

Zwischen Grice und Knigge: Die Netiketten im Internet

Angelika Storrer und Sandra Waldenberger

Abstract

Netiketten sind Regelsammlungen für den richtigen Umgang mit den Kommunikationsdiensten des Internet, die sich primär an Neulinge richten. Die Regeln transportieren die Wertvorstellungen aus den Gründerjahren des Internet und reflektieren die Erfahrungen der gemeinsamen Netznutzung. Aus diesem Grund sind Netiketten aufschlußreiche Dokumente, um Eigenschaften und Entwicklungen des kommunikativen sozialen Stils im Internet zu beobachten und nachzuzeichnen. Unser Beitrag führt kurz in Geschichte und Status der Netiketten ein und nimmt dann unter sprach- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive die Regulierungsgegenstände unter die Lupe, die sich auf den Umgang mit elektronischer Post beziehen.

„Nicht drängeln, den Teller nicht zu voll nehmen und anderen nicht auf die Füße treten ...“
(Faustregel für das kalte Büfett, nach Babiak 1995).

1 Geschichte und Status der Netiketten

Als Netiketten, eine Zusammenziehung von *Netz* und *Etikette* (ursprünglich englisch *net* und *etiquette*), bezeichnet man Sammlungen von Verhaltensregeln, die sich auf den Umgang der Internet-Nutzerinnen und -Nutzer untereinander und mit den Ressourcen des Netzes beziehen. Gemessen an der Entstehungsgeschichte des Internets sind Netiketten eine relativ ‚junge‘ Erscheinung. Die sog. „Ur-Netikette“ erschien Anfang 1992, zunächst als Teil der Benutzerordnung der „Florida Atlantic University“ (Rinaldi, 1992). Sie wurde seither verschiedentlich revidiert und ergänzt (Rinaldi, 1994; 1996) und in die verschiedensten Sprachen übersetzt (deutsch: Reiser, 1995). Neben Rinaldis Dokument existiert eine relativ kleine Anzahl weiterer Netiketten, die an den unterschiedlichsten Stellen entweder in veränderter Form oder als textgetreue Kopie publiziert sind. Besonders verbreitet sind die Netiketten von Sally Hambridge (Hambridge, 1995) und Brad Templeton alias „Emily Postnews“ (Templeton, o.J.). Daneben besitzen Teilnet-

ze jeweils eigene Netiketten mit Regeln, die auf ihre spezifischen Bedingungen ausgelegt sind, z.B. das deutsche Z-Netz (Z-Netz, 1994), das deutsche SoliNet (SoliNet, 1995) oder das internationale FidoNet (FidoNet, 1997).

Der Grund für die relativ späte Entwicklung der Netiketten liegt in ihrer primären Funktion, die darin besteht, in einer Zeit explosionsartigen Wachstums die Funktionsfähigkeit des Internet zu erhalten. Während in den 80er Jahren das Internet zumeist von technikversierten Forschern und Wissenschaftlern genutzt wurde, dient es seit Beginn der 90er-Jahre zunehmend auch privaten und kommerziellen Zwecken. Es wird nun auch von Menschen genutzt, die nur ein geringes Vorverständnis für die technischen Grundlagen des Netzverbands mitbringen, was u.U. zu ungewolltem Fehlverhalten führt: „Ein grundsätzliches Problem bei verteilten Systemen ist (...), daß Benutzer kein oder nur ein verschwommenes Bild dessen haben, was für Konsequenzen lokal initiierte Aktionen im Gesamtkontext des Systems haben.“ (Hoffmann & Kuhlmann, o.J.). Auch kennen die neu hinzukommenden Netznutzer die Kommunikationsnormen nicht, die sich in den Jahren der gemeinsamen Nutzung herausgebildet haben. Die Vertrautheit mit den „elektronischen Umgangsformen“ (Höflich, 1995) im Netz ist aber wichtig, um in den sog. „elektronischen Gemeinschaften“ des Internet anerkannt und geschätzt zu werden. Die Verfasserinnen und Verfasser von Netiketten möchten Internet-Neulinge (sog. „Newbies“) den Einstieg erleichtern, sie vor Fehlverhalten warnen und dadurch nicht zuletzt den reibungslosen Ablauf der Netzkommunikation gewährleisten. In Zeiten, in denen das Internet zunehmend kommerzialisiert und inhaltlich trivialisiert wird, sollen mit den Netiketten außerdem die Werte bewahrt werden, die sich in den ‚Gründerjahren‘ des Internet etabliert haben: freie Meinungsäußerung, Selbstverantwortung, Aufgeschlossenheit und Gesprächsbereitschaft, kostenloser Austausch von Wissen und Ressourcen und kulturübergreifende Kommunikation (vgl. Hoffmann & Kuhlmann, o.J.; Sandbothe, o.J.).

Auch wenn die Ur-Netikette aus einer universitären Nutzungsvereinbarung hervorgegangen ist und auch heute noch vielen Nutzungsvereinbarungen eine Netikette beigelegt wird, haben die in ihnen formulierten Verhaltensregeln nicht den Charakter gesetzten Rechts. Hoffmann und Kuhlmann (o.J.) charakterisieren ihren Status zutreffend als den „kulturell verankerter Regeln des Benehmens“, die „weder durch demokratische Verfahren der Entscheidungsfindung legitimiert“ sind „noch durch Androhung exekutiver Maßnahmen durchgesetzt“ werden. Netiketten setzen explizit auf Selbstverantwortung, Einsicht und Selbstorganisation bei der Durchsetzung der in ihnen kodifizierten Normen. Ob dies auf Dauer erfolgreich sein wird, muß sich zeigen. Für die Zukunft prognostizieren Beck und Vowe (1997) eine zunehmende Einflußnahme von staatlicher Seite und durch kommerzielle Provider, zumindest was den Umgang mit den Netzressourcen betrifft. In jedem Fall ist die Existenz der Netiketten ein Indiz dafür, daß viele Nutzer das Internet nicht nur als weiteres Kommunikationsmittel, als eine Alternative zu Telefon oder Fax beispielsweise, begreifen, sondern als Heimat virtueller Gemeinschaften, die nach Sandbothe (o.J.) „neue transnationale Gesellschaftsformen“ bilden und sich „transgeographische Lebensräume“ erschlie-

Ben. Indem Netiketten Erfahrungen tradieren, die in der Praxis gemeinsamer Techniknutzung gesammelt wurden, geben die darin verschriftlichten Kommunikationsnormen auch Aufschluss über den „kommunikativen sozialen Stil“ (i.S.v. Kallmeyer, 1995), der für die Kommunikationsdienste des Internet charakteristisch ist. Netiketten sind Dokumente, an denen sich vergangene und künftige Entwicklungen dieses kommunikativen Stils nachzeichnen lassen. Die Entwicklung der Ur-Netikette von Rinaldi, die neu aufgenommenen Themen, die fallengelassenen oder veränderten Ratschläge reflektieren die Veränderungen in der Internet-Kommunikation ebenso wie das Auftauchen spezialisierter Netiketten für die kommerzielle Internet-Nutzung (z.B. die Business Netiquette International, Pearce, 1996).

