung computervermittelter Kommunikation sowie einen Ausblick auf zukünftige Entwicklungen zu wagen. Gewiss ein Highlight der Tagung ist daher auch die Dinner Speech von Gerhard Vowe, der die Geschichte der Fachgruppe ebenso unterhaltsam wie spannend skizziert und trefend kommentiert hat. Wir danken Gerhard Vowe dafür, dass wir seine Rede in den vorliegenden Band aufnehmen durften.

Computervermittelte Kommunikation (CvK) umfasst alle Formen der interpersonalen, gruppenbezogenen und öffentlichen Kommunikation, die offline oder online über Computernetze oder digitale Endgeräte erfolgen. Gegenstand der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung ist dabei die Analyse wirtschaftlicher, technischer und sozialer Implikationen computerbasierter Anwendungen zur Kommunikation, Information und Unterhaltung. Dabei stehen neben den Chancen und Potentialen der zunehmenden Vernetzung und Mobilität der Akteure und der Virtualisierung der Kommunikationswelten auch Herausforderungen und Gefahren bezüglich einer möglichen Fragmentierung der Öffentlichkeit, Vertiefung des Digital Gap, Konzentrationstendenzen auf dem Medienmarkt oder Praktiken der Informationsfilterung und -selektion im Fokus der Forschung.

Neben den wissenschaftlichen Beiträgen, die in einem anonymen Begutachtungsprozess ausgewählt wurden, leiten zwei Gastbeiträge den Band ein.

Der erste Gastbeitrag von Michael Friedewald liefert eine kurze Geschichte des interaktiven Computers. Friedewald greift populäre Sichtweisen zur Geschichte des Computers auf, ergänzt um die noch wenig reflektierte Kontinuität des Übergangs vom gemeinsam genutzten Großcomputer zum einzeln verwendeten PC. Dazu beleuchtet er den kulturellen Hintergrund der Idee einer "per-

sönlichen Informationsverarbeitungsmaschine" und wie diese sich im Laufe der Wissenschafts- und Technikentwicklungen verändert hat. Friedewald zeichnet anhand historischer Beispiele nach, wie bestimmte Ideen zu Leitbildern der Computertechnikentwicklung geworden sind und wie diese Ideen im Laufe der Zeit verbreitet, verändert und umgesetzt worden sind. So weist er beispielsweise darauf hin, dass die Metapher des Schreibtisches (Desktop) wegen ihres immensen Erfolges bis heute auch zu einem Hemmnis für die Entwicklung der Benutzerfreundlichkeit geworden ist. Er sieht am Ende eine Notwendigkeit in der Neudefinition der Mensch-Computer-Schnittstelle, welche dem Wunsch der "naiven Benutzer" nach leichter Erlernbarkeit und intuitiver Bedienung des Computers ebenso entspricht wie dem der professionellen Benutzer nach umfassender Konfigurier- und Programmierbarkeit von Hard- und Software. Friedewald bemerkt dazu, dass uns bei allem technischen Fortschritt die gesellschaftlichen Institutionen verloren gegangen sind, die uns ein Bewusstsein für sinnvollen Benutzen des Computers zum sich Informieren – im Gegensatz zum reinen Datensammeln – vermitteln könnten.

Der zweite Gastbeitrag ermöglicht einen Einblick in die wissenschaftliche Arbeit des ZKM | Institut für Medien und Wirtschaft in Karlsruhe. Am Beispiel der Medienkritik am Fernsehen und unter Bezugnahme auf die Medienkritik von Jürgen Habermas formulieren Roger Häussling und Michael Mangold neue Anforderungen an eine kritische und gesellschaftlich gestaltende Medienforschung, die sich auf die zentrale Funktion der Wissensvermittlung des Fernsehens bezieht und zugleich differenziert aktuelle Verhältnisse und Entwicklungen der Medienlandschaft zu erfassen glaubt. Eine Reflektion der Massenmedien muss nach Ansicht der Autoren am wohl zentralsten gesellschaftsgestaltenden Beitrag der Medien ansetzen: der Vermittlung von Wissensinhalten. Das Fernsehen stellt für sie das wichtigste Medium der Wissensvermittlung dar, insbesondere weil es den Medienkonsum der sogenannten bildungsfernen Bevölkerungsgruppen dominiert. Sie regen eine Einbeziehung der computervermittelten Kommunikation in die Analyse an, da auch hier vielfältige Anknüpfungspunkte zur Gestaltung sozialer Wandlungsprozesse ermittelt und genutzt werden können.

