

VIRTUELLE COMMUNITIES

Eine neue Menschenform im Cyberspace?

Tom Dassel

1 Einführung

1.1 "Virtual Communities" - eine Idee und ihre Verwertbarkeit

Das Thema "Sozietät im Internet", von dem virtuelle Communities ein Teilaspekt sind, hat längst die Sphäre akademischer Gedankenspieler verlassen. Spätestens seit der Talfahrt der Aktien im Neuen Markt ist klar, dass es in diesem Marktsegment um große finanzielle Risiken für alle Beteiligten geht: Investoren und Anleger, Firmen, die Community-Server als profitables Mittel zur Steigerung ihrer Umsätze betrachten, sowie, - last not least - die Programmierer, 3D-Designer und Sales-/Marketing-Verantwortlichen in der Software-Branche.

Aufgrund der gestiegenen Akzeptanz des Internets im privaten und geschäftlichen Umfeld prognostizierten vor zwei Jahren noch einige Marktforschungsinstitute, dass im Jahr 2003 das Internet mit 2,3 Billionen US-Dollar Umsatz den weltweit drittgrößten Einzelmarkt darstellen werde.¹ In diesem Zusammenhang wurde dem Markt der virtuellen Communities ein "phänomenales Entwicklungspotential" bescheinigt.² Manch einer postulierte gar, dass nur Communities langfristig eine Chance haben, im Online-Bereich profitabel zu sein.

"Unserer Meinung nach werden diejenigen Firmen im Online-Bereich die Nase vorn haben, die virtuelle Communities zur Befriedigung der vielfältigen sozialen und wirtschaftlichen Bedürfnisse organisieren. Nur Unternehmen, die starke virtuelle Communities ins Leben rufen, können letztlich die immer wichtiger werdenden festen Kundenbindungen aufbauen und zusätzliche Einnahmen aus Werbung sowie Nutzungs- und Mitgliedsgebühren erzielen."³

Virtuelle Communities

Die wirtschaftliche Realität hat diese äußerst optimistischen Erwartungen mittlerweile zurechtgestutzt: Kaum überschaubar ist die Zahl der Konkurse und Insolvenzen, die die in diesem Marktsegment aktiven Agenturen und Softwarehäuser ereilt haben.

Wer so genannte Communities installiert und betreibt, verfolgt zuallererst eine betriebswirtschaftliche Intention. Ob dabei die Zweck-Mittel-Korrelation stimmt, ist untrennbar mit der Frage verknüpft, ob und inwieweit das eingesetzte Werkzeug tatsächlich "Mittel"-tauglich ist. Also empfiehlt es sich, unter die Oberfläche zu schauen, um Funktionsmechanismen von Communities und ihre jeweiligen Auswirkungen zu verstehen.

Was also sind "Virtual Communities" oder "Virtuelle Welten"? Bevor wir den Terminus technicus kritisch betrachten und auf seine soziologischen Implikationen hin abklopfen, sei an dieser Stelle eine vorläufige Arbeitsdefinition vorangestellt, wie man sie heute an vielen Stellen im World Wide Web findet:

"Virtuelle Welten sind Online-Umgebungen im Internet, in der *Menschen* genauso natürlich *wie in der realen Welt* interaktiv *kommunizieren*, Geschäfte abwickeln und sich unterhalten lassen."⁴

(Hervorhebungen von mir, T. D.)

In einer Studie des Fraunhofer-Instituts wird allgemeiner von "Multimedialen Multiuser-Kommunikationsplattformen" gesprochen, die als technische Basis für Internet-Communities fungieren.

Virtuelle Communities

"Wesentliche Bestandteile einer entsprechenden Systemlösung sind unterschiedliche *Kommunikationskomponenten* (...) ebenso wie Informationsfenster zur Darstellung *multimedialer Informationen* (...) Zusätzliche Komponenten wie zum Beispiel eine *Benutzerverwaltung* oder anwendungsunterstützende Werkzeuge ergänzen heute in vielen Fällen die Plattformen."⁵

(Hervorhebungen, T. D.)

Die Anwendungsgebiete solcher Systemlösungen liegen im Bereich *Business-to-consumer* (wie Entertainment, "special interest groups", e-Commerce, "customer care" usw.) sowie *Business-to-business* (wie Unternehmenskommunikation, Wissensmanagement, Beschaffungswesen etc.).