Im folgenden möchten wir anhand der Netiketten zur elektronischen Post einige Aspekte herausarbeiten, die wir aus sprach- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive für interessant halten. Da die untersuchten Dokumente größtenteils nur im Netz zugänglich sind und auch dort rezipiert werden sollten, haben wir eine umfassende Materialsammlung und eine Linkliste zum Thema unter <http://www.ids-mannheim.de/grammis/netiketten/> online publiziert. Mit dem Kürzel (→ online) verweisen wir im Text auf diese Materialsammlung im WWW. Anhand der Analyse der Netiketten läßt sich zeigen, welchen besonderen Bedingungen das Medium Sprache im ‚Kommunikationsraum‘ des Internet unterliegt, welche Probleme bei der Netzkommunikation auftreten und welches Maß an Regulierung erforderlich ist.

2 Elektronische Post und ihre Anwendungsbereiche

E-Mail ist einer der ältesten und immer noch am häufigsten genutzten Kommunikationsdienste des Internet. ‚E-Mail‘ bezeichnet im Deutschen sowohl den Dienst als solchen (im weiteren ‚E-Post‘) als auch die Dokumente, die von diesem Dienst befördert werden (im weiteren ‚E-Briefe‘). Es gibt bereits interessante Untersuchungen zur E-Post als Kommunikationsmedium in verschiedenen Handlungszusammenhängen (z.B. Janich, 1994; Scholl, Pelz & Rade, 1996; Baldry, 1995, 1996); die Eigenschaften von E-Briefen sind unter linguistischer, stilistischer und medienvergleichender Perspektive untersucht und beschrieben (vgl. für das Deutsche z.B. Feldweg, Kibiger & Thielen, 1995; Günther & Wyss, 1996; Hess-Lüttich, 1997; Hau, 1997). Wir beschränken uns im folgenden auf die Aspekte, die für das Verständnis der Netiketten-Regeln wichtig sind.

Zentral für die unten genannten Regeln sind drei Funktionen, die in den meisten Mail-Programmen angelegt sind:

- Die ‚reply‘-Funktion generiert einen E-Brief mit der E-Post-Adresse des Absenders und einer entsprechender Betreff-Zeile. Dabei kann eine Kopie des erhaltenen Brieffextes angelegt werden, die durch bestimmte Zeichen, meist ein ‚>‘ am Zeilenanfang markiert ist; man spricht hier von ‚Zitieren‘ bzw. ‚Zitaten‘. Zitate sind zeitsparend, da die im Brief angesprochenen Anliegen nicht mehr reformuliert werden müssen, sondern direkt beantwortet

werden können. Da die Zitierfunktion rekursiv anwendbar ist, kann die wechselseitige Aushandlung eines Themas über mehrere E-Briefe hinweg festgehalten werden kann.

- Die ‚forward‘-Funktion ermöglicht es, einen E-Brief unkompliziert an eine andere E-Post-Adresse weiterzuleiten, wobei dieser vorher gekürzt, verändert oder kommentiert werden kann.
- Die ‚signature‘-Funktion fügt automatisch an das Ende jedes E-Briefs einen Textbaustein, der von einer einfachen Adressangabe bis hin zu aufwendig gestalteten ASCII-Gemälden alles enthalten kann.

Elektronische Post als Kommunikationsmedium ist äußerst vielseitig. Ausgehend von der in Brinker (1988) eingeführten Differenzierung in private, offizielle und öffentliche Handlungsbereiche können folgende Nutzungszwecke unterschieden werden:

Die elektronische Post befördert private und offizielle E-Briefe an Adressaten, die über eine E-Post-Adresse identifiziert werden. E-Post kann als Alternative zum Brief, zum Fax oder zum Telefon genutzt werden. Je häufiger ein Austausch von Mitteilungen stattfindet, je mehr E-Post-Kommunikation für den einzelnen anfällt und je vertrauter der Umgang mit dem E-Briefpartner ist, desto mehr unterscheidet sich der E-Brief vom traditionellen Brief und zeigt eigene Textsortenmerkmale, die denen kurzer schriftlicher Notizen oder sogar informeller und mündlicher Kommunikation ähneln (vgl. z.B. Günther & Wyss, 1996).

Ein großer Teil privater und offizieller E-Korrespondenz dürfte immer noch zwischen Personen stattfinden, die auch ‚IRL‘ (‚in real life‘), d.h. in der nicht-virtuellen Welt, miteinander kommunizieren. Seit es WWW-Browser wie Netscape ermöglichen, unter derselben Oberfläche Informationsangebote im WWW abzurufen und den Autoren dieser Angebote einen E-Brief mit Kommentaren, Nachfragen o.ä. zu schicken, nimmt die Kommunikation zwischen Menschen zu, die sich IRL nicht kennen. Dabei treten häufig auch Menschen miteinander in Kontakt, die verschiedenen Kulturkreisen angehören und verschiedene Muttersprachen sprechen, wobei sie sich im allgemeinen des Englischen als Lingua Franca bedienen. Genau für diese im Grunde schwierigen Situationen hat sich im Internet (und dem verwandten Usenet) ein eigenständiger, westlich-amerikanisch geprägter Kommunikationsstil herausgebildet, dessen Normen in den Netiketten formuliert sind.

Neben der privaten und offiziellen Post organisiert die E-Post sog. E-Postverteiler zu bestimmten Themen (engl. ‚mailing lists‘, z.B. die in Linguistenkreisen viel gelesene ‚Linguist List‘), deren Abonnenten regelmäßig E-Briefe erhalten. Wenn die Beiträge zu diesen Diskussionslisten im WWW publiziert und archiviert werden, können sie auch von Nicht-Abonnenten gelesen und beantwortet werden. Ähnlich wie Leserbriefe in Zeitungen sind also E-Briefe von E-Post-Verteilern dem öffentlichen Handlungsbereich zuzurechnen. Im Gegensatz zum ‚traditionellen‘ Leserbrief haben Leser jedoch zwei Optionen, auf den Inhalt öffentlicher E-Briefe zu reagieren: Sie können – im öffentlichen Handlungsbereich bleibend – einen Antwort-E-Brief an den E-Postverteiler schicken, der dann wiederum an alle Abonnenten distribuiert und ggf. im WWW

publiziert wird. Sie können aber auch ein privates Antwortschreiben direkt an die E-Post-Adresse des Autors schicken; eine Option, die bei Anliegen wie Stellenangeboten oder ganz spezifischen Informationsfragen häufig gewählt wird.