Die wissenschaftlichen Beiträge des Tagungsbands sind in sechs Themenblöcke gegliedert.

### **Kommunikatoren in der Online-Kommunikation**

Im ersten Themenblock geht es um neue Typen von Kommunikatoren in der Online-Kommunikation, die durch die Entwicklungen des "Web 2.0" an Bedeutung gewonnen haben sowie um die daran geknüpften Erwartungen an neue

Formen der Integration von Nutzern und neue Möglichkeiten, eigene Interessen, Meinungen und soziale Beziehungen um Internet sichtbar zu machen.

Jan Schmidt liefert erste empirische Befunde zu Stabilität und Wandel von Weblog-Praktiken. Ausgehend von neuen Formen der Nutzung des Internet zur Äußerung von Meinungen und Interessen sowie der Darstellung und Gestaltung von sozialen Netzwerken gewinnen Weblogs an Bedeutung. Schmidt unterscheidet strukturelle Dimensionen von Weblogs, die dem Weblogger einen Rahmen vorgeben und zugleich durch die Anwendung reproduziert werden. Trotz zahlreicher vorliegender Studien zu Weblogs kann Schmidt eine Forschungslücke im Bereich der Längsschnittdatenanalysen zu intra-individuellen Veränderungen der Weblog-Nutzung identifizieren, um die Dynamik der Weblog-Praktiken zu untersuchen.

Unterschiedliche Sendetypen von Podcasts und ihre theoretische Verortung sind Gegenstand des Beitrags von Dennis Mocigemba. Podcasts werden als eine Art Rundfunkbeitrag definiert und als Angebot von Privatpersonen für vorwiegend kleine, integrierte Communities analysiert. Dazu werden die Funktionen von Podcasts für den privaten Podcaster anhand von Sendepraktiken, Motiven, Qualitätsansprüchen und sozialen Interaktionen der Podcaster diskutiert und Ergebnisse einer explorativ-qualitativen Studie herangezogen. Damit kann Mocigemba sechs Podcast-Typen identifizieren und kommunikationstheoretisch verorten.

## **Aneignung, Nutzung und Wirkung von Online-Medien**

Im zweiten Themenblock geht es um Aneignungsprozesse und Wirkungen von Online-Medien.

Werner Wirth, Thilo von Pape und Veronika Karnowski stellen ein integratives Modell der Aneignung mobiler Kommunikationsdienste vor. Vor dem Hintergrund der hohen Dynamik auf dem Mobilfunkmarkt und neuer Nutzungsweisen stellen sie zwei Paradigmen der Weiterentwicklung technischer Innovationen vor und leiten dann ihr Aneignungsmodell ab. Dafür unterscheiden die Autoren zwischen dem Adoptions- und dem Aneignungsparadigma und zeigen, dass beide Ansätze sowohl inhaltlich als auch methodologisch komplementär sind. Darauf aufbauend entwickeln die Autoren ein integratives "Mobile Phone Appropriation-Model" (MPA-Modell), das sowohl individuelle wie auch soziale Faktoren und ein breites Spektrum an Nutzungen und Bedeutungen erfasst. Das MPA-Modell wird als Analysegerüst verstanden, um bei jeder Innovation möglichst von Grund auf und mit Rückgriff auf quantitative und qualitative Methoden den Aneignungsprozess zu untersuchen.

In einem rückblickenden Essay untersucht Patrick Rössler mit Rückgriff auf einen eigenen Beitrag aus dem Jahr 1998, welcher Wirkungen computervermittelter Kommunikation sich die Forschung in den vergangenen zehn Jahren überwiegend angenommen hat. Seine systematische Untersuchung zur internationalen und deutschsprachigen Forschung kommt zum Ergebnis, dass sich die Analyse von Wirkungen der Online-Kommunikation meist nicht auf die klassischen Medienwirkungsansätze bezog. Es sind, entgegen Rösslers früherer Annahme, inzwischen neue Hypothesen über Medienwirkungen erforderlich, die die netzbasierte Kommunikation und ihre Spezifika angemessen berücksichtigen und in der Folge vielleicht ein neues Verständnis der Begriffe 'Nutzung' und 'Wirkung' erforderlich machen.

