

Abschlussbericht zum Projekt

Praktiken des onlinegestützten Netzwerkers – Stellenwert und Konsequenzen von „social software“
für die Strukturierung interpersonaler Kommunikation

1. Allgemeine Angaben

DFG-Geschäftszeichen: SCHM 2359/1-1

Antragsteller:

Dr. Jan-Hinrik Schmidt

Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“

Otto-Friedrich-Universität Bamberg

An der Universität 9/501

96045 Bamberg

Neue Kontaktadresse

Hans-Bredow-Institut

Warburgstr. 8-10

20354 Hamburg

Thema des Projekts: Das Projekt untersucht am Beispiel von „Social Software“-Anwendungen Formen und Konsequenzen von Praktiken des onlinegestützten Netzwerkers.

Berichtszeitraum und Förderungszeitraum: 1.10.2005 – 31.12.2007

Liste der Publikationen aus diesem Projekt (Die meisten Publikationen stehen als Pre- oder Postprint zur Verfügung; siehe <http://www.schmidtmitdete.de/lebenslauf-aktivitaten-publikationen/postdoc-projekt>)

1. Guenther, Tina/Schmidt, Jan (2008): „Wissenstypen im „Web 2.0“ – eine wissenssoziologische Deutung von Prodnutzung im Internet.“ In: Willems, Herbert (Hrsg.): Weltweite Welten. Internet-Figurationen aus wissenssoziologischer Perspektive. Wiesbaden: VS Verlag. S. 167-188.
2. Renz, Florian (2007): Praktiken des Social Networking. Eine kommunikationssoziologische Studie zum online-basierten Netzwerken am Beispiel von openBC (XING). Boizenburg: Verlag Werner Hülsbusch.
3. Schmidt, Jan (2006): „Social Software: Onlinegestütztes Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement“. In: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen, Nr. 2, 2006. S. 37-46.
4. Schmidt, Jan (2006): „Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie“. Konstanz: UVK.
5. Schmidt, Jan (2007): „Social Software als Gegenstand und Werkzeug der Online-Forschung.“ In: Welker, Martin / Wenzel, Olaf (Hrsg.): Online-Forschung 2007: Grundlagen und Fallstudien. Neue Schriften zur Online-Forschung Band 1. Köln: Herbert von Halem. S. 251-272.
6. Schmidt, Jan (2007): „Blogging Practices: An analytical framework.“ In: Journal of Computer-Mediated Communication, Jg. 12, Nr. 4. 2007. Online-Publikation: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/schmidt.html>
7. Schmidt, Jan (2007): „Potenziale von Social Software für Bildungsportale.“ In: Gaiser, Birgit/Hesse, Friedrich W./Lütke-Entrup, Monika (Hrsg.): Bildungsportale – Potenziale und Perspektiven netzbasierter Bildungsressourcen. München: Oldenbourg. S. 219-233.
8. Schmidt, Jan (2007): „Social Software: Facilitating information-, identity- and relationship management“. In: Burg, Thomas N. / Jan Schmidt (Eds.) „BlogTalks reloaded“. Norderstedt: Books on Demand. S. 31-49.
9. Schmidt, Jan (2007): „Stabilität und Wandel von Weblog-Praktiken: Erste empirische Befunde.“ In: Kimpeler, Simone/Michael Mangold/Wolfgang Schweiger (Hrsg.): Die digitale Herausforderung. Zehn Jahre Forschung zur computervermittelten Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag. S.51-60.
10. Schmidt, Jan (2008): „Geschlechtsunterschiede in der deutschsprachigen Blogosphäre.“ In: Alpar, Paul / Steffen Blaschke (Hrsg.): Web 2.0 – Eine empirische Bestandsaufnahme. Göttingen: Vieweg. S. 75-86

11. Schmidt, Jan (2008): „Was ist neu am Social Web? Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen.“ In: Zerfaß, Ansgar / Martin Welker / Jan Schmidt (Hrsg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 1: Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum. Köln: Herbert van Halem. S. 18-40.
12. Schmidt, Jan (2008): „Weblogs in Unternehmen.“ In: Hass, Berthold/Gianfranco Walsh/Thomas Kilian (Hrsg.): Web 2.0: Neue Perspektiven für Marketing und Medien. Berlin: Springer. S. 121-136.
13. Schmidt, Jan (2008): „Zu Form und Bestimmungsfaktoren weblogbasierter Netzwerke. Das Beispiel twoday.net“ In: Stegbauer, Christian / Jäckel, Michael (Hrsg.): Social Software. Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden: VS Verlag. S. 71-93.
14. Schmidt, Jan (im Druck): „Weblogs: Formen und Konsequenzen ihrer Nutzung.“ In: Moraldo, Sandro (Hrsg.): Internet.kom. Neue Sprach- und Kommunikationsformen im World Wide Web. Rom: Aracne Editrice.
15. Schmidt, Jan/Mayer, Florian L. (2007): „Wer nutzt Weblogs für kollaborative Lern- und Wissensprozesse? Ergebnisse der Befragung ‘Wie ich blogge?!’ 2005“ In: Dittler, Ulrich / Michael Kindt / Christine Schwarz (Hrsg.): Online-Communities als soziale Systeme. Münster: Waxmann. S. 61-80.
16. Schmidt, Jan/Pellegrini, Tassilo (im Druck): „Das Social Semantic Web aus kommunikationssoziologischer Perspektive.“ In: Blumauer, Andreas / Tassilo Pellegrini (Hrsg.): Social Semantic Web. Berlin: Springer.
17. Wied, Kristina/Schmidt, Jan (im Druck): „Weblogs und Qualitätssicherung. Zu Potenzialen weblogbasierter Kritik im Journalismus.“ In: Quandt, Thorsten/Wolfgang Schweiger (Hrsg.): Journalismus online: Partizipation oder Profession? Wiesbaden: VS Verlag.

