

Web 2.0 als Ressource für sozialwissenschaftliche Forschung und Berufspraxis

Tina Guenther

In der Diskussion um die neueren Entwicklungen des Internet spielt das Schlagwort „Web 2.0“ eine prominente Rolle. Ursprünglich vom amerikanischen Verleger Tim O’Reilly für eine Konferenzreihe geprägt, wird es inzwischen für eine Reihe von Trends verwendet, die sich nach dem Zusammenbruch der New Economy entwickelt haben (O’Reilly 2005). Mittlerweile steht „Web 2.0“ als Chiffre für verschiedene auf partizipatorische Nutzung ausgerichtete Formate sowie für innovative Praktiken der Gestaltung und Nutzung des Internet. Kritisch bleibt anzumerken, dass es keinen „diskreten Versionssprung“ von „Web 1.0“ der vergangenen 15 Jahre zum „Web 2.0“ der Gegenwart gab. Vielmehr hat es seit den Anfängen ein nicht-marktliches, heterarchisches Zusammenwirken der Nutzer zum Zweck der Bereitstellung und Distribution von Informationen, Wissens und verwandten Gütern (auch Software) gegeben. Die erste kommerzielle Erschließung folgte Anfang der 1990er Jahre nach Erfindung des Hyperlinks (Gillies/Cailliau 2000; Werle 2002). Auch gab es bereits während der 1980er und frühen 1990er Jahre partizipatorische Internetangebote. In den frühen Nutzergemeinschaften bildeten sich Nutzungspraktiken und Erwartungen aus, die auf Verwendungsregeln und ethische Normen des heutigen Internet ausstrahlen. Trotz dieser Kontinuität ist „Web 2.0“, das auch als ‚Social Web‘ bezeichnet wird, alles andere als „alter Wein in neuen Schläuchen“ (Guenther/Schmidt 2008; Schmidt 2008a). Beschränkte sich die Reichweite des Internets bis zu Anfang der 1990er Jahre noch auf Avantgarden, die zur Entstehung der charakteristischen Netzkultur beigetragen haben, erfuhr das Internet nach dem Jahr 2000 einen erneuten Verbreitungs- und Internationalisierungsschub.¹ Damit

1 Einen Eindruck von der Wachstumsdynamik vermitteln die deskriptiven Statistiken des Nielsen Instituts, in welchen die internationale Verbreitung seit den Anfängen des World Wide Web dokumentiert wird. Danach hatten im Dezember 1995 weltweit 16 Millionen Menschen Zugang zum Internet. Im Dezember 2007 wurde das Internet von über 1,3 Milliarden Menschen genutzt. Allein im Zeitraum von 2000 bis Ende 2007 entspricht dies einer Zunahme des Verbreitungsgrades um 256 Prozent. Nach Kontinenten stellt mit über 510 Millionen Nutzern die größte Gruppe, gefolgt von Europa mit 348 Millionen Nutzern, Nordamerika mit 238 Millionen Nutzern, Lateinamerika und die Karibik mit 126 Millionen Nutzern, Afrika mit 44 Millionen Nutzern, dem mittlere Osten mit 33 Millionen Nutzern und Australien/Ozeanien mit 19 Millionen Nutzern. Damit haben inzwischen 20 Prozent der Weltbevölkerung Zugang zum Internet. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>. Analog sieht die Verteilung der größten Sprachgemeinschaften im Internet aus. Ausgegangen wird dabei nicht von der Muttersprache der Nutzer, sondern von den im Internet gesprochenen Sprachen. Bisher noch stellt das Englische mit ca. 380 Millionen Nutzern die größte Sprachgemeinschaft dar. An zweiter Stelle steht bereits das Chinesische mit knapp 185 Millionen Nutzern. An dritter Stelle steht die spanische Sprachgemeinschaft mit 113 Millionen Nutzern. An vierter Stelle steht die japanische Sprach-

ging ein rasantes Wachstum der Speicherkapazitäten sowie der Anzahl von Flatrates und Breitbandanschlüssen einher. Erst damit waren die technischen Voraussetzungen dafür geschaffen, dass ein Großteil der Bevölkerung fast den ganzen Tag online ist, Arbeitsprozesse ins Internet verlagert werden und speicherintensive Formate wie Videoplattformen und Podcasts entstehen (van Eimeren/Frees 2006). Als ein sich selbst organisierendes Medium weist das Internet eine enorme Komplexität auf und muss von außen extrem unübersichtlich erscheinen. Die folgenden vier Lesarten des ‚Social Web‘ sind in der Praxis eng miteinander verknüpft.

In einer ersten Lesart ist „Web 2.0“ eng mit Formaten und aktuellen Entwicklungen der Social Software verknüpft. Mit Social Software bezeichnet man im Allgemeinen die computergestützten Systeme zur Kooperation von Teilnehmern. Dazu gehören Weblogs, Wikiwebs, Filesharing, Podcasts, Social Networking Sites, kollektive Verschlagwortungssysteme, Instant Messaging, Micro-Blogging, aber auch ältere Formen der Online-Kooperation. Darüber hinaus werden mit dem Schlagwort „Web 2.0“ auch softwaretechnische Grundlagen bezeichnet, z. B. CSS, RSS, Open APIs, Open Source Software. Die folgende Darstellung gibt eine kurze Einführung in die hier genannten Formate und Softwares.

Weblog
Ein Weblog ist ein periodisch aktualisiertes Online-Journal mit rückwärts chronologisch angezeigten Einträgen, die von den Lesern kommentiert werden können. Weblogs sind häufig über Linkverbindungen mit anderen Weblogs verbunden. Als Weblog-Genres haben sich neben den frühen Online-Tagebüchern, journalistische Weblogs, politische Weblogs, Weblogs von Organisationen, Weblogs zu Ereignissen (z. B. Konferenzen), Weblogs zu wissenschaftlichen Projekten, wissenschaftliche Weblogs bzw. Fachblogs entwickelt (Schmidt 2006; 2008b). In der Praxis ist Weblog-Kommunikation durch situative Gebrauchsweisen bestimmt. Das bedeutet, dass beim Schreiben Spontaneität zum Tragen kommt. Allerdings wird die Weblog-Kommunikation durch drei strukturelle Dimensionen gerahmt: Verwendungsregeln (Routinen, Konventionen, Erwartungen), Code (die softwaretechnischen Grundlagen) sowie Relationen (hypertextuelle Verbindungen) mit anderen Weblogs.
Wikiwebs
Wikiwebs sind Webseiten, die es einem bestimmten Nutzerkreis gestatten zu einem Thema oder zu einer Veranstaltung Dokumente anzulegen, zu editieren, mit Inhalt zu füllen, zu aktualisieren und zu pflegen, eine reduzierte bzw. Variante des Content-Management. Ein Wikiweb dient dem Zweck, Inhalte (Content) im Internet bereitzustellen, zu verwalten und in unterschiedlicher Dateiform an die Nutzer auszugeben. Wikiwebs dienen dem Wissensmanagement, der Arbeitsorganisation und der wissenschaftlichen Kommunikation. Das größte bekannte Wikiweb ist die Online-Enzyklopädie Wikipedia, doch auch in Organisationen sowie auf dem eigenen PC kann man mit Wikiwebs arbeiten (Guenther 2008; Mayer/Schoeneborn 2008).
Filesharing
Filesharing ist das Weitergeben von Dokumenten zwischen den Benutzern des Internet, i. d. R. das Verteilen von Dateien über ein Peer-to-Peer Netzwerk (auch Tauschbörse genannt), im weiteren Sinne auch das Herunterladen von Dateien von einem Server.
Podcasting
Als Podcasting bezeichnet man das Produzieren und Anbieten von Audio- und Videodateien über das Internet. Das Wort Podcast setzt sich aus den beiden Begriffen „iPod“ und „Broadcasting“ zusammen. Ein Podcast (deutsch: ein <i>Hörstück</i> , genauer eine <i>Hördatei</i>) ist somit Serie von Medienbeiträgen (Episoden), die über einen Feed (meist RSS) automatisch bezogen werden können. Jeder kann somit zum Anbieter von Medienbeiträgen wie im Rundfunk und Fernsehen werden und damit sein Programm gestalten.

gemeinschaft mit 88 Millionen Nutzern. Etwa gleichauf sind die französische und deutsche Sprachgemeinschaft mit 64 bzw. 62 Millionen Nutzern. Unter den zehn größten Sprachgemeinschaften haben das Arabische, das Chinesische und das Französische die stärksten Wachstumsraten seit dem Jahr 2000 zu verzeichnen. <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm> (Stand 28.06.08).