### **Markt- und Akzeptanzstudien**

Bisher unausgeschöpfte Potenziale der Nutzung des interaktiven Fernsehens (iTV) in Deutschland sind Gegenstand der Studie von Oliver Quiring. Er nimmt sich der Forschungslücke repräsentativer Studien zur iTV-Nutzung an und liefert auf der Basis einer regionalen CATI-Befragung einen Überblick über die Bekanntheit ausgewählter interaktiver Anwendungen, die Einstellungen zu diesen Anwendungen sowie ihre Nutzung bzw. Gründe der Nicht-Nutzung. Basierend auf einer Reihe von Beiträgen zur Konzeption von Interaktivität, Studien zu Verbreitungshemmnissen auf Angebotsseite und nur wenigen verfügbaren Studien zur Akzeptanz und Diffusion aus Nutzerperspektive wird versucht, Aussagen über die tatsächliche Nutzung zu gewinnen. Trotz der regionalen und zeitlichen Beschränkung der Erhebung kann aufgezeigt werden, dass die Verbreitung des iTV neben bekannten angebotsseitigen Hemmnissen auch mit der "Ungerührtheit" der Nutzer zu kämpfen hat.

Neue Online-Angebote versprechen durch die Vermeidung von Medienbrüchen eine Effizienzsteigerung des gesamten Marktprozesses und treten zunehmend in den Wettbewerb mit Printmedien. Castulus Kolo analysiert in seinem Beitrag über Online-Rubriken den Strukturwandel im Anzeigengeschäft. Am Beispiel der Märkte für Stellen, Immobilien und Kfz unterscheidet er Gesamtmarkteffekte und Substitutionen in der Entwicklung der Anzeigenvolumina und zeigt damit, dass in wenigen Jahren etwa die Hälfte des Volumens aus dem Printbereich abgewandert ist. Der Beitrag systematisiert nach einer aktuellen quantitativen Analyse der Substitutionsdynamik Online versus Print über den Zeitraum von 12 Jahren, wie die jeweilige Substitutionsdynamik mit den Charakteristika der entsprechenden Märkte zusammenhängen könnte sowie in welcher Weise diese von Eigenschaften der Anzeigenkunden und der Nutzer digitaler Medien potentiell beeinflusst wird.

Der Einsatz von eLearning als mediengestütztes Lehren und Lernen in Schulen, Hochschulen und bei der beruflichen Aus- und Weiterbildung ist weit fortgeschritten. Informelle Lernmöglichkeiten, bei denen Lernende ihren Lernfortschritt selbstbestimmt steuern, unterstützt insbesondere durch computerbasierte Lernformen, gewinnen an Bedeutung, Peter Georgieff stellt in seinem Beitrag über zielgruppenorientiertes eLearning die Frage nach der Umsetzbarkeit dieser Zielgruppenorientierung für den Personenkreis älterer Menschen. Er zeigt die soziodemografischen Besonderheiten des Alterns, die Bildungspräferenzen und das Medienverhalten älterer Menschen auf, um danach die tatsächliche Verbreitung entsprechender eLearning Angebote in Institutionen der Altenbildung zu prüfen.

### **Online-Kommunikation als interpersonale Kommunikation**

Das Telefon ist durch seine massive Verbreitung die vermutlich bedeutendste interpersonale Kommunikationstechnologie. Neu ist nun die massentaugliche Internettelefonie, die im Vergleich zu eMail oder Instant Messaging eine noch junge Form der internetbasierten computervermittelten Kommunikation darstellt.

In ihrem Beitrag zu multimedialen Gesprächen in Skype untersucht Martina Joisten die Prozesse der Hybridisierung von Gebrauchsweisen in der interpersonalen Kommunikation. Sie geht der Frage nach, ob aus der technischen Konvergenz interpersonaler Kommunikationsmedien eine Konvergenz der Gebrauchsweisen erfolgt. Joisten beobachtet in einer ethnografischen Fallstudie der Einführung der PC-basierten Internettelefonie-Software Skype in einem Unternehmen. Die Studie ermöglicht einen Einblick in die Aneignung konvergenter interpersonaler Kommunikationsmedien und zeigt erste Veränderungen in der Kommunikation. Die von Joisten aufgezeigten Entwicklungen haben sowohl Implikationen für das Design innovativer Kommunikationsmedien als auch für das zukünftige Verständnis computervermittelter interpersonaler Kommunikation.