Derzeit befinden sich noch in Vorbereitung:

18. Aufsatz zur Fallstudie „Prüfungsgeil“
19. Aufsatz zur Fallstudie „Siemens-interne Blogosphäre“
20. Monographie mit einer zusammenfassenden Darstellung der Projektergebnisse (Arbeitstitel: „Das neue Netz?!“)

Folgende Arbeitspapiere sind in der Reihe „Berichte der Forschungsstelle Neue Kommunikationsmedien“ erschienen:

21. Schmidt, Jan (2005): „Der Einfluß von Weblogs auf Ankündigung und Rücklauf onlinebasierter Befragungen“ Nr. 05-02.
22. Schmidt, Jan (2007): „Blogging practices in the german-speaking blogosphere. Empirical findings from the ‘Wie ich blogge?!’-survey“ Nr. 07-02.
23. Schmidt, Jan/Mayer, Florian L (2006): „Wer nutzt Weblogs für kollaborative Lern- und Wissensprozesse? Ergebnisse der Befragung ‘Wie ich blogge?!’“ Nr. 06-02.
24. Schmidt, Jan/Paetzolt, Matthias/Wilbers, Martin (2006): „Stabilität und Dynamik von Weblog-Praktiken? Ergebnisse der Nachbefragung zur ‘Wie ich blogge?!’-Umfrage.“ Nr. 06-03.
25. Schmidt, Jan/Wilbers, Martin/Paetzolt, Matthias (2006): „Use of and satisfaction with blogging software. Empirical findings for the german-speaking blogosphere.“ Nr. 06-04.
26. Schmidt, Jan/Wilbers, Martin: (2006): „Wie ich blogge?! Erste Ergebnisse der Weblogbefragung 2005“ Nr. 06-01.

Während der Projektlaufzeit wurden darüber hinaus etwa 30 Vorträge gehalten bzw. Beiträge zu Podiumsdiskussionen o.ä. geliefert, die sich mit Fragestellungen und Ergebnissen aus dem Projekt befassen. Zudem wurden zahlreiche Interviews und Einschätzungen zu Entwicklungen aus dem Onlinebereich gegeben, die sich in Presse- (u.a. Brigitte, dpa, Focus, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Manager-Magazin, Profil, SZ Wissen, Tomorrow), Radio- (u.a. Bayerischer Rundfunk, Deutschlandradio, Radio Fritz) sowie Fernsehbeiträgen (3Sat „Kulturzeit“) niederschlugen.

2. Arbeits- und Ergebnisbericht

2.1 Ausgangsfragen und Zielsetzung des Projekts

Aufgabe des Projekts war, Entstehen, Form und Konsequenzen des onlinegestützten Netzwerkes zu untersuchen. Damit sollte zum einen kommunikationswissenschaftliches Grundlagenwissen in einem höchst dynamischen Forschungsfeld gesammelt und zum Verständnis der Institutionalisierung computervermittelter Kommunikation beigetragen werden, zum anderen diese Forschung an andere sozialwissenschaftliche Diskursstränge anschlußfähig gemacht werden.

Das Forschungsvorhaben ging von der Annahme aus, dass die individuelle Aneignung technischer Anwendungen Strukturierungsprozesse anstößt, die wiederum die situative Nutzung rahmen. Untersuchungsgegenstand waren im Speziellen die Nutzungspraktiken von Weblogs und Kontaktplattformen, die das Knüpfen und Erhalten von sozialen Beziehungen zum Thema haben, sowie die aus ihnen hervorgehenden Strukturen, also insbesondere soziale und hypertextuelle Netzwerke sowie sich verfestigende Routinen, Konventionen und Erwartungen. Das Forschungsdesign sah vor, zwei Kontexte des Netzwerkes (beruflich vs. privat) sowie zwei technische Anwendungen (Weblogs vs. Kontaktplattformen) fallstudienhaft zu untersuchen.

2.2 Verlauf des Projekts

Beantragung und Start des Projekts fielen in die Zeit, als sich ein Schlüsselbegriff der aktuellen Internetentwicklung gerade durchzusetzen begann: „Web 2.0“. Von Anfang an befand sich daher das Forschungsvorhaben in einem sehr dynamischen Umfeld, das von fortdauernden technischen Innovationen, rasant steigenden Nutzerzahlen sowie einem regen öffentlichen Diskurs über wirtschaftliche und gesellschaftliche Folgen des gegenwärtigen Internets geprägt war. Dieser Umstand hatte für das Projekt insbesondere zwei Konsequenzen

1. Die Forschungsarbeiten stießen von Anfang an auf lebhaftes Interesse in der akademischen Community sowie der breiteren Öffentlichkeit. Ergebnisse früher Fallstudien, insbesondere zu Weblogs, beeinflussten die öffentliche Wahrnehmung dieses neuen Medienformats.
2. Im Untersuchungszeitraum entstanden eine Reihe von neuen Angeboten, die im Forschungsantrag noch nicht berücksichtigt werden konnten. Dies hatte Auswirkungen auf die Auswahl der Partner für die Fallstudien. Eine Übersicht der vier Fallstudien, die sich aus dem Untersuchungsdesign ergaben, findet sich in Tabelle 1.

Für die Untersuchungen des privaten Einsatzes von Social Software konnte wie gewünscht mit den Betreibern einer Weblog- sowie einer Kontaktplattform kooperiert werden. Diese standen für leitfadengestützte Interviews zur Verfügung, ermöglichten den Zugang zu den Nutzern, um eine onlinebasierte Befragung durchzuführen, und stellten netzwerkanalytische Kennzahlen zur Verfügung, die mit den Befragungsdaten gekoppelt werden konnten.

Abweichend vom Forschungsantrag konnten dagegen bei den beiden Fallstudien zum beruflichen Einsatz von Social Software keine standardisierten Befragungen und keine Netzwerkanalysen durchgeführt werden. Verantwortlich hierfür scheint insbesondere, dass aus Sicht einer Organisation (Siemens) bzw. eines Betreibers einer Plattform für Business-Networking (XING) die stattfindenden Interaktionen sowie die daraus resultierenden Netzwerke einen hohen geschäftlichen Wert darstellen und daher kein Einblick gewährt werden soll. Im Fall von Siemens ermöglichte die Kooperation mit den Verantwortlichen für die internen Unternehmensweblogs zumindest qualitative Interviews mit ausgewählten Weblognutzern. Im Fall von XING fand keine formelle Kooperation statt, doch über die Plattform selbst konnte Kontakt mit Nutzern hergestellt werden, um leitfadengestützte Interviews zu führen.