Social Networking Sites
Social Networking Sites (SNS) sind Internetplattformen, die es den Nutzern gestatten, Mitglieder ein Profil anlegen zu lassen und Kontakte zu finden, zu pflegen, einzuladen, zu kontaktieren, Nachrichten auszutauschen und Aktivitäten zu betreiben, etwa Gruppen zu bestimmten Themen, Fragen und Ereignissen zu gründen. Außerdem kann man Kontakt- und Ereignisdaten automatisch in den Organizer im eigenen PC integrieren (z. B. Outlook).
Kollektive Verantwortungssysteme
Kollektive Vorschlagwortungssysteme dienen der Erschließung, Sortierung und Indexierung von Internetdokumenten. Die Nutzer vergeben Social Bookmarks. Das sind Internet-Lesezeichen, welche mithilfe Browser-Oberfläche durch gemeinschaftliches Indexieren erschlossen, mit sogenannten „tags“ beschrieben und mithilfe eines RSS-Feeds bereitgestellt werden. Die Indexierer finden sich in offenen Gemeinschaften zusammen, ohne dass es detaillierte Regeln für die Praxis des Indexierens gibt. Kollektive Vorschlagwortungssysteme ermöglichen eine kollektive Wissensorganisation von Internetobjekten (Webseiten), von Objekten außerhalb des Internet (z. B. Bücher, Orte) und lassen „communities of interest“ entstehen (Schmidt/Guenther 2008).
Instant Messaging
Instant Messaging (Nachrichtensofortversand) ermöglicht Internetnutzern mittels einer Software (Client), dem Nutzer, in Echtzeit mit anderen Teilnehmern desselben Dienstes zu kommunizieren (chatten), indem man kurze Textmitteilungen über ein Netzwerk an den Empfänger versendet, auf diese der Empfänger unmittelbar antworten kann. Die Nutzer legen ein Adressbuch mit Kontakten an und können diese erreichen, sobald der Online-Status für sie angezeigt wird. Häufig können auf diesem Wege auch Dateien ausgetauscht werden, und zahlreiche Messaging-Programme bieten zusätzlich Video- oder Telefonkonferenzen an.
Micro-Blogging
Mit Micro-Blogging wird das Veröffentlichen von Kurznachrichten bezeichnet: Angemeldete Benutzer eines sozialen Netzwerks können SMS-ähnliche Textnachrichten von maximal 140 Zeichen, auch „Updates“ oder „Tweets“ genannt, versenden. Diese Nachrichten werden unmittelbar an alle Benutzer verteilt, die sich für das jeweilige Thema, den Autor oder die Gruppe akkreditiert haben. Die Nachrichten werden in einem Mini-Blog entlang eines Zeitstrahls abgebildet. Der Absender entscheidet, ob er die Information allen Teilnehmern des Netzwerks zur Verfügung stellt oder den Zugang auf eine Gruppe von Freunden oder Kollegen begrenzt.
Cascading Style Sheets (CSS)
Cascading Style Sheets (CSS) weisen den Inhalten strukturierter Dokumente im HTML- oder XML-Format ein bestimmtes Aussehen zu, etwa die Festlegung von Schriftgröße, Schriftart, Schriftfarbe etc. Dazu ist es wichtig, das HTML oder XML so zu gestalten, dass die Abschnitte, deren Aussehen gleich sein soll, auch als Gruppe erkannt werden können. Dank CSS lässt sich die Form – das äußere Erscheinungsbild – vom Inhalt sowie von anderen Strukturinformationen trennen und für verschiedene Ausgabemedien (z. B. Papier, Projektion, mobiles Endgerät) jeweils passend aufbereiten.
„real simple syndication“ (RSS)
RSS steht für „ <i>real simple syndication</i> “ und ist ein Format der Darstellung von Daten, das deren Austausch von Inhalten zwischen Webseiten erleichtert und die automatische Einbindung von Inhalten einer Webseite in eine andere Webseite ermöglicht. Für Nutzer ermöglicht RSS insbesondere, die Inhalte einer Webseite – oder Teile davon – mit einem speziellen Programm (dem „Feed-Reader“) am Computer oder auf mobilen Endgeräten abzurufen und über Aktualisierungen automatisch benachrichtigt zu werden.
„Application Programming Interfaces“ APIs
„ <i>Application Programming Interfaces</i> “ oder APIs sind offen gelegte Programmierschnittstellen. Dabei handelt es sich um Programmierschnittstellen und Laufzeitumgebungen, die es Programmierern ermöglichen, ein Programm für ein Betriebssystem am PC oder eine zusätzliche Funktion für eine Internetplattform zu programmieren und einzufügen.
Open Source Software
Als Open Source Software bezeichnet man eine Software, welche Einblick in die Semantik ihrer softwaretechnischen Grundlagen gewährt, statt wie bei kommerzieller Software den Software-Code binär zu verschlüsseln. Open Source Software steht unter einer von der Open Source Initiative (OSI) anerkannten Lizenz, in der die Bedingungen für die Nutzung, die Weitergabe und Bearbeitung definiert sind. Der Einblick in die semantische Struktur des Codes ist dem Internet inhärent, denn in der Browsersoftware kann sich der Nutzer gewöhnlich den Quellcode zu einer Webseite anzeigen lassen. Auch sind detaillierte Anleitungen zum selbständigen Aufbau einer Homepage wie z. B. Selfhtml http://de.selfhtml.org/ verfügbar (Stand: 27.03.08).

In einer zweiten Lesart ist „Web 2.0“ ein Geschäftsmodell, welches auf Erhebung, empirische Auswertung und kommerzielle Nutzung von Daten, Inhalten und unbeabsichtigt hin-

terlassenen Fußspuren abzielt. Zum Business-Modell des Internet gehören Online-Versandhandel, kostenpflichtige Dienste, Online-Spiele oder aber auch kostenlose Dienste, welche sich die Bereitschaft der Nutzer zunutze machen, Daten und Inhalte kollaborativ zu erzeugen, zu verbreiten und zu nutzen (Bruns 2007 a, 2007 b). Eine Vielzahl kommerzieller Online-Angebote bietet die kostenlose Mitgliedschaft an. Diese ist jedoch an Lizenzen geknüpft, die dem Provider die Auswertung von Inhalten, relationalen Daten und Datenspurten etwa zu Werbezwecken gestatten. Eine andere Geschäftsstrategie zielt darauf ab, den Nutzer als „arbeitenden Kunden“ in arbeits-, zeit- und wissensintensive Arbeitsprozesse einzubinden. Damit spart der Anbieter Aufwand und Kosten für Kundenbetreuung und Service, beispielsweise im Onlinebanking, beim Ticketkauf der Bahn oder für die Produktion von Medienbeiträgen wie der „I-reports“ für den Fernsehsender CNN (Voss/Rieder 2005; Röhle 2007).

In einer dritten Lesart ist „Web 2.0“ eine Sphäre des offenen Zugangs zu Informationen, die der öffentlichen Meinungsäußerung, der freien gemeinschaftlichen Assoziationen und der Verfolgung politischer Anliegen dient. Die Öffentlichkeit als Lese-Schreibkultur ist wieder belebt worden – allerdings auf einem neuen technischen Niveau. Das Netz hat eine Öffentlichkeit auf internationalem Niveau im Rahmen einer nur minimal durch staatliche und rechtliche Instanzen gerahmten freiheitlich-demokratischen Grundordnung entstehen lassen. Aufgrund der sich rasch entfaltenden politischen Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit im Verhältnis zu den etablierten Massenmedien setzen viele Nutzer große Hoffnungen in die emanzipatorischen Potenziale des Internet (Lessig 2004; Krysmanski 2006).

In einer vierten Lesart ist „Web 2.0“ Wissensspeicher und kollektiver Wissensvorrat mit Kollektivgutcharakter, der von den aktiven Internetnutzern in nicht-marktlicher, heterarchischer und nicht-proprietärer Weise produziert, verbreitet und genutzt wird. Charakteristisch ist der erhöhte Stellenwert aktiver Internetnutzer als „Prodnutzer“. Während Printmedien, Rundfunk und Fernsehen durch eine eindeutige Trennung von Sender und Empfänger von Medieninhalten gekennzeichnet sind, bedeutet Prodnutzung die untrennbare Verknüpfung von Urheberschaft, Bewertung, Nutzung und Verbreitung von Informationen, Wissen und verwandten Gütern in der täglichen Nutzungspraxis (Bruns 2007a, 2007b). Der Nutzer ist gleichzeitig Autor, Herausgeber, Administrator, Kommentator, Verbreiter und Nutzer von Medieninhalten. Prodnutzer erarbeiten im Zusammenwirken Content (Inhalte), Code (Softwaretechnische Grundlagen) und Metadaten (Strukturdaten, die Inhalte beschreiben, sortieren, bewerten oder aufbereiten). Content, Code und Metadaten sind frei zugänglich und zu neuen Internetangeboten kombinierbar (Schmidt 2006; Guenther/ Schmidt 2008).