Ähnlich wie die E-Postverteiler funktionieren die seit den 80er-Jahren zunehmend genutzten Nachrichtenbretter des Usenet, die zwar aus technischer Perspektive nicht zum Internet gehören (vgl. Toppoist, o.J.; Salzenberg & Spafford, o.J.), die aber die Kommunikationskultur des Internet entscheidend mit geprägt haben. Neben den in unserem Aufsatz besprochenen Regulierungsgegenständen kommen in den Netiketten des Usenet noch weitere Regeln zur Eröffnung neuer Nachrichtenbretter und deren Klassifikation in der Themenhierarchie hinzu, die auf eine eigene kommunikationstheoretisch spannende Entstehungsgeschichte zurückblicken können (vgl. „The breaking of the Backbone Cabal“ in Hoffmann & Kuhlmann, o.J.).

Die in den Netiketten formulierten Empfehlungen beziehen sich vornehmlich auf den offiziellen und den öffentlichen Handlungsbereich, denn hier besteht verstärkt Bedarf nach Regulierung: Es kommunizieren in einem bis dato nicht gekannten Ausmaß Menschen miteinander, die aus verschiedenen Kulturen stammen, sich noch nie von Angesicht zu Angesicht begegnet sind und dies vermutlich auch nie tun werden. Die Kommunikation findet vornehmlich mit Hilfe von schriftlich fixierten E-Briefen statt; es wird spannend sein zu sehen, in welchen Bereichen die gesprochene Voice Mail auf Dauer den geschriebenen E-Brief verdrängt. Die verwendete Technik hat im Vergleich zu den traditionellen Postdiensten einerseits Nachteile: E-Post ist weniger zuverlässig und bietet wenig Schutz vor unliebsamen Mitlesern (s. 3.3). Andererseits birgt sie viele neue Möglichkeiten, deren sinnvoller Einsatz erst erlernt werden muß und deren Komplexität und Störanfälligkeit oft nicht recht eingeschätzt werden kann.

3 Die Netiketten zur elektronischen Post: Typen von Regulierungsgegenständen

Wir haben die Regulierungsgegenstände der Netiketten zur elektronischen Post unter funktionalem Gesichtspunkt in drei Gruppen eingeteilt: Regeln vom Typ Grice, Regeln vom Typ Saussure und Regeln vom Typ Knigge.

3.1 Regeln vom Typ Grice

Linguisten stoßen beim Durchlesen der Netiketten rasch auf Ähnlichkeiten zwischen den dort formulierten Regeln und den in Grice (1975) postulierten Konversationsmaximen. Den Regeln der Netiketten kommt jedoch eine andere Funktion zu als den Griceschen Maximen, die als medien- und sogar kulturübergreifend verstanden werden (vgl. Heringer, 1994) und als solche nicht eigens formuliert werden müssen. Zwar setzen auch Netiketten die Kooperationsbereitschaft der Beteiligten als Grundlage jeglicher Kommunikation voraus. Das In-

ternet erfordert jedoch aufgrund seiner dezentralen, staatenübergreifenden Organisationsform neben dem guten Willen zur Kooperation auch Wissen darüber, wie dieser in konkreten Handlungen bewiesen werden kann. Im folgenden möchten wir zeigen, wie die Griceschen Konversationsmaximen sich in den Empfehlungen der Netiketten wiederfinden und wie sie in diesem Kontext zu interpretieren sind.

„Fasse Dich kurz!“

Vertraut klingende Faustregeln wie „Keep it short.“ (Hyman, 1996) beziehen sich vornehmlich auf die Sorge um Übertragungsgeschwindigkeit und die damit für den Rezipienten verbundenen Kosten: „Most people connect with the Internet via modems that have limited ‚bandwidth‘. Your recipient will appreciate concise messages“ (Hyman, 1996).

Das Bemühen um Klarheit, die der Griceschen Kategorie der Modalität zugrunde liegt, ist erst in zweiter Linie ein Anliegen. Indes wird Kürze sehr präzise definiert: „Over 100 lines is considered long“ (Internet Netiquette, 1996). Wer trotzdem grundlos überlange Texte verfaßt, muß damit rechnen, ignoriert zu werden: „If you want your mail to be read, don't make it too long unless the receiver is expecting a verbose message“ (Internet Netiquette, 1996). ‚Bandwidth‘ allein ist in Zeiten, in denen große Mengen ressourcenintensiver Multimedia-Daten die Infobahn verstopfen, ein überholtes Argument gegen überlange E-Briefe. Es mehren sich in den Netiketten deshalb Hinweise auf die Ressource ‚Zeit‘, die für vielbeschäftigte Internet-Nutzer immer knapper und wertvoller wird: „When you send email or post to a discussion group, you're taking up other people's time (or hoping to). It's your responsibility to ensure that the time they spend reading your posting isn't wasted“ (Shea, 1996).

„Mache Deinen Beitrag so informativ wie (für den gegebenen Gesprächszweck) nötig, aber nicht informativer als nötig!“

Zur Kategorie der Quantität gehören die Regeln, die sich auf den Umgang mit der ‚signature‘-Funktion von Mailprogrammen beziehen. In der Begeisterung über die Möglichkeit, E-Briefe automatisch mit Informationen zur eigenen Person zu ergänzen, diese dann evtl. noch mit einem hübschen ASCII-Gemälde oder einem persönlichen Wahlspruch anzureichern, vergißt so mancher, daß der eigentliche Zweck des E-Briefs in der Übermittlung einer möglichst informativen Nachricht liegt. Der ironische Ratschlag von Brad Templeton alias „Emily Postnews“ zu einer Anfrage von ‚verbose@noisy‘ (→ online) macht dies deutlich: „Dear Verbose: Please try to make your signature as long as you can. It's much more important than your article, of course, so try and have more lines of signature than actual text“ (Templeton, o.J.).

Ebenfalls zu dieser Kategorie gehören Ratschläge für den Einstieg in eine bereits laufende Diskussionsgruppe: Es soll vermieden werden, daß Neulinge Fragen stellen, die bereits hinlänglich beantwortet wurden, oder Themen aufwerfen, die bereits ausgiebig diskutiert worden sind. Um thematische Dopplungen zu vermeiden, existiert deshalb vor allem im Usenet eine eigene Textsorte, die sog.