Trotz der oben angerissenen Fragen wird nachfolgend nicht weiter auf die betriebswirtschaftlichen Aspekte von Online-Communities eingegangen.⁶ Um aber deutlich zu machen, weshalb seit einigen Jahren eine hitzige Diskussion über Sinn und Unsinn von Online-Communities im Gange ist, soll an dieser Stelle kurz skizziert werden, auf welchem theoretischen Business-Modell profitable Communities basieren.

Nach Ansicht von McKinsey besitzen virtuelle Communities die Macht, "die Beziehung zwischen Unternehmen und Kunden von Grund auf neu zu strukturieren", da sie den Kunden in die Lage versetzen, seinen eigenen "Wert als potentieller Käufer von Waren und Dienstleistungen zu kontrollieren".

"Virtuelle Communities werden im Wesentlichen als *Agenten* ihrer Mitglieder fungieren und ihnen helfen, von den Anbietern mehr Informationen über Produkte und Dienstleistungen sowie niedrige Preise zu erhalten, während sie gleichzeitig einen Großteil des Bedarfs an zwischenmenschlicher Kommunikation abdecken."⁷

Virtuelle Communities

Das Mehr an Informationen (welches zunächst auf Kosten der Anbieter-Profite geht!) soll dabei auf Kundenseite der größte Anreiz sein, sich einer virtuellen Gemeinschaft anzuschließen.

Auf Seiten der Anbieter wiederum liegt das Profitpotential von Communities in Faktoren wie

- der Reduzierung der Akquisitionskosten,
- der Verstärkung der Kaufneigung bei den Kunden,
- der Verbesserung der Zielgenauigkeit bei der Produkt-Vermarktung,
- der Wertsteigerung von Produkten und Dienstleistungen durch besseren Zuschnitt auf Kundenwünsche,
- der Reduzierung von Bauinvestitionen,
- der Vergrößerung der geografischen Reichweite und
- der Ausschaltung des Zwischenhandels.

Als wesentliche Voraussetzung, dass dieses Modell auch funktioniert, führt McKinsey drei Bedingungen auf:

- "Die Mitglieder einer virtuellen Community müssen die für die Ausübung ihrer neuen Macht erforderlichen Mittel erhalten." (Vor allem in Form von 'Werkzeugen', welche die Verbreitung und Verwendung von Informationen fördert ...)
- "Die Mitglieder müssen genügend Gelegenheiten bekommen, ihren gestiegenen Einfluss auszuüben." (Vor allem durch den Zugang zu konkurrierenden oder komplementären Anbietern in einem stabilen Geschäftsumfeld ...)
- "Die Mitglieder von virtuellen Communities müssen die Möglichkeit erhalten, den größtmöglichen Nutzen aus ihren persönlichen Daten zu ziehen."⁸

Die wichtigste "Währung" einer Community ist, dies hier vorweg, die Anzahl ihrer *aktiven* Mitglieder - nur Communities mit einer "kritischen Masse" an aktiven Mitgliedern werden aus sich heraus das Potential entwickeln, die oben postulierten, positiven Effekte für Kunden und Anbieter zu erzeugen. So manche

Virtuelle Communities

Statistik weist jedoch darauf hin, dass bereits an dieser Stelle Sand ins Getriebe der Profitmaximierung kommt: Einige Community-Unternehmen geben seit Jahren Monat für Monat exorbitante Summen für Online-Werbung aus, um die Internet-Gemeinde auf die eigene Community-Site zu locken - mit letztlich nicht rentablen Pro-Kopf-Akquisitionskosten.

Wir werden im Folgenden zunächst auf die „Vision Virtual Community“ blicken und sie in einen Zusammenhang mit der technischen Entwicklung und Verbreitung des PCs sowie Umwälzungen beim Mensch-Computer-Interface stellen. Anschließend nähern wir uns dem Phänomen der „Virtualität“ und skizzieren, in welche gesamtgesellschaftlichen Wandlungsprozesse dieses Schlagwort eingebettet ist. Um den Begriff „Community“ in den Griff zu bekommen und ihn operabel zu machen, wird seine Anwendbarkeit auf das Theorem der „sozialen Gruppe“ geprüft - im Mittelpunkt stehen dabei Eigenschaften und Konsequenzen der „Computervermittelten Kommunikation“ („computer mediated communication“ - CMC) sowie die „Virtual Reality“ (VR). Der dritte Abschnitt ist den wichtigsten Funktionsprinzipien von Virtual Communities gewidmet, gefolgt von einigen Anmerkungen, wie sich Kommunikation und Interaktion - das „Leben in der Community“ - vor dem Hintergrund der Server-technischen Möglichkeiten (und Limitierungen!) abspielen.