Nach dieser knappen Einführung gehe ich der Frage nach, wie „Web 2.0“ für typische Arbeitsaufgaben der sozialwissenschaftlichen Forschung, Lehre und Praxis genutzt werden kann. Der Aufsatz ist in vier Abschnitte untergliedert. Im ersten Abschnitt stelle ich den „Web 2.0“ Arbeitsplatz vor. Im zweiten Abschnitt diskutiere ich die Potenziale des unter dem Schlagwort „Web 2.0“ bekannten Internet für typische Aufgabenzusammenhänge der Soziologie. Im Vordergrund steht zum einen das Interesse, eine wünschenswerte Öffentlichkeit für die soziologische Profession zu generieren, zum anderen die Frage, wie „Web 2.0“ für die Aufgabenbewältigung der sozialwissenschaftlichen Forschung, Lehre und Berufspraxis nutzbar gemacht werden kann. Der dritte Abschnitt ist dem professionellen Auftreten des Sozialwissenschaftlers in der Öffentlichkeit mit der Zielsetzung einer wünschenswerten Wahrnehmbarkeit gewidmet. Im abschließenden vierten Abschnitt „Schluss-

folgerungen“ unterbreite ich Vorschläge zur Verbesserung des internetöffentlichen Auftretens der soziologischen Profession.

1. Arbeitsplatz 2.0

Legt man sich einen „Web 2.0“-Arbeitsplatz an, verlagert man Kernfunktionen der Arbeits- und Selbstorganisation ins Internet oder in web-basierte Anwendungen, um die eigene Aufgabenbewältigung im Zusammenwirken mit anderen Personen, Gruppen, Abteilungen oder Organisationen zu koordinieren, das eigene Selbst- und Zeitmanagement zu optimieren und das Internet und dem eigenen Computer, Laptop oder mobilen Endgerät zu vernetzen.

Einfache Funktionen der Arbeits- und Selbstorganisation werden bei Google kostenlos angeboten. Trägt man seine Termine in „Google Kalender“ ab, werden die Einträge in Tages-, Wochen- und Monatsansichten und Terminauflistungen angezeigt und Benachrichtigungen an den Nutzer versendet. Der Nutzer legt fest, ob ein Termin privat oder öffentlich ist. In den Standardeinstellungen wird definiert, ob der Kalender privat oder öffentlich geführt wird. Google Maps könnte sich als nützlich erweisen, wenn man häufiger Termine an verschiedenen Orten wahrnimmt. Auf einer personalisierten Landkarte speichert der Nutzer seine Suchanfragen und Wegbeschreibungen ab und sie lässt sich auf Wunsch auf dem Mobiltelefon anzeigen.² Betreibt der Nutzer ein Weblog, kann er z. B. seinen Kalender und seine personalisierte Landkarte dort integrieren, vorausgesetzt, er hat zuvor der Freigabe (Publikation) zugestimmt. Erste Textverarbeitungs- und Officeanwendungen auf Browserbasis sind inzwischen kostenlos verfügbar. Die Text- und Tabellenfunktion von Google ermöglicht dezentrale Zusammenarbeit in Echtzeit. Allerdings sollte bei der Nutzung auch beachtet werden, dass Google kaum für die Sicherheit der dort gespeicherten Dokumente in Haftung genommen werden kann und stets eine Backup-Speicherung der Daten anzuraten ist (Köhler 2008, S. 6). Für Nutzer, die an einer globalen web-basierten Arbeitsorganisation interessiert sind, könnte atoolo eine Alternative sein. Atoolo³ ist ein browserbasierter Desktop im Internet, der Speicherplatz für eigene Daten, eine Ordnerstruktur sowie Werkzeuge für gemeinsames Arbeiten bereithält und deshalb für Personen geeignet ist, die ihre Arbeit an verschiedenen Orten verrichten.⁴

Im Arbeitsalltag eines Sozialwissenschaftlers sind Informationsrecherchen Standard. Mit weit verbreiteten Suchmaschinen wie Google und Yahoo! lässt sich ein Großteil des Suchaufwandes bewältigen. Neben der Standardsuche empfiehlt sich vor allem die Verwendung der erweiterten Suchfunktionen (News, Blogs, Bücher, Google Scholar etc.).⁵ Wer das Internet nach Themen durchsucht, die nur bedingt mit dem Informationsbedür-

2 Beide Funktionen sind auf www.google.de unter den Zusatzfunktionen zu finden: <http://www.google.com/intl/de/options/> (Stand: 27.03.08).

3 Wie Google ist atoolo durch Werbung finanziert und wird deshalb kostenlos angeboten. Atoolo ist zu erreichen unter: www.atoolo.de (Stand: 27.03.08).

4 Da der verfügbare Speicherplatz bisher die Größenordnung eines Memorysticks hat, ist ein Arbeiten im Netz wie am eigenen Computer oder Laptop mit Atoolo bisher noch nicht möglich. Die Fortsetzung dieser technischen Entwicklung unterstellt, dürfte das Internet als Arbeitsplatz 2.0 zur Bewältigung täglicher Aufgaben an die Stelle teurer Programmapplikationen auf dem Computer treten.

5 Google Scholar <http://scholar.google.de/schhp?hl=de> (Stand: 27.03.08).

fnis der Masse kompatibel ist, profitiert möglicherweise von der Entwicklung eines „personalized verticals“, d. h. einer auf spezifische Informationsbedürfnisse abgestimmten Suchmaschine. Ein „personalized vertical“ fügt jeder Sucheingabe Schlüsselwörter hinzu, definiert die für das Suchgebiet bedeutendsten Webseiten und Dateiformate. Der Suchalgorithmus wird beeinflusst, um Ergebnisse für eine akademische Disziplin, Spezialgebiet oder Projektthema systematisch zu bevorzugen (z. B. ‚Korruption‘ oder ‚Heiratsmarkt‘).⁶ Die Entwicklung einer solchen Suchmaschine ist jedoch arbeitsintensiv.⁷ Leider fehlen bisher ‚Meme tracker‘, also Programme, die das Internet systematisch nach Quellen und Beiträgen zu soziologischen Themen (z. B. ‚Neoinstitutionalismus‘) durchforsten und Quellen und Beiträge in aggregierter Form zugänglich machen. Sehr wohl gibt es eine Vielzahl redaktioneller Angebote, die beim Auffinden soziologischer Quellen und Beiträge behilflich sind.⁸

Die Erschließung, Sortierung und Verschlagwortung gefundener Webseiten ist eine Herausforderung für sich. Kollektive Verschlagwortungssysteme im Internet sind der Linksammlung in der Browsersoftware auf dem eigenen PC überlegen, weil man einmal markierte Linkverbindungen unabhängig vom Zugriffsort verwalten und mit anderen Nutzern austauschen kann. Ein kollektives Verschlagwortungssystem ist eine anonyme Gemeinschaft von Nutzern, die Webseiten mit Social Bookmarks (Lesezeichen) versehen, den Linkverbindungen also Kategorien, Schlagworte (tags) zuordnen, kommentieren und weiterempfehlen. Kollektiven Verschlagwortungssystemen liegt die Idee der „wisdom of the crowds“ zugrunde. Sie besagt, dass eine große Zahl von Nutzern im Zusammenwirken zu sinnvollen und schlüssigen Zuordnungen gelangt. Leser können eine Sammlung eigener Lesezeichen zusammenstellen, die sie fortlaufend erweitern. Damit erarbeiten sie eine Wissensorganisation für ihren persönlichen Ausschnitt des Internet für ihren persönlichen Bedarf. Zusätzlich erhalten sie Linkempfehlungen von anderen Nutzern. In den letzten Jahren haben sich kollektive Verschlagwortungssysteme als wertvolle Ergänzung zu Suchmaschinen etabliert, da sie nützlich für das individuelle Wissensmanagement sind und zudem das Entstehen von „communities of interest“ befördern (Guenther/Schmidt 2008). Außer-

- 6 Wie Suchmaschinen allgemein basieren „personalized verticals“ auf dem Geschäftsmodell einer engen Verknüpfung von Suchfunktion und personalisierter Werbung. Daher wird der Entwickler eines „personalized verticals“ aufgefordert, personalisierte Werbefunktionen so zu konfigurieren, dass die Zielgruppe potenzieller Nutzer auf ihre Informationsgewohnheiten abgestimmte Werbung erhält. Dafür lassen sich mit „personalized verticals“ Preise in dreistelliger Euro-Höhe erzielen.
- 7 Eurekster ermöglicht die Entwicklung von Swikis unter <http://www.eurekster.com/>; Rollyo unter <http://www.rollyo.com/> (Stand: 27.03.08).
- 8 Ein Beispiel für die Aufbereitung der Daten zu wissenschaftlichen Weblogs ist das Wissenschaftscafé von Marc Scheloske, in dem sowohl Hitlisten erfolgreicher Weblogs als auch ein Newsticker angeboten werden <http://www.wissenschafts-cafe.net/>. Ein zweites Beispiel ist die auf statistische Auswertung stabiler Linkverbindungen zwischen Weblogs gerichtete Metaroll von Benedikt Köhler, der einen Kanal für wissenschaftliche Weblogs anbietet <http://www.metaroll.de/metaroll.php?seite=1&topic=science&sort=tech>. Ein drittes Beispiel ist die Linksammlung in meinem Wikiweb http://sozwiki.de/wiki/index.php?title=Hauptseite#Soziologische_Linksammlung, in die sich jeder Anbieter eines soziologischen Internetangebots eintragen kann. Schließlich bietet Intute in Großbritannien eine nach Fachdisziplinen sortierte Datenbank http://www.intute.ac.uk/socialsciences/cgi-bin/search.pl?term1=blog*&gateway=Sociology (Stand: 27.03.08).