FAQs (frequently asked questions). Die Rezeption der FAQs wird Einsteigern eindringlich ans Herz gelegt; außerdem wird empfohlen, vor dem ersten eigenen Beitrag eine Weile den Verlauf der aktuellen Diskussionen zu beobachten. Für die Frage, was nun einer laufenden, von einem wechselnden Teilnehmerkreis gestalteten Diskussionsgruppe informativ im Sinne von ‚noch-nicht-gewußt-aber-zum-Thema-gehörig‘ gilt und was nicht, muß sich erst ein Gefühl entwickeln. Unerfahrene Netzbenutzer können jedoch im allgemeinen mit Toleranz rechnen.

„Sei relevant!“

Wie Grice (1975, S. 46) selbst bemerkt, ist die Relevanz eines Beitrags oft schwer zu beurteilen. Daß es in der Internet-Kommunikation vermehrt klare Verstöße gegen die Relevanzmaxime gibt, zeigen jedoch Regeln wie: „Replies such as „I agree“ simply take up space“ (Sondheim, o.J.) „Nachrichten wie „Hallo, hier bin ich“ sind absolut überflüssig“ (Schwichtenberg, o.J.).

Der Rat „Keep paragraphs and messages short and to the point“ (Rinaldi, 1992; 1994; 1996) ist im konkreten Kommunikationszusammenhang oft schwierig umzusetzen. Alle, die längere Zeit ein Nachrichtenbrett gelesen oder einen Postverteiler abonniert haben, werden jedoch Netzteilnehmer kennen, die durch sehr langatmige Beiträge zu bereits hinlänglich ausdiskutierten Themen auffallen. Sie werden im angloamerikanischen Internet-Slang als ‚bozo‘ (die Clownfigur „dummer August“) bezeichnet. Mandel und Van der Leun (1996) charakterisieren Bozos als Netzteilnehmer, „die weiter in die Nacht hinausfaseln, nachdem die Kneipe längst geschlossen hat“ (Mandel und Van der Leun, 1996, S. 248). Der sog. ‚Bozo-Filter‘ bezeichnet entsprechend die Funktion von Mail-Programmen und Newsreadern, Beiträge von unliebsamen Personen vorab herauszufiltern. Vor der Anwendung des Filters gegen Kollegen oder gar Vorgesetzte ist jedoch abzuraten, sofern E-Briefe als anerkanntes Mittel in der innerbetrieblichen Kommunikation eingesetzt werden (vgl. Shea, 1994). Auf Systemverwaltungsebene kann derselbe Effekt über sog. ‚killfiles‘ erzielt werden, die es ermöglichen, nachhaltige Störenfriede aus einer Diskussionsgruppe auszuschließen.

Zur Kategorie der Relation gehört auch die Aufgabe, den eigenen Beitrag in Nachrichtenbrettern und Diskussionslisten in einsichtiger Weise zu vorangegangenen Beiträgen in Bezug zu setzen. Die Zitierfunktion von Mail-Programmen erlaubt es, andere Beiträge ganz oder ausschnittsweise zu kopieren und somit den eigenen Beitrag in den Kontext eines Diskussionsverlaufs einzubetten. Aber wieviel und was soll zitiert werden? Das Dilemma zwischen dem Wunsch nach Kürze und Prägnanz einerseits und dem nach kohärenter Anknüpfung an einen Diskussionsstrang andererseits dokumentieren die folgenden Netiketten-Regeln: „Wenn Sie auf eine Frage oder einen Diskussionsbeitrag antworten, zitieren Sie die Frage, auf die Sie sich beziehen, in Ihrer Antwort, aber löschen Sie alle anderen, nicht unbedingt notwendigen Teile des ursprünglichen Artikels.“ (Partl, o.J.). „Be complete. While the first rule is brevity, the second insures that people

will know what you are talking about. Don't assume they will remember conversations from several days ago (...)“ (Hyman, 1996).

„Sei klar!“

Zur Kategorie der Modalität zählt Grice neben der oben bereits erwähnten Maxime der Kürze auch das Bemühen um Klarheit und Verständlichkeit des Gesagten. Entsprechende Appelle finden sich auch in den Netiketten wieder: „Refrain from surrealism of all sorts which annihilate an almost-dying world of communication. The love of words is not the Word of Love!“ (Sondheim, o.J.). Verpönt ist auch die unnötige Verwendung von Technikslang und „intellektualistischem Sprachstil“ (Schmitz, 1995): „Nicht jeder Satz muß deutlich machen, daß Sie der unübertroffene Experte auf Ihrem Gebiet sind; vermeiden Sie z.B. unnötige Fachbegriffe und Akronyme.“ (Schwichtenberg, o.J.). Die Forderung nach Verständlichkeit wird u.a. begründet durch die Internationalität der Internet-Kommunikation: „Remember the Internet is a global community, and other peoples values and outlook on life may be different to your own. Be tolerant and careful with slang or phrases that may not be understood in another country“ (Internet Netiquette, 1996).

Auch die Mahnung, vorsichtig mit Ironie und Sarkasmus umzugehen, wird mit der multikulturellen Zusammensetzung der ‚Netzgemeinde‘ begründet: „Remember that the recipient is a human being whose culture, language, and humour have different points of reference from your own. Remember that date formats, measurements, and idioms may not travel well. Be especially careful with sarcasm“ (Hambridge, 1995).

Über diesen Mahnungen sollte allerdings nicht vergessen werden, daß Ironie gerade im Internet ein beliebtes und geschätztes Stilmittel ist. Schöne Beispiele im Bereich Netiketten sind die Benimm-Ratschläge von Brad Templeton alias „Emily Postnews“ (Templeton, o.J.; spielt an auf Emily Post (1873-1960), die zahlreiche Benimm-Bücher in englischer Sprache verfaßte und wie der „Knigge“ eine gewisse Sprichwörtlichkeit erlangt hat) und die „Goldenen Regeln für schlechtes HTML-Design“ (Karzauninkat, 1997). Die entsprechende Regel scheint also ein Reflex darauf zu sein, daß ironische Texte tatsächlich häufig nicht als solche verstanden wurden, was natürlich sowohl an den Produzenten ironisch intendierter Texte, als auch an deren Rezipienten liegen kann. Um unnötigen ‚flame wars‘ (s.u.) vorzubeugen, wird empfohlen, ironisches Sprechen durch entsprechende Emoticons deutlich zu machen, wobei dieses Mittel jedoch nicht überstrapaziert werden sollte, da es sich sonst schnell abnutzt: „Use smiles to indicate tone of voice, but use them sparingly“ (Hambridge, 1995).