1.2 "From Crowd To Civilization": Die Vision

Hinter dem Begriff Virtual Communities steht eine Vision davon, wie das Internet das Zusammenleben und -arbeiten von Menschen grundlegend ändern wird und bereits geändert hat. Es lohnt sich, auf diese Vision, die Mitte der 90er Jahre zunehmend populär wurde, zurückzublicken.

In seinem Roman "Snow Crash" (1992) entwarf Neil Stephenson das opulente Gemälde einer Parallelwelt, die vollständig aus verarbeiteten Daten besteht. Stephenson fasste die technischen und soziologischen Elemente des so genannten Cyberspace zusammen und avancierte zum Guru einer neuen Bewegung.

Virtuelle Communities

Man kann die Vision auch weniger poetisch umschreiben: Bob Rockwell, ein ehemaliger Chief Engineer der Firma *blaxxun interactive*, hat die Entwicklung von Online-Communities unter Berücksichtigung ihrer technischen Realisierbarkeit in vier Phasen aufgeteilt.⁹ Aus der reinen, HTML-basierten Website, die keinerlei Community-Elemente enthält, entsteht zunächst eine **Digital Crowd**, die durch eine Integration öffentlicher und privater Chats in die Website gekennzeichnet ist. Aus der reinen HTML-Publikation wird so eine Art *Proto-Platz* - der User nimmt hier zum ersten Mal wahr, dass sich andere User zur selben Zeit in eine Internet-Adresse eingeklinkt haben. Der textbasierte Chat, ob öffentlich oder *tete-à-tete*, bedeutet *Interaktion*, die Website avanciert zum *Treffpunkt*. Die einzelnen User erhalten darüber hinaus eine Art "Identität", die man aufgrund der Tatsache, dass User in dieser Phase anonym auftreten und sich variabel unter verschiedenen Namen an den Chats beteiligen, zunächst noch als *Proto-Identität* bezeichnen kann.

Durch die Ergänzung weiterer Funktionskomponenten transformiert sich die Digital Crowd zum **Digital Village**: Die Anonymität der User wird zugunsten einer tendenziell beständigeren *Identität* ("persistent identity") aufgegeben, und die einzelnen Bestandteile der Website erhalten mittels 3D-Visualisierung einen wahrnehmbaren *Platz-Charakter*, der die Orientierung für den Besucher erleichtert und den jeweiligen (mit anderen Usern gemeinsam erlebten) *Kontext* verdeutlicht. In dieser Phase ist die programmiertechnische Umsetzung der Metaphern "Eigentum", "Rolle" und "Regel"¹⁰ von herausragender Bedeutung: Plätze und die dort auffindbaren "Objekte" können im Digital Village einen *Eigentümer* haben, und mittels eines Sets an definierten *Rollen* und *Rechten* werden Navigations- und Aktionsmöglichkeiten der User geregelt. Vor allem Letzteres forciert die differenzierte Ausgestaltung von *Verhaltensregeln* und *Erwartungen*, die weit über die übliche "Netiquette" zum Beispiel in IRC-Chats hinausgehen und die Keimzelle einer "digitalen Politik" sind. Außerdem erlauben spezielle Events, wie moderierte Chats oder virtuelle Vorträge, dass ein statisches Informations-

Virtuelle Communities

angebot dynamischer wird und sich aufgrund der Kommunikation zwischen den Mitgliedern exponential vermehrt.

Das von Bob Rockwell anvisierte dritte Level, die **Digital Civilization**, ist zurzeit noch pure Zukunftsmusik: In ihr sollen die Grenzen der Digital Villages überschritten und ihre unterschiedlichen Stärken, Schwächen sowie (kulturell bedingten) Eigenheiten berücksichtigt und gegenseitig "übersetzt" werden. Die Realisierung des Stephenson'schen Cyberspace wäre perfekt!