Die Kommunikationsform des Digital Storytelling bzw. der Videostories ist kein neues Phänomen, meint Julie Woletz in ihrem Beitrag zur Frage nach dem Innovationsgehalt dieser Medienentwicklung. Ausgehend vom Entstehungszusammenhang und der technischen Entwicklung des Digital Storytelling sowie am konkreten Beispiel der Videostories im Internet zeigt Woletz spezifische Innovationen in der Medienkonfiguration und den Kommunikationsmodalitäten. Die Autorin geht davon aus, dass sich der medientechnologische Wandel auch auf die Kommunikationsform auswirkt. Sie kommt zu dem Schluss, dass sich Innovation und Medienwandel der Kommunikationsform Digital Storytelling

nicht vollständig auf technische Entwicklungen reduzieren lassen, sondern in den medialen Gebrauchsweisen die Strukturen multimedialer Kommunikation und Interaktion begründet sind.

Computerspiele als Untersuchungsgegenstand finden sich heute bereits in vielen Disziplinen, so auch in der CvK-Forschung. Jan-Noël Thon behandelt besonders relevant erscheinende Aspekte der interpersonalen Kommunikation am Beispiel der Funktion von textbasierter Kommunikation zwischen Spielern des First-Person Shooters HALO sowie des Massive Multiplayer Online Role Playing Game WORLD OF WARCRAFT. Angelehnt an ein allgemeines Strukturbeschreibungsmodell für Computerspiele unterscheidet er zwischen räumlicher, ludischer, narrativer und sozialer Struktur von Computerspielen. Diese Ebenen sind zugleich Untersuchungsebenen und Perspektiven in seiner Studie und ermöglichen die Beschreibung der Computerspiele strukturiert nach Formen und Funktion der Kommunikation.

Auch die Untersuchung der Nutzung und Wirkung computervermittelter Kommunikation in Chaträumen stellt hohe Anforderungen an Methodik und Forschungsdesign. Markus Schubert und Nadin Ernst stellen Ergebnisse einer Studie zu Involvementsituationen im Internet-Chat vor. Chats gelten als besondere Art der Kommunikation, die mit Ausnahme von Emoticons zur Visualisierung von Stimmungen ohne Bilder und gesprochene Sprache auskommt. Schwerpunkte bisheriger Forschung waren Nutzungsmotive sowie der Aspekt der Identität bzw. des Rollenverhaltens mit Hilfe reaktiver Messverfahren oder inhaltlich-semantische Textanalysen und psychologisch-klinische Untersuchungen zu Suchtpotenzialen des Chat. Schubert und Ernst hingegen interessieren sich dafür, was genau bei dieser Art von Online-Kommunikation in Abhängigkeit vom Grad des Involvement mit den Nutzern passiert. Sie analysieren Chat-Kommunikation in High- und in Low-Involvement-Situationen in einem experimentellen Untersuchungsdesign mit Hilfe eines Methodenmixes aus quantitativen und qualitativen Verfahren mit retrospektiver und periaktionaler Ausrichtung.

### **Online-Kommunikation als Netzwerk**

Harald Rau geht der Frage nach, inwieweit theoretische Überlegungen aus einem Vor-Internetzeitalter auf die Regeln und Zusammenhänge beispielsweise einer "Second-Life"-Plattform angewandt werden können und darüber hinaus vielleicht auch kollaborativ erstellte Onlinemedien erklärbar machen. Er untersucht die Möglichkeit, mit ökonomischen Größen soziale Netzwerke hinsichtlich ihres Nutzens, ihrer Effizienz oder ihrer Größe zu analysieren. Ausgangsbasis bildet die Erkenntnis, dass die Demokratisierung von Medieninhalten ähnli-