Tabelle 1: Übersicht der Fallstudien und Zeitpunkt der Durchführung

	Privat	Beruflich
Weblogs	„Wie ich blogge?!“-Umfrage (2005 und 2006)	
	Twoday.net (2005)	Interne Siemens-Blogosphäre (2007)
Kontaktplattformen	Prüfungsgel.de (2006)	XING (früher: openBC; 2006)

Zudem wurde zu Beginn des Projektzeitraums im Oktober 2005 die onlinegestützte Befragung „Wie ich blogge?!“ (vgl. <http://www.wieichblogge.de>) durchgeführt, die die nach wie vor größte Umfrage unter deutschsprachigen Weblog-Nutzern darstellt (N=5.248). Im Juli und August 2006 fand eine Nachbefragung unter Teilnehmern der ersten Welle statt. Ergebnisse beider Umfragen flossen ebenfalls in die Projektarbeit mit ein. Seit Juni 2007 ist der Datensatz der Umfrage für nicht-kommerzielle (insbesondere wissenschaftliche) Nutzung freigegeben und beim Zentralarchiv für empirische Sozialforschung in Köln hinterlegt. Zwar kann nicht exakt bestimmt werden, wieviele Personen bzw. Forschergruppen bislang weitere Analysen vorgenommen haben, doch aus persönlichen Rückmeldungen ist bekannt, dass eine Reihe von Studierenden und Promovenden unterschiedlicher Universitäten den Datensatz für ihre Abschlusarbeiten verwendet haben.

Eine im Antrag nicht vorgesehene Besonderheit des Projekts bestand darin, Zwischenberichte und Ergebnisse einzelner Untersuchungsschritte genauso wie einschlägige Publikationen und Vorträge fortlaufend im Weblog des Projektleiters (bis September 2007: <http://www.bamberg-gewinnt.de>; danach: <http://www.schmidtmitdete.de>) zu dokumentieren. Die Erfahrungen mit dieser innovativen Form der Außendarstellung waren durchweg positiv, denn das Weblog gestattete Kollegen aus der akademischen Community sowie der interessierten (Netz-)Öffentlichkeit, einen Einblick in die Forschungsarbeiten zu gewinnen. Es stellte dadurch eine Art der Wissenschaftsvermittlung dar, die deutlich schneller und di-

rekter vonstatten gehen konnte als auf den „üblichen“ Wegen der Vorträge und Publikationen, die noch dazu meist auf relativ kleine Publika beschränkt bleiben. Durch Kommentare und Verlinkungen von anderen Webseiten entstanden zudem in vielen Fällen lebhaft Diskussionen, die das Projekt bereicherten. Auch aus methodischer Sicht war das Weblog bedeutsam: Die beschriebene hohe Dynamik des Forschungsfelds erforderte es, in einer Art teilnehmenden Beobachtung an den Entwicklungen zu partizipieren und für Anbieter, Nutzer und Journalisten gleichermaßen sichtbar zu sein. Das Weblog ermöglichte es, einen direkten Kontakt zu den „Forschungsobjekten“ aufzubauen, die eigene Rolle als Wissenschaftler zu reflektieren und diese Überlegungen auch wieder nach außen zu spiegeln (Vgl. auch Nr. 5 der obigen Publikationsliste).

Gegen Ende des Projekts (20. bis 22. September) fand in Bamberg der Forschungsworkshop „Das neue Netz?“ mit etwa 40 Teilnehmern statt, bei dem Ergebnisse des Projekt vorgestellt wurden. Ablauf und Vorträge des Workshops sind unter <http://www.dasneuenetz.de> dokumentiert.

2.3 Zusammenfassung der Ergebnisse

Das Projekt brachte sowohl in theoretisch-konzeptioneller als auch in empirischer Hinsicht neue Erkenntnisse, die im Folgenden zusammengefasst werden. Vorausschickend kann als Ergebnis festgehalten werden, was bei Antragsstellung noch nicht absehbar war: Das Projekt hat die Grundlagen geliefert, um den populären Begriff „Web 2.0“ kommunikationswissenschaftlich kritisieren und einordnen zu können (vgl. aus obiger Literaturliste insbesondere Nr. 11 sowie 3, 8). Die Benennung „2.0“ legt eine tiefgreifende Veränderung des Internets nahe, die in den Einschätzungen von Beratern oder „Evangelisten“ aus der Internetbranche, aber auch der Massenmedien oft als revolutionärer Sprung interpretiert wird, der die Art der Kommunikation und Interaktion im World Wide Web grundlegend verändere. Allerdings blendet diese Position den tatsächlichen Verlauf der Institutionalisierung neuartiger onlinebasierter Anwendungen aus und übersteigert ihre sozialen Folgen, wobei sowohl utopisch-optimistische als auch dystopisch-pessimistische Haltungen vorkommen. Der Blick auf die tatsächliche Diffusion und Aneignung zeigt dagegen, dass bislang nur eine (wenngleich wachsende) Minderheit der deutschen Onliner regelmäßig einschlägige Anwendungen nutzt. Die Nutzungsweisen und Routinen der Menschen verändern sich nicht radikal, wenn neue technische Anwendungen verfügbar sind, sondern weisen vielmehr Kontinuitäten auf bzw. werden schrittweise verändert, wenn beispielsweise Weblogs oder Kontaktplattformen in den Alltag der Internetnutzung eingepasst werden.

Dieser Beobachtung wurde durch ein theoretisches Analysemodell Rechnung getragen, das im Verlauf der Projektarbeit durch die Analysen der einzelnen Fallstudien sowie weiter führende Überlegungen gegenüber der Skizze im Antrag in verschiedenen Punkten verfeinert und erweitert wurde (vgl. Abbildung 1; eine ausführliche Herleitung und Erläuterung findet sich in Nr. 4 oben, knapper in 3, 6). Ausgangspunkt der Analyse bildet die Nutzungsepisode, also der situative Gebrauch einer spezifischen Anwendung, um bestimmte kommunikative Bedürfnisse zu befriedigen. Unabhängig von den konkre-

ten gesuchten Gratifikationen lassen sich auf einer ersten Abstraktionsebene drei Handlungskomponenten solcher Nutzungsepisoden identifizieren, die einzeln oder in Kombination vorliegen können (s.u.): Aspekte des Identitätsmanagements, des Beziehungsmanagements und des Informationsmanagements.