Ein Umdenken ergab sich bei den Empfehlungen im Umgang mit Abkürzungen. Während Rinaldi in der ersten Netikette 1992 die Verwendung von Abkürzungen uneingeschränkt empfiehlt („abbreviate when possible“), gewichtet sie in späteren Versionen Verständlichkeit vor Kürze: „Acronyms can be used to abbreviate when possible, however messages that are filled with acronyms can be confusing and annoying to the reader“ (Rinaldi, 1994; 1996).

Je schneller die ‚Netzgemeinde‘ wächst, um so größer wird also der Bedarf nach Verständlichkeit.

3.2 Regeln vom Typ Saussure

In der Internet-Kommunikation haben sich über die Jahre hinweg medienspezifische Konventionen für die Verwendung spezieller Zeichen herausgebildet. Die Bedeutung und der Verwendungszweck dieser Zeichen wird in einer Gruppe von Regeln erläutert, die wir als Regeln vom Typ Saussure bezeichnen.

Manche davon versuchen die Beschränkungen des ASCII-Zeichensatzes, die für nicht in englischer Sprache verfaßte E-Briefe erheblich sind (vgl. dazu Zimmer, 1997), zumindest in einigen Punkten in den Griff zu bekommen: So ersetzt der Unterstrich das Anführungszeichen bei erwähnter Rede (z.B. bei Titeln: Quines Aufsatz *Reference and Modality*). Zwei Asterisken umschließen die Wörter im Text, die besonders hervorgehoben werden sollen. Die Großschreibung hingegen – von der man als naiver Netz-Debütant ja auch annehmen könnte, sie sei zur Betonung geeignet – wird als Schreien interpretiert, und Schreien gilt natürlich als unhöflich: „Capitalizing whole words that are not titles is generally termed as SHOUTING!“ (Rinaldi, 1994 ; 1996). Hier zeigt sich bereits das in der Literatur zu E-Mail vieldiskutierte Phänomen, daß E-Briefschreiber das Bedürfnis haben, den von der zeitversetzten, schriftlichen Rede her gegebenen Rahmen zu sprengen und z.B. Mimik, Gestik und Intonation (hier: Lautstärke) mit einzubeziehen. Das Inventar der dafür benutzten Ausdrucksmittel, z.B. Emoticons, und deren semiotischer Status sind in der Literatur zur Internet-Kommunikation schon beschrieben; dasselbe gilt für die internet-spezifischen Abkürzungen (vgl. z.B. Lenke & Schmitz, 1995; Günther & Wyss, 1996; Hess-Lüttich, 1997). Die Netiketten enthalten meist eine Reihe der wichtigsten Abkürzungen, die es den Newbies erleichtern dürften, E-Briefe langjähriger Internet-Nutzer zu verstehen, und deren Verwendung ihnen selbst ein Gefühl von Gruppenzugehörigkeit verschafft.

3.3 Regeln vom Typ Knigge

Unter dem Typ Knigge fassen wir alle Regeln zusammen, die sich auf ethische und moralische Aspekte elektronischer Kommunikation beziehen. Der Sammelbegriff war ursprünglich nur aufgrund seiner Einprägsamkeit gewählt worden – „Knigge“ gewissermaßen als Synonym für gutes Benehmen – zumal im deutschen Sprachraum die Netiketten häufig auch als „Netzknighte“ bezeichnet werden. Bei der Beschäftigung mit dem Text stellten wir allerdings fest, daß zumindest die allgemeinen Grundregeln, die der Freiherr 1790 formulierte (Knigge, 1790: 37-87 und 409), kaum etwas von ihrer Aktualität eingebüßt haben, sondern sich sogar in variierten Form in den über 200 Jahre später für ein völlig anderes Medium formulierten Netiketten wiederfinden. Dies mag um so mehr

erstaunen, als in der ‚virtuellen Welt‘ des Internet im allgemeinen eine sehr moderne, sich bewußt von Altem absetzende Haltung vorherrscht, in die der Regelkatalog des Freiherrn in seiner Sprichwörtlichkeit mit all seinen Konnotationen so gar nicht passen mag. Ein zweiter Aspekt, der Verwunderung hervorrufen könnte: Die Verbindlichkeit des Knigge wird allgemein wohl eher als hoch eingeschätzt, zumindest für die Zeitepoche, in der er verfaßt wurde. Die Autorinnen und Autoren der Netiketten dagegen heben sehr häufig und deutlich den rein informellen Charakter ihrer Regel-Sammlungen hervor. So betonte Arlene Rinaldi ab 1996 auf ihrer Homepage: „I’m NOT Miss Manners of the Internet“ (Rinaldi, 1996). „Miss Manners“ übernimmt im Englischen eine ähnliche Funktion wie „Knigge“: Sie steht für den erhobenen Zeigefinger einer etwas altmodisch-konservativen und restriktiven Auffassung von gutem Benehmen und Anstand. Wie passen die beiden Regelsammlungen zum guten Benehmen nun doch zusammen, zumal sie, wie erste Vergleiche ergaben (→ online), auch auf formaler Ebene einige Übereinstimmungen aufweisen? Es ist wohl anzunehmen, daß beim Verfassen eines Regelkatalogs gewissermaßen automatisch bestimmte Formeln und Formen gewählt werden, die schon vor 200 Jahren zum selben Zweck benutzt wurden. Der Ruf des Freiherrn, antiquiert und nicht mehr auf die heutige Zeit anwendbar zu sein, verdankt sich sicher vor allem seinem speziellen Teil (Knigge, 1790: 88-406), in dem Empfehlungen zu angemessenem Verhalten in bestimmten gesellschaftlichen Konstellationen und Situationen gegeben werden. Die tiefgreifenden gesellschaftlichen Veränderungen der letzten zwei Jahrhunderte haben die Kniggeschen Ausführungen z.B. „Über den Umgang mit Geringern“, oder „Über den Umgang mit Frauenzimmern“ obsolet werden lassen. Im folgenden werden wir versuchen zu zeigen, wie sich in den Netiketten die Knigge-Regeln wiederfinden (→ online: ausführlicher Beispieldkatalog).