dem bieten die meisten Dienste die Möglichkeit, Link-Empfehlungen in das eigene Weblog oder die eigene Homepage einzufügen.⁹

Die Vielzahl relevanter Quellen und Nachrichten im Internet übersteigt die Menge an Information, die man gewöhnlich bewältigen kann, um ein Vielfaches. Das Verfolgen aller relevanten Nachrichten und Quellen ist mühselig. Um aktuelle Meldungen aus den wichtigsten Nachrichtenquellen nicht zu versäumen, empfiehlt sich ein FeedReader. Ein FeedReader ist ein Programm, das Webseiten auf neue Nachrichten überprüft und alle aktuellen Nachrichten an einem Ort gebündelt anzeigt. Immer mehr Webseiten der großen Nachrichtenanbieter, neuere Webseiten von Forschungseinrichtungen und Weblogs bieten Newsfeeds an. Deshalb sollte ein FeedReader Bestandteil der Arbeitsorganisation eines Sozialwissenschaftlers sein.¹⁰

Eine markante Veränderung der täglichen Arbeitsroutinen ergibt sich, wenn man Social Software für die Aufgabenbewältigung verwendet. Weblogs und Wikiwebs sind Open Source Software Produkte, die kostenlos zum Download bereit gehalten und von der Open Source Community kontinuierlich erweitert, aktualisiert und nachgebessert werden.¹¹ Ein erster Schritt besteht darin, ein Weblog für eine akademische (Teil-)Disziplin, Forschungsinstitut oder Projekt einzurichten. Ein Weblog dient dazu, aktuelle Meldungen (z. B. Ziele, Aufgaben, Projektstatus, Aktivitäten, Erfolge) zu publizieren, die Stufen und Phasen der Aufgabenbewältigung zu dokumentieren und für einen bestimmten Adressatenkreis bereitzustellen. Dieser Adressatenkreis kann die Internetöffentlichkeit sein. Man kann den Kreis der Leser aber auch auf registrierte Mitglieder beschränken (z. B. Organisation, Abteilung, Projektgruppe oder Entscheidungsgremium). Eine dritte Möglichkeit ist das rein für den persönlichen Gebrauch bestimmte Weblog. Auch kann der Adressatenkreis für einzelne Meldungen unterschiedlich definiert werden, so dass manche Meldungen internetöffentlich sind, andere ausschließlich der Dokumentation eigener Aktivitäten für den Autor vorbehalten sind (Köhler 2008, S. 9 ff.). Für Sozialwissenschaftler, die die Vorteile der öffentlichen Kommunikation professionell nutzen möchten, sind Kommentare und Trackbacks bedeutsam. Über die Kommentarfunktion des Hinterlassens von Nachrichten hinaus sind Track-

9 Für die Wissensorganisation von Internetobjekten bietet sich an, einen der Dienste wie <http://del.icio.us/> oder <http://www.mister-wong.de/> zu wählen. Man kann aber mithilfe des Bookmarks und Taggens auch eine Wissensordnung von Objekten erzeugen, die nicht im Internet liegen, z. B. von Büchern bei <http://www.librarything.de/> oder von Orten, die man sich merken, kategorisieren, bewerten und ggf. anderen Nutzern empfehlen möchte, wie z. B. bei <http://www.qype.com/>. Eine gute Einführung in kollektive Wissensorganisation im Netz bietet Derrick de Kerckhove mit „The era of the tag“ http://www.mcluhan.utoronto.ca/images/Fellows/technopsy_intro_DdeK_Winter2008_2.pdf (Stand: 27.03.08).

10 Im Internet sind eine Vielzahl von Feedreadern als Freeware erhältlich, z. B. <http://www.google.com/intl/de/options/> sowie der FeedReader von Google <http://www.google.com/reader/> (Stand: 27.03.08).

11 Ein Weblog kann z. B. bei einem der großen Weblogprovider wie z. B. Blogs oder Twodaynet angemeldet werden, oder, sofern der Betreiber eines Weblogs über eigenen Serverplatz verfügt (z.B. in einer Organisation) als Stand-alone-Software auf dem eigenen Server installiert werden, was bei höheren Ansprüchen an Autonomie, Funktionalität und Gestaltungsfreiheit zu empfehlen ist, z.B. mit Wordpress <http://wordpress.org/>, Serendipity <http://s9y.org/> oder Movable Type <http://www.movabletype.org/> und Pivotlog www.pivotlog.net. Wünscht man sich eine Wikisoftware wie in der Online-Enzyklopädie Wikipedia, empfiehlt sich ein Mediawiki <http://www.mediawiki.org/wiki/MediaWiki>. (Stand: 27.03.08).

backs Link-Benachrichtigungen, die an andere Weblogs adressiert sind. Hat man eine Meldung zum Thema „Aktivierende Arbeitsmarktpolitik mit Hartz IV“ abgefasst, „klopft“ man mit dem Trackback beim Adressaten an und eröffnet ihm die Möglichkeit zu antworten. Damit entsteht nicht nur eine netzwerkförmige Struktur von Kommentaren und Trackbacks, sondern eine diskursive Struktur. Autoren stehen in einem fortlaufenden Gespräch miteinander. Aus diesen Gesprächen entwickeln sich teils stabile, teils dynamische Beziehungen, die in Linkverbindungen abbildbar sind (Schmidt 2008b). Bloggen etabliert einerseits einen Sozialzusammenhang, andererseits eine kollaborative Form der Produktion, Verbreitung und Nutzung von Informationen, Wissen und verwandten Gütern. Diese neue Form der Arbeitstechniken kann auf vielfältige Weise in informations-, wissens- und arbeitsintensiven Wertschöpfungsprozessen eingesetzt werden (Schmidt/Mayer 2007; Guenther/Schmidt 2008). Die für den Gegenstandsbereich oder das Projekt relevanten Nachrichten können in einem FeedReader gebündelt werden. Externe Informationen können in das Weblog integriert und angezeigt werden. Die Leser können ein Feed abonnieren und in ihrem persönlichen FeedReader über aktuelle Meldungen auf dem Laufenden gehalten werden. Neuere Erweiterungen der Weblog-Software ermöglichen zudem die Verknüpfung zwischen Weblog und Mobiltelefonie: Informationen (z. B. Kommentare) aus dem Weblog können auf dem Mobiltelefon angezeigt werden. Umgekehrt bieten einige Mobilfunk-Modelle die Möglichkeit, Inhalte zum Weblog zu versenden.

Wählt man für die Aufgabenbewältigung ein Wikiweb, steht die Erstellung, Bearbeitung sowie ggf. die Publikation von Dokumenten aller Art im Vordergrund. Ein Wiki ist eine datenbankbasierte Sammlung von Webseiten, die von den Benutzern nicht nur gelesen, sondern auch direkt online geändert werden können. Wikis ermöglichen es einer Gruppe von Autoren und Benutzern, kollaborativ an Texten zu arbeiten. Durch Verwendung einer standardisierten Syntax werden Inhalte mit Formatinformationen versehen, sodass der Datentransfer zwischen verschiedenen Formaten und für den Druck automatisch erfolgt. Ziel eines Wikiweb ist es, den gemeinsam geteilten Wissenskorpus eines bestimmten Personenkreises zu bündeln und zu verschriftlichen. Inzwischen werden Wikis vermehrt für die Durchführung von Projekten, der Aufbereitung, Strukturierung und der Erhöhung der Transparenz des Wissens in Organisationen eingesetzt (Mayer/Schoeneborn 2008, S. 140 ff.). Eine Arbeitsgruppe könnte einen Projektantrag schreiben, Hauptfragen, Teilaufgaben und Arbeitsschritte definieren, das Projekt nach einem zuvor festgelegten Arbeitsplan durchführen, Resultate dokumentieren und gemeinsam einen Abschlussbericht verfassen. Während Weblogs im Kern auf die Aktualität der Meldungen und Beiträge abzielen, steht bei Wikis die kollaborative und heterarchische Erzeugung von Wissen durch Wissensaustausch im Vordergrund – sei es internetöffentlich, sei es für einen geschlossenen Personenkreis, sei es für die persönliche Arbeitsorganisation. Auch lassen sich beide Formate kombinieren.