che Wirkungen zeitigt wie eine zunehmende Kommerzialisierung. Rau möchte mit einem theoretischen Exkurs dafür sensibilisieren, ökonomische Größen wie Wert, Nutzen und Effizienz für die Bewertung von Netzwerken nur mit äußerster Vorsicht zu gebrauchen. Die Theorie sozialer Netzwerke der Manchester School hat die Erkenntnis gebracht, dass soziale Netzwerke nicht durch etwaige Zielsetzungen auf eine gemeinsame Basis reduziert werden können. Damit ist der Ansatz für Rau wie geschaffen für die Analyse sozialer Netzwerke im Zeitalter des Web 2.0, da hier das soziale Netzwerk, z.B. als "Community" eine Verknüpfung disparater Ziele der einzelnen Akteure oder Gruppen bedingt. Für Rau ergeben sich zwei zentrale Notwendigkeiten bei der Erforschung sozialer Netzwerke in der computerbasierten Kommunikation: eine Systematisierung der Ziele von Netzwerken, eng gekoppelt an die Frage der Qualität von Netzwerken sowie eine Werte-Diskussion.

Im Beitrag von Jörg Müller-Lietzkow geht es um die mögliche Übertragbarkeit von Forschungsergebnissen zu Computerspielgemeinschaften auf virtuelle Arbeitsorganisationseinheiten. Heute ist der e-Lancer in virtuellen Organisationsstrukturen ebenso Normalität wie auch die berufliche oder private Mitgliedschaft in virtuellen Communities. Ein Zwang des "anytime, anywhere, anyhow" für den arbeitenden Menschen wirkt sich für Müller-Lietzkow negativ auf die Motivation aus. Er geht davon aus, dass sich intrinsische Motivationsansätze für digitale Unterhaltungsangebote wie zum Beispiel bei Computerspielgemeinschaften auf virtuelles Arbeiten übertragen lassen. Digitale Spiele erfordern spezifische Leistungen und Konstanz der Nutzung vom Spieler, um Spiel-Gratifikation zu erhalten – auch typische Indikatoren in der virtuellen Arbeitswelt. Müller-Lietzkow führt zentrale Ergebnisse aus der Computerspiele-Forschung an und findet Parallelen in den Anforderungen an den virtuellen Arbeiter.

### **Online-Kommunikation aus politischer Sicht**

Bei der Untersuchung von Online-Kommunikation in der Politik lautet eine zentrale Frage, ob die Politikvermittlung im Internet die spezifischen Präsentationsmerkmale des Mediums (Aktualität, Interaktivität, Hypertextualität, Multimedialität, Speicherkapazität) nutzt und somit im Gegensatz zu Politikvermittlung in Print oder TV neuen Gesetzmäßigkeiten folgt, oder ob sich umgekehrt bisherige Muster der Kampagnenführung aus dem Offline-Bereich in der internetbasierten Politikkommunikation widerspiegeln. Dazu liefert Eva-Johanna Schweitzer eine Studie, die auf der Differenzierung zwischen der Innovationsthese und der Konvergenz- oder Normalisierungshypothese basiert. Die Innovationsthese geht von einer weitgehenden Integration der Online-Kommunikation

in die Wahlkampfplanung aus, bei der die Möglichkeiten des WWW umfassend ausgeschöpft werden. Die Konvergenz- oder Normalisierungshypothese hingegen besagt, dass die medienspezifischen Möglichkeiten der CvK weitgehend ungenutzt bleiben und stattdessen die Übertragung bisheriger Kampagnenprinzipien auf das Internet betrieben wird. Ziel von Schweitzer ist es, den Limitationen der bisherigen Forschung durch eine kombinierte Inhalts- und Strukturanalyse nationaler Partei-Websites zu den Bundestagswahlen 2002 und 2005 zu begegnen. Dazu werden diese Thesen für den deutschen Online-Wahlkampf anhand eines Längsschnittvergleichs überprüft. Die Befunde belegen im Zeitverlauf eine Innovationsbewegung auf der Strukturebene des Online-Wahlkampfes in Deutschland. Gleichzeitig liefert der Beitrag ein differenziertes Bild hinsichtlich der Unterschiede zwischen Bundestagsfraktions-Kampagnen und Online-Kampagnen von Parteien, die nicht im Bundestag vertreten sind.