„Eigne Dir nicht das Verdienst anderer zu!“

In der digitalen Welt des Internet erhält das Problemfeld ‚geistiges Eigentum‘ eine neue Dimension, da Informationen nicht nur frei zugänglich und problemlos zu kopieren sind, sondern zudem die Möglichkeit besteht, die Dateien beliebig zu verändern und dann das Modifizierte als Eigenes anzupreisen (vgl. Beck & Vowe, 1997). Dementsprechend finden sich in allen Netiketten Regeln zum Thema Copyright. Die „knappe Ressource Kreativität“ (Beck & Vowe, 1997) zu schützen ist auch Anliegen folgender Netiketten-Regel, die alle Netzteilnehmer auffordert, sich nicht nur im Netz wie in einem Wissens-Supermarkt zu bedienen, sondern auch selbst einen Beitrag zu leisten. „Das Netz funktioniert als Wissensbasis um so besser, je mehr Leute ihr Wissen beisteuern. Also frag und lies nicht nur, sondern beantworte auch selbst die Fragen anderer“ (Eigenwillig, 1996). Auch Knigge kritisierte bereits „Menschen, die (...) im geselligen Leben immer nur empfangen, nie geben wollen, die vom übrigen Teile des Publikums amüsiert, unterrichtet, bedient, (...) gefüttert zu werden verlangen, ohne etwas dafür zu leisten“ (Knigge, 1790, S. 50). Virginia Shea unterstreicht den freien Wissensaustausch als wichtige Idee aus der ‚Gründerzeit‘ des Internet, die es zu pflegen und zu bewahren gilt: „The Internet itself was founded and grew because

scientists wanted to share information. Gradually, the rest of us got in on the act. So do your part.(...) Sharing your knowledge is fun. It's a long-time net tradition. And it makes the world a better place“ (Shea, 1996).

Die Bereitstellung von Zugängen zum Internet durch Universitäten hat zwar vielen die Möglichkeit eröffnet, das Netz zu nutzen, birgt aber auch die Gefahr des Mißbrauchs: „Don't use the academic network for commercial or proprietary work“ (Rinaldi, 1992; 1994; 1996).

„Briefwechsel ist schriftlicher Umgang“

Die Gültigkeit mancher Regeln, die für den traditionellen Briefverkehr gelten, scheinen durch den Wechsel des Übertragungsmediums in Frage gestellt zu sein. Ein Mausklick genügt, um einen E-Brief weiterzuleiten (zur ‚forward‘-Funktion s. 2. oben). Regeln wie „It is considered extremely rude to forward personal email (...) without the original author's permission“ (Rinaldi, 1992; 1994) wollen vermeiden, wovor schon Knigge warnte: „Ein einziges hingeschriebenes, unauslöschliches Wort, ein einziges aus Unachtsamkeit liegengelassenes Papier hat manches Menschen Ruhe und oft auch für immer den Frieden einer Familie zerstört“ (Knigge, 1790, S. 56).

Es scheint zum einen die Schnelligkeit des Mediums zu sein, die altbekannte Regeln des zwischenmenschlichen Umgangs vergessen läßt: „(...) something about cyberspace makes it easy to forget that you're interacting with real people – not just ASCII characters on the screen, but live human characters“ (Shea, 1996).

Im Affekt geschriebene E-Briefe können Worte enthalten, die so weder im herkömmlichen Brief noch bei face-to-face-Kommunikation gefallen wären. Der zweite Aspekt, der hier zum Tragen kommt, ist die relative Anonymität, die Kommunikation via Internet kennzeichnet. Zwar warnen Netiketten davor, die wahre Identität hinter einem Pseudonym zu verbergen: „Pseudonyme ermöglichen es auch, Dinge zu sagen und zu tun, die man sich sonst nicht erlauben würde“ (Kaiser, Dessauer & Guelat, o.J.). Doch auch bei Nennung des tatsächlichen Namens bleibt eine gewisse Distanz zwischen den Dialogpartnern, die dazu verführen kann, Grenzen zu überschreiten, die IRL unantastbar wären. Das mag darin begründet sein, daß im Regelfall die Kommunikationspartner keine persönliche Bekanntschaft machen und daher die bei traditioneller face-to-face-Kommunikation gegebene soziale Abfederung wegfällt. Das Ermitteln und Analysieren solcher vermeintlich medienspezifischer Probleme sollte aber auch nicht übertrieben werden: Auch dem Freiherrn von Knigge war vor 200 Jahren schon bekannt, daß die zeitversetzte, durch Schrift vermittelte Kommunikation Schwierigkeiten mit sich bringt: „Vorsichtigkeit ist im Schreiben noch weit dringender als im Reden zu empfehlen“ (Knigge, 1790: 55).

Tatsache ist jedoch, daß sich in vielen Bereichen der Internet-Kommunikation ein barscher und rüder Umgangston eingebürgert hat. Das ‚Flaming‘, so der ‚Fachausdruck‘ für verbale Attacken und emotionale Ausbrüche im Internet, wird zwar bis zu einem bestimmten Grad toleriert und sogar als amüsant empfunden. Die Netiketten empfehlen jedoch, der Aggression die Spitze zu nehmen,

z.B. durch Emoticons (s. Typ Saussure) oder durch die Markierung FLAME ON/FLAME OFF, die um die schwierige Passage gesetzt wird. Ein Beispiel: „FLAME ON: This type of argument is not worth the bandwidth it takes to send it. It's illogical and poorly reasoned. The rest of the world agrees with me. FLAME OFF“ (Hambridge, 1995). Durch diese selbstironisierende Sprechaktmarkierung kann der aufgebracht Autor seinem Unmut Ausdruck verleihen, ohne für alle Zeiten als Hitzkopf zu gelten: „When you really want to run off at the keyboard – but you want your readers to know that you're not expressing yourself in your usual measured, reasoned manner – you need to let them know that you know that you're flaming“ (Shea, 1996). Besonders streitlustige Nutzer verweist sie an spezielle Flaming-Newsgrups, deren Teilnehmer sich nach Herzenslust gegenseitig anpöbeln dürfen. Interessanterweise haben aber auch diese Newgroups eigene Netiketten, die wiederum Regeln für das Flaming aufstellen. Am Beispiel des Flaming zeigt sich, wie nach Lösungen gesucht wird, um den für das Internet typischen direkten und konfrontativen Kommunikationsstil zu wahren, ohne den Informations- und Meinungs austausch durch endlose ‚Flame-Wars‘ zum Erliegen zu bringen.

Virginia Shea hat eine Flame-Typologie zusammengestellt, die zeigt, daß das Flaming im Laufe der Entwicklung der Netzkommunikation regelrecht kultiviert wurde. Ein zentraler Wert ist die wechselseitige Toleranz. Die beiden Knigge-Regeln „Sei vorsichtig in Tadel und Widerspruch!“ und „Lerne Widerspruch ertragen!“ (Knigge, 1790, S. 409) kommen auch im neuen Medium zur Geltung: „Be conservative in what you send and liberal in what you receive“ (Hambridge, 1995).