2. „Web 2.0“ in der sozialwissenschaftlichen Forschung und Lehre

Für den Soziologen ist die Gesellschaft – somit auch die Internetöffentlichkeit – Forschungsgegenstand, Feedbackschleife und Publikum in einem. Doch bisher werden die mit „Web 2.0“ verknüpften Internetanwendungen in der soziologischen Profession hauptsächlich mit Dilettantismus, Plagiatismus und zusätzlicher Arbeit assoziiert. Nachwuchswissenschaftler mit Online-Biografie sehen sich mit unverhohlenen Vorwürfen der Zeitver-

geudung und verminderten Aufstiegschancen konfrontiert, hätten sie ihre Zeit doch besser in wissenschaftliche Abhandlungen investiert. Instituts- und Dozentenhomepages werden bisher zumeist einer Pressestelle, einem Sekretariat oder einer studentischen Hilfskraft übertragen. Kein Wunder, dass die Potenziale des „neuen Netz“ für den professionellen Gebrauch bisher kaum erschlossen sind und es anderen Disziplinen besser als der Soziologie gelingt, Öffentlichkeit zu generieren. Dabei werden seit Jahren soziologische Zeitdiagnosen über die Gegenwartsgesellschaft als Informations-, Kommunikations- und Medien-gesellschaft publiziert. Dabei wird auf zunehmende Kommunikationszwänge als Folge der Vermehrung, Beschleunigung, Verdichtung und globale Reichweite der Kommunikation hingewiesen (Münch 1995). Mit der Verbreitung von Internet und „Web 2.0“ hat die beobachtbare Entwicklung eine solche Beschleunigung erfahren, das Internet eine solche Größe, Heterogenität und Internationalität erreicht, dass die Zeitdiagnosen aus den 1990er Jahren im Rückblick als milder Vorgeschmack auf die gegenwärtige Internetkommunikation erscheinen (aktuell z. B. Schmidt 2006; Schelske 2007; Zerfass/Welker/Schmidt 2008). Das Internet könnte Arbeitsplatz, Bibliothek, methodisches Instrumentarium, Arbeitskreis, Visitenkarte, Feedbackschleife und Publikum in einem sein, würde man seine Potenziale wirklich ausschöpfen. Doch weckt das Erscheinungsbild der Soziologie im Netz eher den Eindruck, als habe McLuhan uns alle verkabelt und die Soziologie die von McLuhan vorweggenommene Entwicklung nicht mitbekommen (De Kerckhove 2008). Allerdings setzt der aktive Internetgebrauch auch eine gewisse Medienkompetenz voraus, denn die Nutzer erzeugen kontinuierlich Content, Code und Metadaten und verfügen über Erfahrungswissen aus ihrem täglichen Gebrauch des Internet. Einfache Programmierkenntnisse gestatten zudem „schöpferische Zerstörung“ als Rekombination von Content, Code und Metadaten zu neuen Informationsangeboten (Schumpeter 1911/64; Burt 2005, S. 58 ff.; Guenther/Schmidt 2008). Daher ist dieser Abschnitt der Frage nach dem Potenzial des Internet, insbesondere der Social Software für den professionellen Gebrauch für den Sozialwissenschaftler gewidmet.¹²

So könnte ein Forschungsinstitut¹³ seine öffentliche Repräsentation in Form eines Weblogs gestalten. In einem statischen Teil könnte das wissenschaftlichen Personals, Forschungsprojekte, Publikationen und Service präsentiert werden. Im dynamischen Teil findet man bisher üblicherweise aktuelle Kurzmeldungen oder Pressemeldungen. Nicht ausgeschöpft wird bisher das Potenzial, dass Direktorat, Wissenschaftler, Dozenten, Doktoranden und je nach Institutsausrichtung andere Führungskräfte selbst Meldungen und Diskussionsbeiträge verfassen. Damit können sie der gesellschaftlichen Relevanz der Forschungsgegenstände Nachdruck verleihen. Sie können selbst Position beziehen. Nutzt ein sozialwissenschaftliches Institut für sein Weblog eine *Stand-alone-Software*, behält es die Souveränität über die eigene Selbstdarstellung, weil die Daten – externe Dienste ausgenommen – auf dem eigenen Server gelagert werden. Zusätzlich sollte das Institut ein RSS Feed anbieten, damit ihr Publikum aktuelle Meldungen den täglichen Nachrichtenmix

12 Die Verfasserin legt Wert darauf, die Schaffung von Öffentlichkeit für die Themen und Fragen der Soziologie im Internet nicht als Konkurrenz, sondern vielmehr in einem Komplementärverhältnis zu Öffentlichkeit in Printmedien, Rundfunk und Fernsehen zu sehen.

13 Analog zur Institutshomepage kann auch die Homepage einer Teildisziplin und Arbeitsgruppe ausgestaltet sein.

einbeziehen kann.¹⁴ Für ein sozialwissenschaftliches Forschungsinstitut kann ein Weblog vornehmlich die Presse- und Public Relations Funktion erfüllen. Sind wissenschaftliches Personal und Doktoranden bereit, Beiträge zu ihren Hauptthemen und Forschungsschwerpunkten online zu publizieren, wird ein Dialog zwischen Forschern des Instituts mit anderen Forschern und interessierten Laien befördert und ‚nebenbei‘ Aufmerksamkeit auf die wissenschaftlichen Publikationen gelenkt. Damit forciert das Institut den Dialog mit seinem Publikum. Ein angenehmer Nebeneffekt ist eine erhebliche Verbesserung der Auffindbarkeit bei Suchmaschinen, denn diese begünstigen aktuelle und häufig angeklickte Webseiten.

Für Aufgabenbewältigung und Wissensmanagement eines Instituts¹⁵ bietet sich in besonderer Weise das Wikiweb an, das einen kollaborativen Wissensaustausch nach Maßgabe der Inhalte und Arbeitsaufgaben befördert und damit die meisten der Funktionen übernimmt, die in Organisationen zumeist über E-Mail-Verteiler bewältigt oder in Intranets abgelegt werden: Meldungen für die Mitarbeiter mit Terminen, Regeln, Absprachen, To-Do-Listen, Formulare, Schemata für projekt- und aufgabenbezogene Aktivitäten, welche in Jahresberichte einfließen. Der Vorteil eines Wikiwebs anstelle eines statischen Intranet besteht darin, dass jeder Mitarbeiter – die entsprechenden Nutzerrechte vorausgesetzt – ohne Programmierkenntnisse neue Einträge einrichten, Linkverbindungen zwischen den Einträgen hinzufügen, Inhalte einpflegen, bisherige Inhalte aktualisieren oder löschen und Dokumente bereit stellen kann. Dadurch werden die Erarbeitung eines gemeinsamen Wissenskorpus und die Integration des Intranet in „echte“ Arbeitsprozesse durch ein Wikiweb erleichtert.

Ein Projektblog zielt darauf ab, öffentliche Aufmerksamkeit für ein Forschungsprojekt zu gewinnen und ein breiteres Publikum von der Bedeutung eines Forschungsthemas zu überzeugen. Der statische Teil eines Projektblogs beinhaltet etwa eine Kurzdarstellung des Forschungsgegenstands, der Forschungsfrage, der Vorgehensweise, des zeitlichen und institutionellen Rahmens sowie eine stichwortartige Präsentation des Forschers oder Forscherteams. Im Vordergrund stehen jedoch aktuelle Berichte und Statements zu den Fragen, Themen und Forschungsergebnissen des Projekts und von projektrelevanten Ereignissen. Erfolge, Auszeichnungen, Pressemeldungen, öffentliche Resonanz auf ein Forschungsprojekt zu dokumentieren, eignet sich hervorragend für ein Weblog. Immerhin dient ein Projektblog auch dazu, die Öffentlichkeit für spätere Publikationen zu schaffen oder zu vergrößern.¹⁶ Gute Qualität der Beiträge und regelmäßige Aktualisierung vorausgesetzt,

14 Ein E-Mail-Newsletter, auf dem sich Interessierte selbst eintragen können, ist bereits ein guter Schritt in die Richtung. Doch viele Nutzer klagen ohnehin über Überlastung ihres E-Mail-Postfachs, und aktive Internetnutzer lassen sich täglich neu erscheinenden Meldungen in ihrem Newsfeed anzeigen, z. B. in einer Kategorie „Nachrichten aus Instituten“. Sie empfinden das als praktischer, weil keine E-Mail versandt werden muss.

15 Analog zur Institutshomepage kann auch die Homepage einer Teildisziplin und Arbeitsgruppe ausgestaltet sein.

16 Mittlerweile gibt es eine Reihe soziologischer Weblogs. Zu den erfolgreichsten soziologischen Weblogs zählen Orgtheory <http://orgtheory.wordpress.com/>, Scatterplot <http://scatter.wordpress.com/>, Rethinking Markets <http://rethinkingmarkets.org/>, Wissenswerkstatt <http://www.wissenswerkstatt.net/> und Sozlog <http://sozlog.de/>. Beispiele für Projektblogs sind „Surveillance Studies“ <http://www.surveillance-studies.org/blog/>, „Jugendszenen“ <http://www.jugendszenen.com/>, „Kulturwissenschaftliche Technikforschung“ <http://technikforschung.org/>.

findet sich meist rasch ein Kreis von Wissenschaftlern, Nachwuchskandidaten, Praktikern und interessierten Laien zusammen, die diskutieren, Erfahrungen austauschen und einander Unterstützung gewähren. Je nach Forschungsgegenstand und Methodologie kann das Weblog auch für die Datenerhebung selbst (z. B. Onlineerhebung) oder als Feedbackschleife (z. B. Diskussion von Thesen) genutzt werden. Allerdings erwartet der Leserkreis vom Forscher auch Informationen über die Resultate einer Onlineerhebung oder ein vorläufiges Fazit über eine kontroverse Diskussion. Das Wissensmanagement mit Bezug auf Planung und Durchführung von Forschungsprozessen sind in einem Wikiweb gut aufgehoben. Es sollte auf das Innenleben der Institution begrenzt bleiben. Hier sind Hauptfragen zu definieren und Teilaufgaben zu bearbeiten, projektrelevante Informationen zusammenzutragen, Verzeichnisse anzulegen und Berichte zu verfassen. Dabei lassen sich alle Phasen und Stufen so dokumentieren, dass Kollegen und Vorgesetzte Einblick in Wissensstand, Planung und Durchführung eines Projekts nehmen können.