Einzelne Nutzungsepisoden und insbesondere die durch sie aktualisierten Handlungskomponenten werden von drei strukturellen Dimensionen gerahmt. Diese liegen situations-, individuums- und anwendungsübergreifend vor und bedingen sich in der Nutzungspraxis teilweise gegenseitig:

- *Verwendungsregeln* umfassen auf einer analytischen Ebene zum einen Adäquanzregeln, die festlegen, für welche Zwecke und in welchem Kontext eine spezifische Anwendung geeignet (insbesondere auch im Sinne von „sozial geeignet“) ist, zum anderen prozedurale Regeln, die den tatsächlichen Gebrauch einer Anwendung zur Erfüllung der gesuchten Gratifikationen betreffen. Auf phänomenologischer Ebene umfassen Verwendungsregeln geteilte Nutzungsroutinen, Konventionen und Normen, aber auch die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von einzelnen Angeboten sowie allgemeine rechtliche Vorgaben, die bspw. Aspekte des Urheber- oder Datenschutzrechts berühren.
- *Relationen* umfassen hypertextuelle und soziale Beziehungen zwischen Texten, Objekten und Personen. Sie bilden die Grundlage einerseits für Öffentlichkeiten im Sinne miteinander verbundener und aufeinander bezogener Texte sowie andererseits für soziale Netzwerke als Geflecht von miteinander verbundenen Personen. In diesen Öffentlichkeiten und Netzwerken verbreiten sich Informationen und wird Sozialkapital aufgebaut; zudem bilden sie die Grundlage für Verwendungsgemeinschaften, also Gruppen von Menschen, die sich einer bestimmten Anwendung auf ähnliche Art und Weise bedienen und diese Verwendungsweisen zumindest latent als Kriterium für Inklusion oder Exklusion anderer Personen verstehen.
- *Code* umfasst schließlich die softwaretechnischen Grundlagen einzelner Anwendungen, darüber hinausgehend aber auch die Architektur des Internets und seiner Bestandteile; im Kontext des Projekts waren hier vor allem Informationsaggregatoren (z.B. Suchmaschinen oder kollaborative Nachrichtenfilter) und anwendungsübergreifende Authentifizierungsmechanismen (z.B. openID) von Bedeutung. Der Code gibt dem situativen Handeln insofern einen Rahmen vor, als er bestimmte Handlungsoptionen nahelegt, andere aber ausschließt – er berührt also auch die regelhaften Aspekte der Nutzungspraxis.

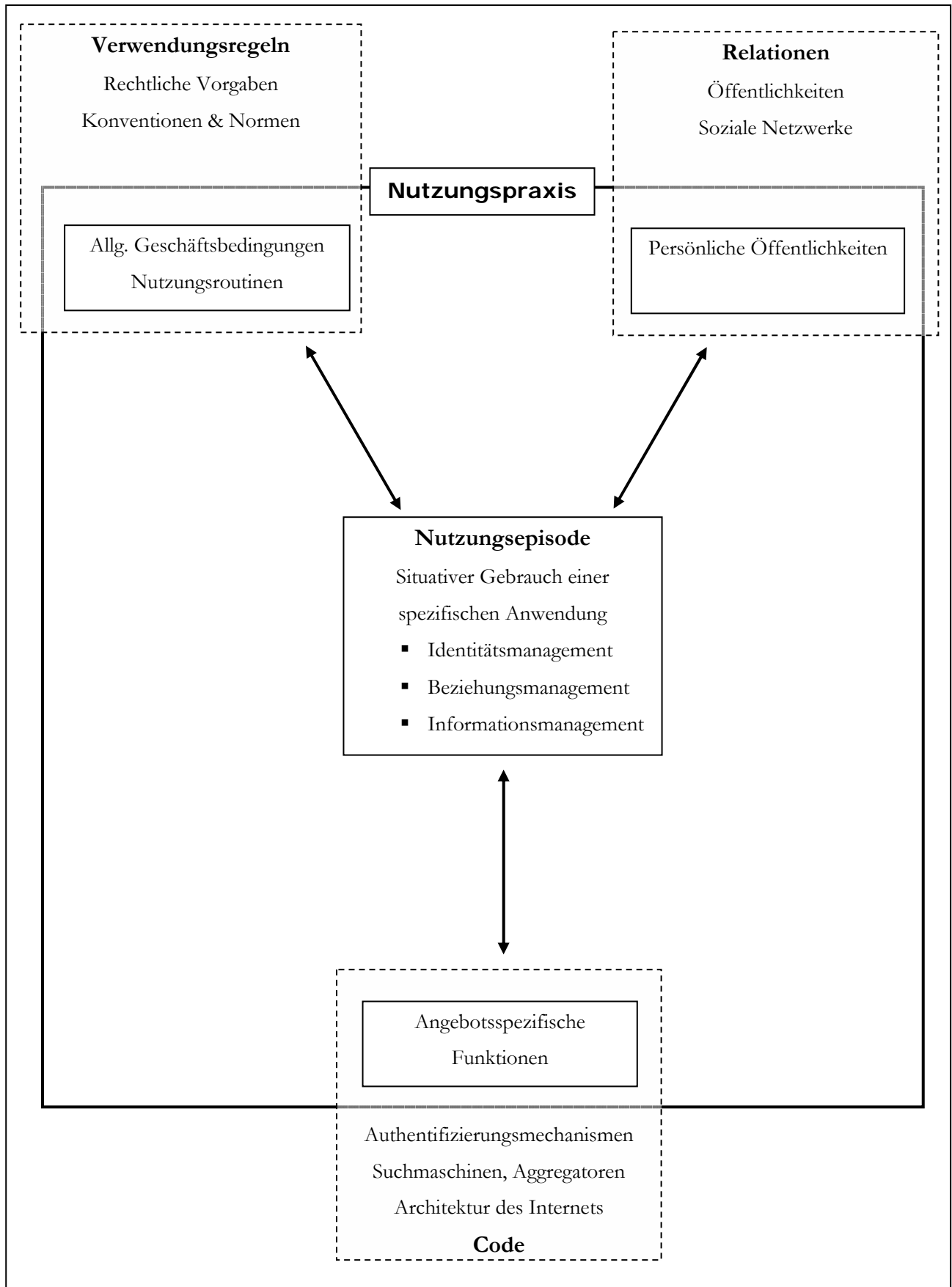
Diese strukturellen Dimensionen rahmen das situative Handeln, ohne es vollständig zu determinieren. Vielmehr werden situations-, individuums- und anwendungsübergreifende Gemeinsamkeiten durch die Praxis erst hervorgebracht. Diese (Re-)Produktion beruht auf „structuring moves“, worunter (analytisch) diejenigen Handlungsaspekte verstanden werden können, die strukturelle Vorgaben bestätigen oder verändern. In Bezug auf Verwendungsregeln findet Reproduktion durch all jene Nutzungsweisen statt, in denen bestehende Erwartungen und Routinen einer Verwendungsgemeinschaft befolgt werden,