„Seien Sie tolerant gegenüber Mängeln eines Partners: z.B. bezüglich Rechtschreibung, Grammatik, Ausdruck oder Mail-Gewohnheiten. Reiben Sie ihm Fehler nicht unter die Nase“ (Schwichtenberg, o.J.). Die Toleranzgrenze der Netzgemeinde ist allerdings dort erreicht, wo ungebetene Briefe die E-Briefkästen ‚zumüllen‘: „Never send chain letters via electronic mail. Chain letters are forbidden on the Internet. Your network privileges will be revoked. Notify your local system administrator if you ever receive one“ (Hambridge, 1995).

Im Sinne des Kniggeschen „Wo man sich zur Freude sammelt, da rede nicht von Geschäften!“ (Knigge, 1790, S. 409) sind vor allem Werbesendungen, die in Newsgruppen oder gar im eigenen E-Briefkasten landen, verpönt. Das Senden von ‚electronic junk mail‘ wird nach einem Monty Python Song mit „to spam“ bezeichnet (PC Webopedia, 1996). Zwar werden alle Arten von ungebetenen, mehrfachadressierten E-Briefen so betitelt, es handelt sich dabei aber vor allem um Briefe, die entweder ein Produkt oder eine politische Meinung verkaufen wollen und die an eine oder mehrere Newsgruppen gesendet werden. Als Gegenmaßnahme stehen den betroffenen Gruppen so wirkungsvolle Methoden wie Mailbomben zur Verfügung: Eine des Spammings überführte Adresse wird mit E-Briefen bombardiert, so daß der Übeltäter am eigenen Leib erfährt, wie unangenehm es ist, sich von ungebetener Post überhäuft zu sehen.

„Suche Gegenwart des Geistes zu haben!“

Nicht nur Neulinge schätzen oftmals die Gefahren der Kommunikation im ‚virtuellen Raum‘ falsch ein. Auch viele erfahrenere Nutzer fallen einem falschen Verständnis von ‚anything goes‘ zum Opfer: „Nachdem sie eine Weile im Netz gewesen sind, machen manche Leute einen großen Fehler. Weil das Netz eine freie und offene Kommunikationsszene ist, meinen sie, daß keiner guckt. Das ist ein Riesenfehler“ (Mandel & Van der Leun, 1996, S. 250).

Und wie z.B. 1994 mit einem Drohbrief an Bill Clinton geschehen (Mandel & Van der Leun, 1996, S. 250) werden Grenzen überschritten, die man wohl gemieden hätte, wäre man dem Rat Knigges gefolgt, „nur eine Minute still zu schweigen und der Überlegung Zeit zu lassen (...)“ (Knigge, 1790, S. 42). Vermutlich ist es die vielbeschworene Schnelligkeit des Mediums, die unüberlegten Handlungen Vorschub leistet. Mandel und Van der Leun (1996) warnen zu Recht davor, den lockeren und ruppigen Stil, der in vielen Teilen des Netzes herrscht, unreflektiert zu übernehmen, denn „die virtuelle Realität hat die Angewohnheit, unerwartet bei einem anzuklopfen“ (Mandel & Van der Leun, 1996, S. 250).

Eine eindringliche Warnung betrifft die Tatsache, daß nicht-verschlüsselte E-Briefe nur schlecht vor unliebsamen Mitlesern geschützt sind. „Berücksichtigen Sie bei wichtigen Angelegenheiten, daß E-Mailing nicht für vertrauliche Kommunikation geeignet ist: Solche Informationen sollten Sie nur verschlüsselt übertragen, da viele mitlesen können“ (Schwichtenberg, o.J.). Gerade den wenig technikversierten E-Postbenutzern ist oft nicht klar, wie wenig geschützt Daten vor allem im universitären Umfeld sind und wie einfach E-Briefe von Systemverwaltern und damit ggf. auch deren Freunden und Vorgesetzten gelesen werden können. Auch wenn solche Übergriffe selten sind, kann es nicht schaden, E-Briefe nach der Maxime „Never put in a mail message anything you would not put on a postcard“ (Hambridge, 1995) zu verfassen.

Die Regeln, die wir dem Typ Knigge zugeordnet haben, bringen die Wertvorstellungen der ‚Internet-Gemeinde‘ deutlich zum Ausdruck: die freie Meinungsäußerung, den kostenlosen Austausch von Informationen und anderen Ressourcen sowie die Toleranz gegenüber abweichenden Meinungen und Randgruppen. Netiketten setzen auf Selbstverantwortlichkeit, auf Einsicht und Kooperationswillen der Beteiligten und auf die Möglichkeit, grobe Verstöße gegen die Netikette durch netzinterne Maßnahmen zu sanktionieren. Beispiele für die erfolgreiche Ahndung von Netzmißbrauch – z.B. die in Hoffmann und Kuhlmann (o.J.) und Hau (1997) beschriebenen Fälle – stärken das Gefühl der Internet-Nutzer, Mitglieder einer Gemeinschaft mit einer eigenständigen Kultur zu sein, die es gegen Kommerz und staatliche Regulierung zu verteidigen gilt.

Literatur

Die angegebenen URLs wurden im März 1998 verifiziert. Wir bemühen uns, möglichst alle zitierten Dokumente zu archivieren (→ online: Archiv), so daß sie

trotz möglicher Änderungen oder Wegfallen der ursprünglichen URLs eingesehen werden können.