Ein Wissenschaftlerblog ist auf die Person des Wissenschaftlers fokussiert und kann auch in die Arbeitstechniken einbezogen werden. Damit wird das Blog zum „wissenschaftliches Journal“, in dem systematische Reflexionen, Besprechungen relevanter Literatur, Beobachtungen, Gesprächsnotizen, evtl. sogar Gedanken und Träume festgehalten werden können.¹⁷ (Mills 1959; Köhler 2008, S. 10 ff.). Dank der Funktion der „privaten Meldungen“ ermöglichen Weblogs zudem eine laufende Dokumentation über den Fortgang der eigenen Forschungsarbeit oder Projekts sowie Ergebnisprotokolle aus Besprechungen in Form privater Notizen als „Projekt-Tagebuch“.

In der Lehre bietet Social Software vielfältige Möglichkeiten für die öffentliche Repräsentation, interne Koordination und als didaktisches Tool. Das an den Hochschulen bereits weit verbreitete Learning-Management-System „Moodle“¹⁸ sowie das an der ETH Zürich entwickelte LMS „Olat“¹⁹ basieren auf einer Kombination von Blog- und Wikisoftware sowie weiteren Elementen aus dem Bereich der Social Software. Es handelt sich um Lernplattformen auf Open Source Basis, die kooperative Lehr- und Lernmethoden unterstützen. LMS sind von Vorteil, wenn der Dozent den Zugang zur Lernplattform auf den Teilnehmerkreis beschränken, dafür jedoch alle relevanten Materialien online bereitstellen möchte.²⁰ Unter der Voraussetzung, dass die Teilnehmer keine Studienanfänger mehr sind, bieten internetöffentliche Lehrblogs²¹ und Wikiwebs²² jedoch ebenfalls Vorteile: (1) Schaf-

twoday.net/ sowie „Commercial Communities“ <http://markeninstitut.wordpress.com/> (Stand: 27.03.08).

17 Für diese Anwendungsform erscheint mir wichtig, besonders hervorzuheben, dass Blogs die Möglichkeit bieten, einzelne Beiträge mit Passwortschutz zu versehen oder sie auch ganz privat zu halten. Es liegt im Ermessen des einzelnen Wissenschaftlers, wie viele und welche Informationen man von sich preisgibt.

18 Moodle: <http://www.moodle.org> (Stand: 27.03.08).

19 Olat: <http://www.olat.org> (Stand: 27.03.08).

20 Die Soziologin Sophie Mützel berichtet im CMS-Journal über ihre äußerst positiven Erfahrungen mit der Lernplattform „Moodle“ bei der praktischen Durchführung ihrer Kurse und einem sehr positiven Feedback durch die Teilnehmer <http://edoc.hu-berlin.de/cmsj/26/muetzel-sophie/XML/16.xml> (Stand: 27.03.08).

21 Als Beispiele für Lehrveranstaltungsweblogs dienen z. B. „Digital Ethnography“ von Mike Wesch an der Kansas State University <http://mediatedcultures.net/ksudigg/> sowie „Internet Gesellschaft“ <http://www.internet-gesellschaft.net/wordpress/> an der Universität Münster.

fung einer „Veranstaltungshomepage“, (2) Koordination im Hinblick auf Termine, Lektüreprogramm, Referate, Arbeitsgruppen, Präsentationen, Bewertungskriterien oder Prüfungsmodalitäten, (3) Bereitstellung einer interaktiven Lehr- und Lernplattform, kollaborative Erarbeitung von Inhalten. (4) Internetöffentliche Kommunikation der Beiträge mit der Möglichkeit, dass Kommilitonen, Dozenten, Experten aus anderen Hochschulen, Forschungsinstituten oder der Berufspraxis kommentieren und ggf. editieren können. Damit wird der Charakter der Beiträge als „perpetual beta“ explizit. Die Beiträge gelten also immer als überarbeitungsbedürftig. Multiautorenschaft, dezentrales und vernetztes Arbeiten werden als soziale Wirklichkeit des Internet praktisch erfahrbar. (5) Herausbildung eines für eine Lehrveranstaltung aussagekräftigen Wissenskorpus. (6) Dokumentation der Stufen und Phasen des Entstehens des gemeinsamen Wissenskorpus aufgrund der Versionierung der Beiträge, in der sämtliche Bearbeitungsschritte und Teilnehmerleistungen aufgelistet sind. Damit vermittelt Social Software auch Rückschlüsse auf Wissenslücken, Schwächen und Mängel und Lernbedarfe der Studierenden. Der internetöffentliche Gebrauch von Social Software in der akademischen Lehre folgt der Idee einer offenen Universität. Interessierten Laien und externen Experten und Dozenten aus anderen Hochschulen soll Einblicke in laufende Lehrveranstaltungen gewährt werden. Studierende der Sozialwissenschaften erleben eine an ihre Berufswirklichkeit angepasste Lernumwelt, in der öffentlich artikulierte Erwartungen, Fragen und Austausch von Argumenten zur Normalität gehören.

3. „Web 2.0“ für öffentliches Auftreten, Reputations- und Beziehungsmanagement

Eine dritte, wenngleich nicht weniger bedeutsame Funktion des Social Web betrifft das öffentliche Auftreten des Wissenschaftlers und seine professionelle Vernetzung. Das Internet bietet Wissenschaftlern, Fach- und Führungskräften aus der Berufspraxis noch bis vor kurzem ungeahnte Chancen. Die wichtigsten Funktionen sind Selbstdarstellung (Eigen-PR), Wissensaustausch, Beziehungs- und Reputationsmanagement.

Weblogs eignen sich nicht nur als Arbeitstechnik, sondern ebenfalls für die professionelle Selbstdarstellung, speziell für Promovenden und Nachwuchswissenschaftler. Aufgrund befristeter Arbeitsverhältnisse, der Gleichzeitigkeit verschiedener Aktivitäten und dem Erfordernis, bei Bewerbungen ein breites Spektrum berufsrelevanter Aktivitäten und Qualifikationen nachzuweisen, erweist sich ein eigenständiges professionelles Auftreten als karrierewirksam. Viele Institute bieten den Wissenschaftlern keine oder begrenzte Möglichkeiten, eine informative eigenständige Homepage aufzubauen. Die einfachste und zudem kostenlose Lösung ist das Wissenschaftlerblog als private Homepage. Hier stehen die

22 Erfahrungsberichte kommen großteils aus den Kommunikationswissenschaften: In ihrem Praxisbericht „Net-Wiki, PR-Wiki, KoWiki – Erfahrungen mit kollaborativer Wissensproduktion in Forschung und Lehre“ (2007) berichten Steffen Büffel, Thomas Pleil und Jan Sebastian Schmalz von ihren Erfahrungen mit dem Einsatz von Wikiwebs in der akademischen Lehre anhand der Projekte Netwiki <http://www.net-wiki.de/index.php?title=Hauptseite>, PR Wiki <http://www.pr-wiki.de/> und Kowiki <http://kowiki.uni-muenster.de/index.php/Hauptseite> an den Hochschulen Münster, Darmstadt und Trier. Nach ihrer Erfahrung haben sich Wikis als wertvolles Instrument der Wissensarbeit und Textproduktion durch die zunächst gleichberechtigte Beteiligung von Forschenden, Studierenden und Lehrenden bewährt.