also eine Anwendung auf „legitime“ Art und Weise genutzt wird. Sichtbar werden structuring moves meist nur im Fall von Konflikten, also wenn latente (z.B. Konventionen) oder manifeste (z.B. Geschäftsbedingungen) Regeln gebrochen werden. Gerade zu Beginn der Institutionalisierung einer neuen Anwendung sind solche Verwendungsregeln noch vergleichsweise fluide und müssen oft explizit ausgehandelt werden. In allen Fallstudien konnten Beispiele identifiziert werden, wie innerhalb der betrachteten Angebote zwischen Nutzern und Anbietern über den Gebrauch bestimmter technischer Funktionen, aber auch über angemessene Verhaltensweisen diskutiert wurde.

In Bezug auf Relationen sind die produzierenden „structuring moves“ diejenigen Handlungsaspekte, die das Artikulieren und Erweitern von hypertextuellen oder sozialen Beziehungen berühren: Im Fall der Weblogs ist hier insbesondere das Setzen von Links auf andere Onlinequellen zu nennen, aber auch das Pflegen einer eigenen „Blogroll“ mit Verweisen auf andere Weblogs, die der Autor regelmäßig liest bzw. aus thematischen oder anderen Gründen empfehlen möchte. Bei Kontaktplattformen findet die Formierung von Relationen vor allem über das „Kontakt knüpfen“ statt, bei dem die Beziehung zwischen zwei Nutzern explizit gemacht und in der Regel auch visuell dargestellt wird, zum Beispiel durch eine Liste aller bestätigten Kontakte bzw. Freunde eines Profilinhabers. Reproduzierende „structuring moves“ sind solche Handlungsaspekte, die bestehende soziale Beziehungen pflegen, also im Fall von Weblogs beispielsweise das Kommentieren eines Eintrags, im Fall von Kontaktplattformen beispielsweise der Austausch über die plattforminterne Nachrichtenfunktion.

Die (Re)Produktion von Aspekten des Codes schließlich geschieht für die Mehrzahl der Nutzer einer gegebenen Anwendung durch das Feedback, das sie gewollt oder ungewollt an die Entwickler zurückgeben: Die in den Fallstudien betrachteten Plattformen besitzen alle einen angebotsimmanenten technischen Support, d.h. beispielsweise spezifische Weblogs oder interne Diskussionsforen, in denen neben Hilfesuchen auch Vorschläge zur Weiterentwicklung der technischen Optionen gemacht werden können. Die Entwickler sind in der Regel selbst Mitglieder der jeweiligen Plattform und können so die entstehenden Nutzungsweisen beobachten bzw. an ihnen teilhaben. Die Grenzen zwischen Entwicklern und „einfachen Nutzern“ sind insofern nicht völlig scharf zu ziehen; im Fall von twoday.net, insbesondere aber auch bei Teilen der plattformunabhängigen Blogosphäre, kommt hinzu, dass Nutzer die Funktionen der jeweiligen Software anpassen und durch zusätzliche Module erweitern können.

Abbildung 1: Analysemodell für Praktiken des onlinegestützten Netzwerkes



Neben den genannten strukturellen Dimensionen war eine weitere analytische Trennung forschungsleitend: Die Unterscheidung der Handlungskomponenten Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement. Es handelt sich dabei um Konzepte, die zwar prinzipiell bereits bei einzelnen Nutzungsepisoden beobachtet werden können, vor allem aber situationsübergreifend zu analysieren sind.

Identitätsmanagement meint in diesem Zusammenhang diejenigen Handlungen, die das zugänglich Machen von Aspekten der eigenen Person innerhalb eines bestimmten Angebots beinhalten: Das Veröffentlichens eines Weblog-Eintrags mit der Lösung eines beruflichen Problems oder der Schilderung eines Konzertbesuchs inklusive eines Fotos; das Kommentieren eines politischen Ereignisses; das Hochladen eines Profildfotos; das Eintragen akademischer Qualifikationen oder einer Telefonnummer auf einer Kontaktplattform. Ebenso fallen darunter Entscheidungen, bestimmte Weblog-Einträge oder Profilinformatoren nur bestimmten Personen zugänglich zu machen, was durch den Software-Code der einzelnen Anwendungen in unterschiedlicher Weise ermöglicht wird (z.B. durch Passwortschutz oder dem Freigeben nur für bestätigte Kontakte).

Die genannten Handlungsweisen hängen eng mit dem Beziehungsmanagement zusammen, da das Offenlegen bestimmter Informationen über die eigene Person vor dem Hintergrund einer (zumindest impliziten) Publikumsvorstellung einhergeht. Diese wird auch durch die jeweilige Anwendung nahe gelegt; so richtet sich prüfungsgel.de an ein studentisches Publikum und evoziert andere Formen der Selbstdarstellung als das auf professionelles Networking ausgerichtete Angebot XING. Auch die Weblog-Plattform von Siemens stellt den Einsatz für berufliche Zwecke in den Vordergrund und legt so die Kommunikation über Themen aus dem Arbeitsumfeld der jeweiligen Autoren nahe. Die Weblogplattform twoday.net sowie die Blogosphäre als ganzes sind dagegen offen für unterschiedliche Einsatzzwecke, sodass auch unterschiedliche Arten von sozialen Netzwerken dort gepflegt werden.