Eine wesentliche Funktion der Medien für moderne demokratische Gesellschaften ist die Herstellung von Öffentlichkeit für gesellschaftlich relevante Themen und Probleme. Martin Emmer und Jens Wolling gehen der Frage nach, ob diese Thematisierungsfunktion der traditionellen Massenmedien durch die wachsende Bedeutung des Internets als politisches Informationsmedium geschwächt wird. Dabei untersuchen sie, ob das Internet die Fragmentierung der Mediennutzung befördert und auf diese Weise zur Desintegration der Gesellschaft beiträgt. Hierzu gab es trotz einiger Debatten bisher kaum empirische Ergebnisse, ebenso wenig wie für die Gegenthese der stimulierenden Wirkung des Internets auf das Engagement in der Politik. Die untersuchte Hypothese lautet daher, dass bei denjenigen Personen, die sich besonders stark auf politische Informationen aus dem Internet verlassen, andere Themen auf der individuellen Agenda stehen als bei solchen, die sich vorwiegend über traditionelle Medien informieren. Die Autoren können diese Annahme auf der Basis einer bundesweiten, repräsentativen Befragung aus dem Jahr 2005, in der neben den Mediennutzungsgewohnheiten (on- und offline) auch weiterführende Aktivitäten politischer Kommunikation erhoben wurden, nicht bestätigen. Ein intensiver Rückgriff auf Online-Quellen bei gleichzeitiger Abwendung von herkömmlichen Informationsquellen zu deutlich anderen, insbesondere vielfältigeren und stärker globalen Themenpräferenzen findet nicht statt. Die Autoren verweisen daher darauf, dass erst eine vergleichende Analyse über mehrere Zeitpunkte hinweg zeigen könnte, wie stabil die ermittelten Themenpräferenzen sind.

## **Danksagung**

Die Herausgeber danken Vanessa Diemand und Christine Schädel herzlich für ihre tatkräftige und zuverlässige Unterstützung sowie Geduld bei der Vorbereitung und Durchführung der Jahrestagung und bei der Herstellung der Druckvorlage dieses Bandes.

München und Karlsruhe, Juni 2007

# **Gastbeiträge**

# **Vom Rechenautomaten zum elektronischen Medium: Eine kurze Geschichte des interaktiven Computers**

*Michael Friedewald*

## **Einleitung**

Wenn heute vom Computer gesprochen wird, ist meist der kleine Personal Computer mit Tastatur, Bildschirm und Maus gemeint, der seit 1981 den Weg in Millionen Büros und Haushalte gefunden hat und meist zur Textverarbeitung, für Kalkulationen, zum Spielen und seit einigen Jahren auch als Kommunikationsmedium verwendet wird. Er ist für die meisten Menschen so alltäglich wie der Fernseher oder das Telefon.

Als der Computer vor mehr als 60 Jahren erfunden wurde, war all dies nicht nur nicht vorauszusehen, sondern auch gar nicht vorstellbar: Computer waren riesige Rechenmaschinen, mit deren Betrieb ein ganzes Team von Technikern, Operateuren und Programmierern beschäftigt war. Sie waren so groß und teuer, dass sich nur große Unternehmen, Behörden und das Militär Computer leisten konnten, um damit komplizierte Berechnungen anzustellen oder große Datenmengen zu verwalten. Diese Maschinen spielen zwar heute in diesem Umfeld immer noch eine wichtige Rolle, sind aber fast aus dem Blick der Öffentlichkeit verschwunden.

Nach weit verbreiteter Vorstellung beginnt die Geschichte des PCs mit der Erfindung des Mikroprozessors durch Intel im Jahre 1971. Als nächste Etappen gelten die ersten Computerbausätze, die erfolgreichen Homecomputer der späten siebziger Jahre, der erste IBM PCs 1981 und schließlich die Einführung des derzeitig leistungsfähigsten Rechner mit Intel- oder AMD-Prozessor. Demnach wären Personal Computer das zwangsläufige Endprodukt der fortschreitenden Miniaturisierung in der Mikroelektronik.

Eine andere, weniger verbreitete, aber ebenso populäre Geschichte des PCs erzählt von begeisterten Computeramateuren in Kalifornien, die es geschafft haben, gegen die Interessen der großen Unternehmen den Computer zu den Menschen bringen. "Computer Power to the People" lautete einer ihrer Wahlsprüche, der von den politischen Ideen der 68er-Generation beeinflusst war (Nelson 1987).