Person, ihre Forschungsinteressen, Publikationen, Lehrveranstaltungen, Mitgliedschaften in professionellen Vereinigungen, Geschäftskontakte, Leistungen und Auszeichnungen im Mittelpunkt. Der Wissenschaftler berichtet laufend über Aktivitäten, Interessen und Erfolge, kündigt Vorträge an oder bittet die Leser um Feedback zu Arbeitspapieren (Schmidt 2005; Köhler 2008, S. 11).²³ Ein Wissenschaftlerblog dient auch dazu, bereits während der Durchführung eines Forschungsvorhabens eine Leserschaft für Publikationen hervorzu-bringen, die erst später erscheinen werden. Eine ansprechende Selbstpräsentation umfasst neben der reinen Textform auch Hyperlinks, Fotos, Video, Podcast, Folienpräsentation, Link-Empfehlungen oder Hinweise auf die eigene Arbeitsbibliothek. Wie die Schriften von Georg Simmel über die Kreuzung sozialer Kreise und die Ausbildung der Individualität im Zusammenhang mit der Erweiterung der Gruppe und die gegenwärtige Netzwerktheorie lehren, profitieren Akteure mit einer Zunahme von Handlungsautonomie und Authentizität, wenn sich ihre Interaktionsnetzwerke erweitern und differenzieren (Simmel 1983, S. 456 ff., 1992, S. 791 ff.; Burt 2005). Wertvoll sind Linkbeziehungen, Kommentare und Trackbacks in Weblogs, weil im Zuge der fortlaufenden Konversationen sowohl ein weit gespanntes Netzwerk von Sozialbeziehungen zu anderen Wissenschaftlern, Experten und Lesern weit über den institutionellen Zusammenhang und lokalen Wirkungskreis hinaus etabliert wird, das sich auch unter dem Aspekt zukünftiger Beschäftigungschancen positiv auswirken kann. Kurz: Ein Wissenschaftler legt ein Weblog aus dem gleichen Grund an, aus dem er auch eine Konferenz besucht. Er will den eigenen Handlungsradius und Horizont über die regionale, institutionelle und disziplinäre Beschränkungen hinaus erweitern, und er will sprachliche und kulturelle Grenzen überwinden.

Social Networking Sites wie z. B. Xing, Facebook und LinkedIn sind eine wertvolle Infrastruktur für das Beziehungs- und Reputationsmanagement von Wissenschaftlern, Dozenten, Fach- und Führungskräften aus der beruflichen Praxis. Zum Zweck der professionellen Vernetzung hat der Berufsverband Deutscher Soziologinnen und Soziologen (BDS) eine Gruppe „Soziologie“ auf Xing, Dr. Benedikt Köhler eine Gruppe „Soziologie“ auf Facebook eingerichtet.²⁴ Eine neuere Entwicklung sind auf Social Software basierende Social Networking Webseiten wie mixxt²⁵. Sie verknüpfen die Communities mit anderen Funktionen der Social Software. Im Vergleich zu passwortgeschützten Webseiten im herkömmlichen Stil bieten mixxt-Netzwerke verschiedene Vorteile: Mixxt-Netzwerke lassen sich wahlweise als internetöffentliche oder private Netzwerke einrichten. Der Gründer eines Interaktionsnetzwerks ist automatisch Administrator. Er selbst trifft Festlegungen über Funktionen, Design, äußeres Erscheinungsbild und Nutzerrechte. Der Nachrichtenverteiler ist dem herkömmlichen E-Mail-Verteiler überlegen, weil jedes Mitglied seine eigene „Nachrichtenzentrale“ hat, in der es persönliche Nachrichten mit allen anderen Mitglie-

23 Öffentliche Weblogs sind auf Diskurs und lebhaft, kontroverse Diskussion angelegt. Erfahrungsgemäß wird nicht nur in Gruppenweblogs, sondern über Link- und Trackbackfunktionen auch in den Weblogs einzelner Wissenschaftler die Möglichkeit zu einer kontroversen Diskussion intensiv genutzt. In einer informellen Atmosphäre werden Positionen ausgetauscht, Standpunkte bezogen und verteidigt. Da einmal publizierte Beiträge, Kommentare und Trackbacks im Netz stehen bleiben, empfiehlt es sich, Positionen zu beziehen, die man auch in einer kontroversen Diskussion gut verteidigen kann.

24 Die Gruppe des BDS auf Xing ist unter <https://www.xing.com/net/berufsverbandsoziologen/> zu finden, die Gruppe <http://www.facebook.com/group.php?gid=4818915023> (Stand: 20.03.08).

25 www.mixxt.de (Stand: 24.03.08).

dern austauschen und den Nachrichteneingang aus mehreren mixxt-Mitgliedschaften bedarfsgerecht verwalten kann. Besonders ansprechend an der Plattform mixxt ist vor allem das Ereignis-Tool. Darin werden alle Informationen zu einer Veranstaltung zusammengetragen: (1) Worum geht es? (Inhaltliche Beschreibung) (2) Termin und Ort der Veranstaltung (Verknüpfung mit Google Maps hilft beim Finden des Veranstaltungsortes). (3) Wer kommt? (Fotos der Mitglieder werden angezeigt). Je nach Veranstaltungsart optional zusätzlich: (4) Wie viele Kollegen oder Freunde bringt man mit?

In der letzten Zeit haben die Medien vermehrt auf das ‚lange Gedächtnis‘ des Internet und daraus resultierende Gefährdungen für Beschäftigungschancen und Privatsphäre hingewiesen. Viele Personalabteilungen geben teils freimütig, teils hinter vorgehaltener Hand zu, eine personenbezogene Suche bei ihren Angestellten und bei der Bewerberauswahl einzusetzen. Doch lässt sich der Nachweis des „Bewerber-Googeln“ im Einzelfall kaum juristisch einwandfrei führen. Eine personenbezogene Suche zu einem Eigennamen wie z.B. das ‚Googeln‘ eines Namens oder die Namenseingabe in der Personen-Suchmaschine Yasni²⁶ fördert Identitätsfragmente in Text-, Bild- oder Profilform aus etlichen Jahren zutage. Verwechslungen sind umso wahrscheinlicher, je häufiger ein Name in der Bevölkerung vorkommt. Folglich sehen sich Nutzer dazu veranlasst, selbst aktiv ein Identitäts-, Beziehungs- und Reputationsmanagement zu betreiben. Eine simple Form des Reputations-, Beziehungs- und Identitätsmanagements ist das ‚Ego-Googeln‘. Gemeint ist die Sucheingabe des eigenen Namens sowie anderer identitätsrelevanter Suchbegriffe als einfachste Form des Monitoring. Eine zweite Form ergibt sich aus den zahlreichen Linkverbindungen, Kommentaren und Trackbacks in Weblogs. Eine dritte Form ist eine Kombination aus Suche nach identitätsrelevanten Objekten, Tagging (Sortierung) und Online-Community wie z. B. bei ClaimID²⁷, MyOnID²⁸ und Yasni. Damit geben sie den Nutzern ein Instrumentarium an die Hand, um eine vorteilhafte Online-Biografie nachzuweisen und nachteilige Verwechslungen auszuschließen. Hinzu kommt, dass ein Soziologe vor dem Hintergrund seines Reflexionsvermögens über den Zusammenhang von Reputation, Beziehungen, Identität und Handeln ohnehin gute Voraussetzungen dafür mitbringt. Der Reputation Defender²⁹ ist auf das Ziel gerichtet, die im Internet hinterlassenen Datenspuren aufzufinden und unerwünschte Objekte zu löschen. Allerdings ist der Reputation Defender kostenpflichtig und eignet sich nur für besonders gravierende Fälle der Reputationsverletzung.

4. Schlussfolgerungen

Mit diesem Beitrag hoffe ich, Potenziale der Social Software für die Verwendung in Forschung, Lehre und professioneller Vernetzung aufgezeigt zu haben. Generell sollte Social Software Gewinn sein und Erleichterung bringen, statt einen zusätzlichen Ballast darzustellen. Deshalb ist von einer Umstellung im Hau-Ruck-Verfahren abzuraten. Empfehlenswert ist es vielmehr, diese zunächst ungewohnten Arbeitsweisen in kleinen Schritten auszuprobieren und sich regelmäßig mit Kollegen oder Freunden über Nutzungserfahrungen auszutauschen. Auch ist der Aufbau einer aktuellen, informativen und benutzerfreund-

26 www.yasni.de (Stand: 24.03.08).

27 <http://claimid.com> (Stand: 27.03.08).

28 <http://www.myonid.de/> (Stand: 27.03.08).

29 <http://www.reputationdefender.com/index.php?lang=de> (Stand: 27.03.08).

lichen Internetseite als Weblog oder Wikiweb eine kreative und anspruchsvolle Tätigkeit. Er setzt redaktionelle Kompetenzen (Schreiben, Herausgebereigenschaft), technische Kompetenzen (Programmieren bzw. Zusammenfügen von Codes) voraus. Dringend anzuraten sind Grundkenntnisse des Urheber- und Presserechts.

Unabhängig von der Entscheidung für oder gegen Social Software ist mit wenigen lobenswerten Ausnahmen besonders gut gepflegter Institutshomepages das internetöffentliche Erscheinungsbild der deutschen Soziologie weit von den Maßstäben entfernt, die man an ‚gute‘ Homepages anlegt: (1) Hoher Informationsgehalt, regelmäßige Aktualisierung und inhaltliche Vollständigkeit (keine Leerseiten!), (2) Auffindbarkeit der Mitarbeiter, Projekte, Publikation, Auszeichnungen und Ereignisse (aktuelle Meldungen, Suchfunktion) (3) Erreichbarkeit des wissenschaftlichen Personals (E-Mail oder Kontaktformular), (4) Englische Version und ggf. eine weitere Fremdsprache (internationale Ausrichtung!), (5) Funktionieren der ausgehenden Linkverbindungen, (6) Open Access: Volltext-Versionen der Publikationen zum kostenlosen Download, (7) Informatorische Serviceleistungen für den Interessenten- und Adressatenkreis (Newsletter und RSS-Feed zur Auswahl), (8) Social Bookmark Icon³⁰ für jede einzelne Webseite bzw. Meldung, um die Empfehlung guter Webseiten durch das Publikum selbst zu erleichtern, (9) Auffindbarkeit und Ansprechbarkeit der Autoren und redaktionell verantwortlichen Herausgeber (Impressum, Haftungsausschluss, Kontaktformular). (10) Darüber hinaus gelten die Standards der Usability, d. h. der benutzerfreundlichen Gestaltung von Internetseiten.³¹ In dem Maße, wie die Verbreitung des Internet und Professionalisierung der Internetkommunikation voranschreiten, steigt auch der Wert eines guten Internetauftritts.