Wiederholte Episoden des Identitäts- und Beziehungsmanagements führen dazu, dass ein Geflecht von miteinander verbundenen Texten (in einem umfassenden Sinn verstanden) entsteht und für ein Publikum zugänglich gemacht wird. Dadurch unterstützen Weblogs und Kontaktplattform auf je spezifische Weise das Entstehen von „persönlichen Öffentlichkeiten“. Diese unterscheiden sich in Reichweite und Anspruch von den etablierten medialen Öffentlichkeiten, die professionelle Kommunikationsberufe (wie der Journalismus, aber auch Marketing oder PR) hervorbringen: Bezogen auf Weblogs lässt sich festhalten, dass es den meisten Autoren nicht darum geht, gesellschaftlich relevante Informationen möglichst objektiv zu vermitteln. Vielmehr sollen subjektiv für relevant gehaltene Themen angesprochen und mit einem überschaubaren (statt einem dispersen) Publikum geteilt werden. Massenmediale Berichterstattung ist oft Bezugspunkt für eigene Äußerungen, beispielsweise wenn Artikel aus etablierten Onlinemedien aufgegriffen und kommentiert werden. Im Fall von Kontaktplattformen richten sich die persönlichen Öffentlichkeiten der eigenen Profile zwar prinzipiell an das gesamte Publikum der registrierten Nutzer einer gegebenen Anwendung. Art und Ausmaß der präsentierten Informationen

werden hier jedoch durch den Kontext der Anwendung und der dort repräsentierten Netzwerke beeinflusst. Im Falle von prüfungsgel.de beinhaltet dies die Erwartung, sich im Kreise von Studierenden bzw. Universitätsangehörigen zu bewegen, während bei XING die Darstellung des beruflichen Werdegangs und der eigenen Kompetenzen im Mittelpunkt steht. In beiden Fällen zeigt sich, dass die Diagnose des „Online-Exhibitionismus“ beim Veröffentlichen persönlicher Daten nicht den Kern der tatsächlich ablaufenden sozialen Prozesse trifft: Aus Sicht der jeweiligen Nutzer sind die bereitgestellten Informationen nicht für jedermann gedacht, sondern auf spezifische Rollenkontexte und die daraus erwachsenden Selbstdarstellungszwänge zugeschnitten.

Die so entstehenden persönlichen Öffentlichkeiten der Blogosphäre und der Kontaktplattformen treten zu bestehenden professionell produzierten Öffentlichkeiten. Für den Nutzer dieser Anwendungen stellt sich daher die Herausforderung des Informationsmanagements, also des Selektierens von situationspezifisch relevanten Informationen, Quellen und Texten. Die Gatekeeper-Leistung des Journalismus, der auf institutionalisierte Weise Informationen auswählt und präsentiert, wird in den betrachteten Anwendungen durch zwei weitere Mechanismen ergänzt: Zum einen findet das Filtern von Aufmerksamkeit durch die Anwendungen selbst statt, die (mit Hilfe spezifischer Ausprägungen des Software-Codes) die Aktionen der Nutzer auf den Plattformen aggregieren. So finden sich auf den betrachteten Weblog-Plattformen Übersichten über die zuletzt aktualisierten oder über die besonders populären (d.h. häufig aufgerufenen oder stark diskutierten) Angebote. Auf den Kontaktplattformen werden beispielsweise einzelne Aktionen anderer registrierter Mitglieder angezeigt, oder die zuletzt aktualisierten Profile besonders hervorgehoben. Zum anderen leisten Nutzer Informationsmanagement, wenn sie ihre eigenen Repertoires von Quellen zusammenstellen. Darin werden sie insbesondere durch die Verfügbarkeit der RSS-Technologie unterstützt: Diese erlaubt es, mit Hilfe spezieller Programme (der „feed reader“) über Aktualisierungen auf ausgewählten Seiten auf dem Laufenden zu bleiben, ohne diese Angebote ständig und jeweils einzeln besuchen zu müssen.

Neben diesen theoretisch-konzeptionellen Erkenntnisfortschritten haben die Fallstudien auch konkrete empirische Ergebnisse zu den Einsatzweisen und Konsequenzen der betrachteten Anwendungen erbracht, die im Folgenden knapp zusammengefasst werden; auf weiterführende Publikationen wird unter Bezugnahme auf obige Literaturliste verwiesen.

- *Weblog – privat*: Das Führen eines Weblogs als persönliches Journal, in dem Ideen und Erlebnisse festgehalten und mit anderen geteilt werden, dominiert unter den in der „Wie ich blogge?!“-Umfrage identifizierten Praktiken (vgl. 4, 14). Die Ergebnisse der Nachbefragung zeigen, dass im Verlauf von neun Monaten die Verwendungsweisen stabil geblieben sind, das Ausmaß der gepflegten Netzwerke und der gelesenen Weblogs jedoch wächst (vgl. 9, 24). Die Kopplung von Befragungs- mit netzwerkanalytischen Daten im Rahmen der Fallstudie zur „twoday.net“-Plattform zeigte, dass innerhalb dieses spezifischen Angebots die persönlichen Journale auch eine tendenziell höhere

Zentralität (gemessen durch eingehende Verlinkungen) besitzen; sie werden überproportional häufig von Frauen geführt (vgl. 13). Dagegen genießen in der gesamten deutschsprachigen Blogosphäre vor allem solche Weblogs die größte Aufmerksamkeit (gemessen durch Zugriffe und Verlinkungen), die über webaffine Themen und/oder Medienentwicklungen berichten; unter diesen „A-List“-Weblogs dominieren von Männern geführte Angebote (vgl. 10).