- Babiak, U. (1995). FBI-Manual – Netiquette – Der Netz-„Knigge“. <http://www.fbi.fh-koeln.de/hilfe/manual/biman14.htm>
- Baldry, T. (1995). *Substitutionsbeziehungen zwischen traditionellen Briefdiensten und neuen Formen der Telekommunikation*. Diskussionsbeiträge des wissenschaftlichen Instituts für Kommunikationsdienste 149. Bad Honnef.
- Baldry, T. (1996). *Substitution der Briefpost durch elektronische Medien in privaten Haushalten*. Diskussionsbeiträge des wissenschaftlichen Instituts für Kommunikationsdienste 161. Bad Honnef.
- Beck, K. & Vowe, G. (1997). Markt, Staat oder Gemeinschaft. Zur Regulierung internationaler computervermittelter Kommunikation. <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/eco/6091/1.html>
- Brinker, K. (1988). Bedingungen der Textualität. Zu Ergebnissen textlinguistischer Forschung und ihren Konsequenzen für die Textproduktion. *Der Deutschunterricht*, 40, 6-18.
- Eigenwillig, A. (1996). Netiquette für die schule.*-Newsgruppen. <http://mvmhp64.ciw.uni-karlsruhe.de/kopien/schule-netiquette.html>
- Feldweg, H., Kibiger, R. & Thielen, C. (1995). Zum Sprachgebrauch in deutschen Newsgruppen. *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie*, 50, 143-154.
- FidoNet (1997). Read.Me BBS: FidoNet Regeln. <http://www.trionet.de/~readme/4regeln.htm>
- Grice, H.P. (1975). Logic and conversation. In P. Cole & J.L. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics Vol. 3: Speech Acts* (pp. 41-58). New York: Academic Press.
- Günther, U. & Wyss, E.L. (1996). E-Mail-Briefe – eine neue Textsorte zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit. In E.W.B. Hess-Lüttich, W. Holly & U. Püschel (Eds.), *Textstrukturen im Medienwandel* (pp. 61-86). Frankfurt a. M.: Lang.
- Hambridge, S. (1995). Netiquette guidelines. http://www.vision.net.au/main/new_users/new-users/rfc1855.txt
- Hau, T. (1997): *Stilregeln. Ihre Bedeutung für die Kommunikation per E-Mail*. Unveröffentlichte Magisterarbeit. Saarbrücken. Fachbereich 8.1. Germanistik der Universität des Saarlandes.
- Heringer, H.J. (1994). Gricesche Maximen und interkulturelle Kommunikation. *Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht*, 74, 40-49.
- Hess-Lüttich, E.W.B. (1997). E-Epistolographie: Briefkultur im Medienwandel. In A. Hepp & R. Winter (Eds.), *Kultur – Medien – Macht: Cultural Studies und Medienanalyse* (pp. 225-246). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hoffmann, G. & Kuhlmann, D. (o.J.). Regulierung und Selbstregulierung im Internet. Netiquette, Nutzungsregeln, Rechtsvorschriften, Verträge. <http://www.prz.tu-berlin.de/~derek/internet/>
- Höflich, J.R. (1995). Vom dispersen Publikum zu elektronischen Gemeinschaften. *Rundfunk und Fernsehen*, 43, 518-537.
- Hyman, R.A. (1996). The ins and outs of netiquette. Online. <http://www.peak-computing.com/96/mar/01/feature.html>
- Internet Netiquette (1996). Albury Local Internet & Vision Net Services Netiquette. http://www.vision.net.au/main/new_users/new-users/netiquet.htm
- Janich, N. (1994). Electronic Mail, eine betriebsinterne Kommunikationsform. *Muttersprache*, 104, 248-259.
- Kaiser, C., Dessauer, U., Guelat, P. (o.J.). Internet: kurz und fündig – Die Netiquette. <http://www.rtb-nord.uni-hannover.de/buecher/inet/all-inet-a3.html>

- Kallmeyer, W. (1995). Zur Darstellung von kommunikativem sozialem Stil in soziolinguistischen Gruppenporträts. In I. Keim (Ed.), *Kommunikation in der Stadt. Teil 3: Kommunikative Stilistik einer sozialen Welt ‚kleiner Leute‘ in der Mannheimer Innenstadt* (pp. 1-25). Berlin: de Gruyter.
- Karzauninkat, S. (1997). Die Goldenen Regeln für schlechtes HTML-Design. <http://www.karzauninkat.com/Goldhtml/>
- Knigge, F.v. (1790). *Über den Umgang mit Menschen*. Nachdruck 1977. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Lenke, N. & Schmitz, P. (1995). Geschwätz im 'Globalen Dorf' – Kommunikation im Internet. *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie*, 50, 117-141.
- Linguist List. <http://www.sfs.nphil.uni-tuebingen.de/linguist/>
- Mandel, T. & Van der Leun, G. (1996). Die Zwölf Gebote des Cyberspace. In S. Bollmann & C. Heilbach (Eds.), *Kursbuch Internet* (pp. 246-253). Mannheim: Bollmann.
- Partl, H. (o.J.). Netiquette – fuer die Menschen im Usenet. <http://si.kom.tuwien.ac.at/Newbies/newsd2.html>
- PC Webopedia (1996). <http://www.pcwebopedia.com/>
- Pearce, F. (1996). Business netiquette international. <http://www.wp.com/fredfish/Netiq.html>
- Reiser, C. (1995). NetzMayer. <http://www.ping.at/guides/netmayer/netmayer.html>
- Rinaldi, A.H. (1992). The net user guidelines and netiquette. (online: Archiv).
- Rinaldi, A.H. (1994). The net user guidelines and netiquette. <http://www.rdc.com.au/rdc/netiquette.html>
- Rinaldi, A.H. (1996). The net user guidelines and netiquette. <http://www.fau.edu/rinaldi/netiquette.html>
- Salzenberg, C. & Spafford, G. (o.J.). What Usenet is not. <http://www.handshake.de/infobase/netze/internet/t172.htm>
- Sandbothe, M. (o.J.). Medienethik im Zeitalter des Internet. <http://www.uni-magdeburg.de/~iphi/ms/ethik.html>
- Schmitz, U. (1995). Intellektuelles Geschwätz. Intellektualistischer Sprachstil als erfolgreich scheiternde Einrichtung zur Erzeugung von Übersinn. In W. Grosser, J. Hogg & K. Hubmayer (1995) (Ed.): *Style: Literary and Non-Literary. Contemporary Trends in Cultural Stylistics*, (319-339).
- Scholl, W., Pelz, J. & Rade, J. (1996). *Computervermittelte Kommunikation in der Wissenschaft*. Münster: Waxmann.
- Schwichtenberg, G. (o.J.). EMail-Netiquette. <http://www.uni-dortmund.de/HRZ/docs/EMail-Netiquette.html>
- Shea, V. (1994). Netiquette. San Francisco. <http://www.albion.com/netiquette/book/>
- Shea, V. (1996). The core rules of netiquette. <http://www.albion.com/netiquette/corerules.html>
- SoliNet (1995). Netikette des SoliNet. <http://www.dfx.de/solinet/sn-net.htm>
- Sondheim, A. (o.J.). CYBERCULTURE – „Netiquette“. (→ online: Archiv)
- Templeton, B. (o.J.). Dear Emily Postnews. <http://www.clari.net/brad/emily.html>
- Toppont, K. (o.J.). Was ist das Usenet. <http://www.handshake.de/infobase/netze/internet/t170.htm>
- Z-Netz (1994). Netikette für das Z-Netz. <http://www.handshake.de/infobase/netze/znetz/t143.htm>
- Zimmer, D.E. (1997). Schöne Gruse aus dem Netz. In D.E. Zimmer (Ed.), *Deutsch und anders. Die Sprache im Modernisierungsfieber* (pp. 272-296). Reinbek: Rowohlt.