Die Soziologie sollte wirksame Anreize für die Herstellung wünschenswerter Öffentlichkeit schaffen. Hochschulen und Forschungsinstitute könnten Blogger beschäftigen oder ihren Führungskräften, Mitarbeitern und Doktoranden ein zusätzliches Honorar für das Betreiben eines Weblogs zahlen. Außerdem könnten sie professionelle Internetauftritte als Medienkompetenz in Bewerbungsverfahren und bei Berufungen berücksichtigen. Professionelle Assoziationen könnten Preise für herausragende Leistungen bei der Schaffung wünschenswerter Öffentlichkeit sowohl im Internet als auch in den etablierten Medien ausloben. Dann werden sich bald mehr Soziologen entschließen, eine professionelle Internetpräsenz aufzubauen. Das befördert den Dialog der Soziologie mit der Gesellschaft über die und für die sie forscht. Auch müssten die von Instituten bezahlten Blogger zeigen, wie gut sie im Vergleich zu der sich rasch professionalisierenden Szene sind. Dies würde dem internetöffentlichen Auftreten der soziologischen Profession zu einem enormen Entwicklungsschub verhelfen – auch zum Vorteil der bloggenden Wissenschaftler selbst. Wer die Soziologie auf einem hohen Niveau im Netz vertreten sehen möchte, ist schlecht beraten, die Bedeutung und den Wert der Arbeitsresultate gering zu schätzen. Gute Leistungen sind ihr Geld wert und haben Anerkennung verdient.

30 Ein nützlicher Dienst dafür ist <http://www.addthis.com/> (Stand: 27.03.08).

31 Eine nützliche Checkliste bietet das Weblog Dr. Web <http://www.drweb.de/usability/checkliste-usability.shtml> (Stand: 28.03.08)

Literatur

- Bruns, Axel, 2007a. Prodosage: Toward a broader framework of user-led content creation. Vortrag bei der "Creativity & Cognition conference", 13.-15.6.2007, Washington D.C., [http://snurb.info/files/Produsage%20\(Creativity%20and%20Cognition%202007\).pdf](http://snurb.info/files/Produsage%20(Creativity%20and%20Cognition%202007).pdf).
- Bruns, Axel, 2007b. The future is user-led. Vortrag bei der "PerthDAC conference", 15.-18.9.-2007, Perth. [http://snurb.info/files/The%20Future%20Is %20Userled%20\(Perth DAC%202007\).pdf](http://snurb.info/files/The%20Future%20Is%20Userled%20(PerthDAC%202007).pdf).
- Burt, Ronald, 2005: Brokerage and Closure: an Introduction to Social Capital. Oxford: Oxford University Press.
- Büffel Steffen; Pleil, Thomas; Schmalz, Jan Sebastian, 2007: Net-Wiki, PR-Wiki, KoWiki – Erfahrungen mit kollaborativer Wissensproduktion in Forschung und Lehre. In: Stegbauer, Christian; Schmidt, Jan; Schönberger, Klaus (Hrsg.): Wikis: Diskurse, Theorien und Anwendungen. Sonderausgabe von kommunikation@gesellschaft, Jg. 8. Online verfügbar: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/F2_2007_Bueffel_Pleil_Schmalz.pdf.
- De Kerckhove, Derrick, 2008: Als hätte McLuhan uns alle verkabelt – über Relevanz und Genauigkeit des Netzes. Ein Gespräch mit Oliver Zybok. In: Denken 3000. Kunstforum International. Band 190, S. 153-160.
- Gillies, James; Cailliau, Robert, 2000: How the web was born. Oxford: Oxford University Press.
- 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.
- Köhler, Benedikt, 2008: Web 2.0 für Sozialwissenschaftler – Einsatzmöglichkeiten von Wikis, Weblogs und Social Bookmarking in Forschung und Lehre. <http://blog.metaroll.de/wp-content/uploads/2008/01/web2soz.pdf>.
- Krysmanski, Hans-Jürgen, 2006: Emanzipative und subversive Potenziale der neuen Medien. In: Bittlingmayer, Uwe; Bauer, Ulrich (Hrsg.): Die „Wissensgesellschaft“. Mythos, Ideologie oder Realität? Wiesbaden: VS-Verlag. S. 503-522.
- Lessig, Lawrence, 2004: Free Culture. The nature and future of creativity. New York: Penguin.
- Mayer, Florian; Schoeneborn, Dennis, 2008: Wikiwebs in der Organisationskommunikation. In: Stegbauer, Christian; Jäckel, Michael (Hrsg.): Social Software. Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden: VS-Verlag, S. 137-153.
- Mills, John Stuart, 1959: On intellectual craftsmanship. Appendix to The Sociological Imagination. Oxford: Oxford University Press.
- Münch, Richard, 2005: Dynamik der Kommunikationsgesellschaft. Frankfurt/Main: Campus.
- Mützel, Sophie, 2005: Kollaboratives Lernen mit Moodle. In: cms-journal, Nr. 26. <http://edoc.hu-berlin.de/cmsj/26/muetzel-sophie/XML/16.xml>.
- O'Reilly, Tim, 2005: What is the Web 2.0? Design patterns and business models for the next generation of software. <http://www.oreilly.de/artikel/web20.html>.

- Röhle, Theo, 2007: Think of it first as an advertising system: Personalisierte Online-Suche als Datenlieferant des Marketings. In: *kommunikation@gesellschaft*, 8. Jg., Beitrag 1. Online verfügbar: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B1_2007_Roehle.pdf.
- Schelske, Andreas, 2007. *Soziologie vernetzter Medien. Grundlagen computervermittelter Vergesellschaftung*. München/Wien: Oldenbourg.
- Schmidt, Jan, 2006: *Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie*. Konstanz: UVK.
- Schmidt, Jan; Mayer, Florian, 2007: Wer nutzt Weblogs für kollaborative Lern- und Wissensprozesse? In: Dittler, Ullrich; Kindt, Michael; Schwarz, Christine (Hrsg.): *Online-Communities als soziale Systeme. Wikis, Weblogs und Social Software im E-Learning*. Münster: Waxmann. S. 61-80.
- Schmidt, Jan, 2008a: Was ist neu am Social Web? Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen. In: Zerfass, Ansgar; Welker, Martin; Schmidt, Jan (Hrsg.): *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web*. Band 1, Köln: Halem, S. 18-40.
- Schmidt, Jan, 2008b: 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. 71-94.
- Schumpeter, Joseph, 1911/64: *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Berlin: Duncker&Humblot.
- Simmel, Georg, 1992: Die Kreuzung sozialer Kreise. In: *Soziologie*. Frankfurt/Main: Suhrkamp. S. 456-511.
- Simmel, Georg, 1992: Die Erweiterung der Gruppe und die Ausbildung der Individualität. In: *Soziologie*. Frankfurt/Main: Suhrkamp. S. 791-863.
- Stegbauer, Christian; Jäckel, Michael: *Social Software. Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken*. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Van Eimeren, Birgit; Frees, Beate, 2006: ARD/ZDF-Online-Studie 2006: Schnelle Zugänge, neue Anwendungen, neue Nutzer? In: *Media-Perspektiven*, 8. Jg., S. 402-415.
- Voss, Gert Günter; Rieder, Kerstin, 2005: *Der arbeitende Kunde. Wenn Konsumenten zu unbezahlten Mitarbeitern werden*. Frankfurt/Main: Campus.
- Werle, Raymond, 2002: 20 Jahre Internet. Entwicklungspfad und Entwicklungsperspektiven. In: Handel, Kai (Hrsg.): *Kommunikation in Geschichte und Gegenwart*. Freiburg: Georg-Agricola-Gesellschaft. S. 143-159.
- Zerfass, Ansgar; Martin Welker; Schmidt, Jan, 2008 (Hrsg.): *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web*. 2 Bde., Köln: Halem.

Dr. rer. pol. Tina Guenther
Weiermannsbuschweg 7
40822 Mettmann
E-Mail: mail@tguenther.de

Seit Beginn 2006 ist Tina Guenther als freie Autorin und Dozentin tätig. Ihre Forschungsinteressen und Publikationsaktivitäten sind auf Wirtschafts- und Organisationssoziologie sowie auf Technik-, Medien- und Wissenssoziologie im Zusammenhang mit dem Internet bzw. Social Media gerichtet.