- *Kontaktplattformen – privat*: Die Nutzer der studentischen Plattform „prüfungsgeil.de“ pflegen über dieses Angebot vorrangig soziale Beziehungen, die aus dem universitären Umfeld stammen und zu denen bereits über face-to-face-Begegnungen Kontakt besteht. Während es im Umfang der sozialen Netzwerke keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern gibt, gibt es Hinweise auf geschlechtsspezifische Praktiken des Beziehungsmanagements: Nutzerinnen berichten signifikant häufiger als Nutzer, dass sie auf der Plattform Kontakte zu Personen artikuliert haben, die sie erst im Internet (auf der Plattform oder in anderen Foren, Chats o.a.) kennen gelernt haben. Die Anzahl der auf der Plattform artikulierten Kontakte korreliert positiv mit der Einschätzung, das soziale Netzwerk für Unterstützungsleistungen mobilisieren zu können (z.B. in emotionaler oder finanzieller Hinsicht). Die online gepflegten sozialen Beziehungen stellen also die Grundlage für unterschiedliche Formen des Sozialkapitals dar (vgl. 18).
- *Weblogs – beruflich*: Weblogs, die aus beruflichen Gründen geführt werden, machen nur einen kleinen Teil der Blogosphäre aus (vgl. 24, 26). Diese Nutzung korreliert relativ stark mit dem Motiv, im Weblog eigenes Wissen mit anderen Personen teilen zu wollen; die entsprechende Gruppe der „W-Blogger“ hat eine spezifische Praxis des Bloggens herausgebildet und unterscheidet sich in ihren Routinen des Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagements von anderen Nutzergruppen (vgl. 15). Der Einsatz von Weblogs in der externen Organisationskommunikation („corporate blogs“) trifft auf spezifische Erwartungen der Leser, die insbesondere von mitarbeitergeführten Weblogs eine persönlich gefärbte Beschäftigung mit unternehmens- oder branchenbezogenen Themen erwarten (vgl. 4, 12). Für intern geführte Unternehmensweblogs hat die Fallstudie der Siemens-Blogosphäre gezeigt, dass und wie sich Verwendungsregeln und Öffentlichkeiten zu Beginn der Institutionalisierung eines technischen Angebots stabilisieren; so werden beispielsweise projektbezogene Informationen als legitime, persönliche Schilderungen dagegen als unpassende Inhalte angesehen (vgl. 19). Der Einsatz von Redaktions- oder Kritikerweblogs durch Redaktionen von Online-Zeitungen eröffnet zusätzliche Feedback-Kanäle und stellt einen ergänzenden Mechanismus der journalistischen Qualitätssicherung dar (vgl. 17).
- *Kontaktplattformen – beruflich*: Die Analyse der Plattform XING/openBC (vgl. 2) hat gezeigt, dass die Gestaltung des Software-Codes einen starken Einfluss auf das Identitäts- und Beziehungsmanagement hat: Die im Profil abgefragten Informationen legen den Schwerpunkt auf die Darstellung beruflicher Kompetenzen und Erfahrungen; die Optionen zur Freigabe von Profilinformatio-

lauben es, kontaktspezifisch zu entscheiden, welche Angaben sichtbar gemacht werden sollen. Die auf der Plattform abgebildeten sozialen Beziehungen umfassen unterschiedlich starke Beziehungen: Neben im engeren Sinn beruflich relevanten Kontakten werden auch Beziehungen zu ehemaligen Schul- oder Studienfreunden etc. abgebildet. Für viele Nutzer dient die Plattform daher weniger dem Knüpfen neuer Kontakte, sondern vielmehr dem Aufrechterhalten solcher Beziehungen, die bereits in anderen (offline-)Kontexten geknüpft wurden und bei Bedarf wieder aktiviert werden können. Optionen zur plattforminternen Kommunikation in Foren bzw. Gruppen unterstützen nicht nur den Austausch zu spezifischen Themen, sondern schaffen auch Öffentlichkeiten, in denen als legitim bzw. illegitim erachtete Verwendungsweisen diskutiert werden und sich entsprechende Regeln stabilisieren können. Insbesondere die Feedback-Foren zeigen, wie Nutzer und Entwickler bzw. Anbieter gemeinsam Verständigung über die Nutzungspraktiken erzielen.

Die Erkenntnisse des Projekts werfen eine Reihe von weiteren Fragen auf, die in möglichen Folgestudien untersucht werden sollten, wobei das entwickelte begriffliche Schema die Analyse der Nutzungspraktiken und ihrer Konsequenzen leiten kann. Die hohe technische und ökonomische Dynamik bringt zahlreiche neue Anwendungen hervor, die das Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement unterstützen (beispielhaft seien „Microblogging“-Anwendungen wie twitter.com genannt), wodurch sich den aktiven Nutzern des Social Web zusätzliche Möglichkeiten bieten, (persönliche) Öffentlichkeiten zu schaffen, sich mit relevanten Informationen zu versorgen und diese mit anderen zu teilen (vgl. 1, 11). Diese Entwicklung hat Auswirkungen auf das privat-persönliche Nutzungsverhalten, aber auch auf die Selbstdarstellung und Vermittlung von Informationen von korporativen Akteuren aus dem wirtschaftlichen, journalistischen, politischen oder zivilgesellschaftlichen Bereich. Wissenschaftlich wie praktisch relevant erscheint hierbei die Frage, welche Faktoren maßgeblich über den Erfolg bzw. Mißerfolg von Anwendungen entscheiden: Rein technische Merkmale und Innovationen (Code), Geschäftsbedingungen und rechtliche Rahmenbedingungen, bspw. in Hinblick auf Eigentums- und Verwertungsrechte in Bezug auf die erstellten Inhalte (Regeln), oder Netzwerkeffekte und Phänomene der „kritischen Masse“ (Relationen)?

Aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive sind darüber hinaus die Veränderungen im Verhältnis von Privatsphäre und Öffentlichkeit hochgradig relevant. Das Veröffentlichen persönlicher Informationen geschieht, wie in diesem Projekt gezeigt, aus Sicht der Nutzer vorrangig für die eigenen sozialen Netzwerke aus Freunden, Bekannten, Kollegen o.ä. Allerdings sind online publizierte Inhalte potentiell auch für andere Personenkreise sichtbar und zugänglich. Bislang ist unklar, welche Mechanismen dauerhaft dafür sorgen können, eine Balance zwischen dem Aufrechterhalten von persönlichen Öffentlichkeiten (und damit von sozialen Netzwerken, die Sozialkapital bereitstellen) einerseits und dem Schutz der eigenen Privatsphäre andererseits herzustellen. Die Analyse von „Regimen des privacy management“, also des Wechselspiels von softwareseitigen Vorgaben, rechtlichen Regelungen und

emergierenden sozialen Konventionen zur Öffnung bzw. Abgrenzung der eigenen Privatsphäre wäre daher ein lohnenswertes Vorhaben.

Schließlich zeichnet sich derzeit ab, dass mittelfristig Prinzipien der Wissensgenerierung im Social Web (insbesondere nutzergenerierte Inhalte und deren Erschließung) mit denen des Semantic Web (das die automatisierte Kopplung und Verarbeitung von Informationen vorsieht) integriert werden (vgl. 16). Eine kommunikationssoziologische Perspektive könnte die informationstechnische Beschäftigung mit Gestaltung und Implementation entsprechender Konzepte und Anwendungen um wertvolle Hinweise ergänzen, welche Konsequenzen Nutzungspraktiken eines solchen „Social Semantic Web“ beispielsweise im Hinblick auf entstehende Öffentlichkeiten oder Wissensordnungen haben werden.

2.4 Wirtschaftliche Verwertbarkeit der Ergebnisse

Die Ergebnisse des Projekts sind nicht direkt wirtschaftlich verwertbar. Allerdings ist aufgrund des hochgradig aktuellen Forschungsthemas davon auszugehen, dass die Ergebnisse der einzelnen Fallstudien und des Forschungsvorhabens, die über Publikationen, Vorträge und Interviews an eine breitere Öffentlichkeit getragen wurden, zumindest mittelbar Entscheidungen innerhalb von Organisationen und Unternehmen beeinflußt haben.

2.5 Kooperationen

Für die oben genannten Fallstudien wurde mit Dieter Rappold (Knallgrau Media Solutions, Wien; Anbieter von twoday.net), Karsten Ehms (Siemens AG, München) sowie Matthias Sax (Nürnberg; Prüfungsgeil.de) kooperiert. An der Universität Bamberg bestand ein enger Kontakt zu Prof. Anna M. Theis-Berglmair, die die Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“ leitet und in eigenen Forschungsvorhaben die Institutionalisierung von Social Software (insbesondere von Wikis) im Kontext von Organisationen untersucht. Im Rahmen der Projektarbeiten fand keine formale Zusammenarbeit mit anderen Wissenschaftlern statt, doch im Zusammenhang mit Publikationen, Workshops sowie verwandten Forschungsinteressen konnte ein breites Netzwerk von Kooperationen aufgebaut werden, das sich positiv stimulierend auf das Forschungsvorhaben auswirkte.

2.6 Qualifikation des wissenschaftlichen Nachwuchses

Im Projekt waren neben dem Projektleiter fünf studentische Hilfskräfte beschäftigt, von denen vier zu einschlägigen Themen ihre Diplomarbeiten an der Universität Bamberg verfassten:

- *Florian Renz*: „Praktiken des online-gestützten Netzwerkes am Beispiel von openBC“ (zwischenzeitlich auch als Buch im „Verlag Werner Hülsbusch“ veröffentlicht)
- *Lisa Werdnig*: „Studenten im Netz. Online gestütztes Netzwerken am Beispiel der Social-Networking-Plattform Prüfungsgeil“
- *Matthias Paetzolt*: „Demokratie „reloaded“? Das demokratische Potential politischer Weblogs in Deutschland“
- *Martin Wilbers*: „Mitarbeiternetzwerke 2.0. Potential und Einsatz von Weblogs in der internen Unternehmenskommunikation am Beispiel der Siemens-Blogosphäre“

3. Zusammenfassung

Das Projekt „Praktiken des onlinegestützten Netzwerkes“ widmete sich Nutzung und Konsequenzen des „Web 2.0“ – also den Bereichen des gegenwärtigen Internets, in denen Nutzer selbst eigene Inhalte bereitstellen und soziale Beziehungen onlinevermittelt pflegen. Im Mittelpunkt des Vorhabens stand die Frage, welche kollektiv geteilten Nutzungsweisen von Weblogs und Kontaktplattformen sich im persönlichen und beruflichen Bereich herausbilden. Dazu wurden verschiedene Fallstudien zur deutschsprachigen Blogosphäre, zu unternehmensinternen Weblogs sowie zu studentischen und beruflichen Kontaktplattformen durchgeführt.

Gemeinsam ist den entstehenden Praktiken, dass sie das onlinebasierte Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement unterstützen: Nutzer können Aspekte ihrer Person wie z.B. Interessen, Kompetenzen oder Erlebnisse im Internet publizieren und darauf aufbauend soziale Beziehungen zu anderen Personen aufrechterhalten oder erweitern. Die so artikulierten und gepflegten sozialen Netzwerke stellen unterschiedliche Formen von Sozialkapital zur Verfügung, das beispielsweise für berufliche Zwecke oder für sozioemotionale Unterstützung mobilisiert werden kann. Zudem entstehen auf der Grundlage der Vielzahl individueller Handlungen (Teil-)Öffentlichkeiten, in denen Wissen vermittelt und Aufmerksamkeit kanalisiert wird. Charakteristisch sind hierbei die „persönlichen Öffentlichkeiten“, in denen Menschen Informationen von persönlicher Relevanz für einen zumeist überschaubares (und bekanntes) Publikum bereitstellen, aber nicht zwingend gesellschaftsweite Relevanz beanspruchen oder „Online-Exhibitionismus“ betreiben.

Unterschiede in den Praktiken des onlinegestützten Netzwerkes lassen sich auf verschiedene strukturelle Aspekte der Praktiken zurückführen, die die Nutzung rahmen: Neben der unterschiedlich gestalteten technischen Basis des Software-Codes sind insbesondere unterschiedliche Konventionen, Normen und Erwartungen zu nennen, die als Verwendungsregeln innerhalb bestimmter Gemeinschaften nahelegen, welche Nutzung einer gegebenen Anwendung als geeignet und sozial akzeptiert erscheint, um erfolgreiches Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement zu leisten.

Das Projekt konnte kommunikationswissenschaftliche Grundlagen zu aktuellen Veränderungen in der onlinebasierten Kommunikation legen und so zu einem besseren Verständnis der gesellschaftlichen Konsequenzen einer hochdynamischen Entwicklung beitragen. Es erzielte über die akademische Community hinaus Wirkung, da Ergebnisse in Presse- (u.a. Brigitte, dpa, Focus, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Manager-Magazin, Profil, SZ Wissen, Tomorrow), Radio- (u.a. Bayerischer Rundfunk, Deutschlandradio, Radio Fritz) sowie Fernsehbeiträgen (3Sat „Kulturzeit“) aufgegriffen wurden. Publikationen und weitere Informationen sind unter <http://www.schmidtmitdete.de/lebenslauf-aktivitaeten-publikationen/postdoc-projekt> dokumentiert.