Digital Crowd	Digital Village	Digital Civilization
Proto-"Places"	Places ("Context")	Universal Navigation
Content	Content	Knowledge Capture
Proto-"Identity"	Identity	
Proto-"Interaction"	Ownership	Matching Conventions & Capabilities
	Roles & Rules	

Tabelle 1: Die drei Phasen bei der Genese von Online-Communities

1.3 "Back to Reality" - Die letzten 20 Jahre

Dass sich heute Menschen nach wie vor in Realräumen versammeln und nicht auf virtuellen Plätzen in den endlosen Weiten des Cyberspace, liegt einerseits daran, dass adäquate und marktfähige Basistechnologien teilweise noch nicht vorhanden sind, andererseits an der komplizierten und zeitraubenden Einigung über technologische Standards. Wir sollten daher Rockwells Visionen mit dem vergleichen, was wir heute tun, und dem, wohin wir aller Wahrscheinlichkeit nach hinsteuern werden.

1.3.1 Technische Implikationen - Vom Mainframe zum PC

Die Entwicklung der "Universalmaschine" Rechner hat in den letzten 30 Jahren zweifelsohne dramatische Fortschritte gemacht, und es erst ermöglicht, über die Realisierung eines Cyberspace - jenseits utopistischer Phantasien - ernsthaft nachzudenken. Mit der Einführung des IBM PCs im Jahr 1981 sowie zwei Jahre

Virtuelle Communities

später des legendären "Lisa"-Computers durch die Firma Apple wurde die zweite Welle des modernen Computer-Zeitalters ausgelöst: Der Rechner in Gestalt des Mainframes war nicht mehr ausschließlich ein Instrument von großen Institutionen in Wissenschaft und Verwaltung, sondern gelangte als Desktop-Rechner auf die Schreibtische von Privatpersonen, die diesen vor allem im professionellen Bereich einsetzten. 2D-Grafiken verdrängten das Text-Display, die Kommando-Zeile wurde durch Fenster, Menüs und anklickbare Icons ersetzt, und an die Stelle des "Lesens und Tippens" trat beim Mensch-Computer-Interface das "Point and click" und "Drag and drop".

Es folgte eine dritte Welle: Ausgangspunkt hierfür war die massenhafte Verbreitung von PCs im Privat-Bereich, ergänzt durch die Entwicklung komplexer Netzwerke, die Erhöhung der Bandbreiten bei der Datenübertragung, "Multiuser"-fähiger Applikationen sowie der Integration von "Multimedia" (Sound, Bewegtbilder, VR). Dem "Personal Computer" konnte nun auch eine *soziale* Komponente zugesprochen werden, da eine technische Grundlage für die interpersonelle Kontaktaufnahme vormals isolierter Rechnereinheiten gelegt war.

	1. Welle	2. Welle	3. Welle
Context	Institutional	Personal	Social
Audience	Technical	Professional	Consumer
Architecture	Mainframe	Desktop	Networks
Display	Text	2D Graphics	VR / Multimedia
Elements	Requests & Reports	Windows, Menus, Icons	Scenes, Avatars
Control	Read & Type	Point & Click	Explore & Chat

Tabelle 2: Die drei Wellen des Rechner-Zeitalters (aus: Rockwell, VRML: Beyond the Desktop, München o.J., S. 2)

Virtuelle Communities

Noch kann nicht davon die Rede sein, dass die Menschheit global auf der dritten Welle schwimmt; einige technische und infrastrukturelle Restriktionen sollen deshalb nicht unerwähnt bleiben:

1. Bedingung für eine funktionierende globale Vernetzung von Rechnern ist die Verwendung standardisierter Protokolle und Beschreibungssprachen. TCP/IP und seine zahlreichen Unterprotokolle (wie HTTP, FTP usw.) sind ein gelungenes Beispiel für global gültige Standards. Bei den zahlreichen, häufig miteinander konkurrierenden Multimedia-Formaten haben wir demgegenüber Fälle, die aufzeigen, dass über mehrere Jahre hinweg keine Einigung über einheitliche Standards gefunden werden konnte.
2. Der Einsatz von 3D-Grafiken und anderen Multimedia-Komponenten setzt vergleichsweise hohe Bandbreiten sowie auf Seiten des Nutzers eine leistungsfähige Hardware voraus. Von einer umfassenden Marktdurchdringung kann hier noch nicht gesprochen werden.
3. Die Client-seitige Darstellung von 3D-Welten basiert bei vielen Communities auf der „Virtual Reality Modelling Language“ (VRML). Hierbei kommen spezielle Browser-Plugins zum Einsatz, die nicht standardmäßig in den Netscape- und Internet-Explorer-Browsern integriert sind.
4. Last not least: Das durch ein lückenloses Netzwerk zusammengehaltene „globale Dorf“ ist solange Utopie, wie es noch Staaten gibt, die nicht über einen Backbone an das Internet angeschlossen sind; ganz davon zu schweigen, dass selbst in der Mehrzahl der Länder, die ans Internet angeschlossen sind, - illustres Beispiel dürfte hier wohl das IT-Spezialisten-trächtige Indien sein - nur ein kleiner Prozentsatz der Bevölkerung Mittel und Wege hat, die „Wonnen“ der Online-Welt zu genießen.

1.3.2 Kulturelle Implikationen: Postmoderne "Ästhetik" & "Simulation"

Technik ist das eine, ihre direkten und impliziten Auswirkungen auf das Verhältnis Mensch-Computer und Mensch-Mensch das andere. An dieser Stelle sollen zwei eher kultursoziologische Phänomene angerissen werden, die mit

Virtuelle Communities

der technischen Entwicklung Hand in Hand gingen und Auswirkungen auf die Entwicklung und Nutzung von Online-Communities haben.

Die Psychologin Sherry Turkle hat in ihrem 1995 erschienenen Buch "Life on the Screen"¹¹ - laut *Süddeutscher Zeitung* "die Bibel der Computergeneration" - die kulturellen Auswirkungen der Computertechnologie beschrieben. Ihre zentrale These besagt, dass seit Beginn der 80er Jahre eine *postmoderne* Computer-Ästhetik Einzug gehalten habe, die sich hinsichtlich ihres kognitiven Stils radikal von der vorherigen, *modernen* Ästhetik unterscheidet und eine "Kultur der Simulation" begünstigt. Diese Kultur der Simulation weicht zunehmend die klassische Mensch-Computer-Differenz auf, indem sie anthropomorphe Elemente in die Computer-Welten hineinprojiziert. Sollte Turkles These stimmen, so hätten wir ein Indiz dafür, dass die Programmierung virtueller Welten durch eine neuartige Mensch-Computer-Beziehung begünstigt wird.

Wir müssen in diesem Zusammenhang noch einmal auf die oben bereits erwähnte Markteinführung des Apple Macintosh Mitte der 80er Jahre zurückkommen: Seine auf Symbolen basierende Benutzeroberfläche war ein Affront gegenüber all jenen IBM-PC-Anwendern - von Turkle als "Hobbyisten" titulierte - deren Computer-Ästhetik von dem Gefühl bestimmt war, "dass nichts zwischen ihnen und dem »Körper« der Maschine steht". "Transparenz" hieß für die Hobbyisten, dass sich die Funktionsweise der Computer-"Maschine" zumindest potentiell auf ihre zugrunde liegenden Mechanismen zurückführen ließ - man glaubte, das "Getriebe" zu verstehen, und genoss das damit verbundene Machtgefühl. Ganz anders präsentierte sich der Mac:

"Die interaktiven Objekte des Desktop, seine anthropomorphen Dialogfelder, in denen der Computer zu seinem User »sprach« - all diese Entwicklungen verwiesen auf eine neue Art von Erfahrung, bei der die Benutzer den Maschinen keine Befehle mehr erteilten, sondern Gespräche mit ihnen führten. Man ermunterte uns, mit der Technik auf ähnliche Weise zu interagieren, wie wir es mit anderen Menschen tun".¹²

Sichtbar wurde hier eine umfassende kulturelle Veränderung der Bedeutung von Transparenz in der Postmoderne: Eine transparente Struktur zu haben heißt, dass etwas funktioniert und sich leicht bedienen lässt, und nicht mehr, dass man dessen darunter liegende Funktionsmechanismen versteht. Es ist der Triumph eines "Interface", das von einem „Als ob“ geprägt ist, eben der Beginn jener Kultur der Simulation, in der die Menschen sich daran gewöhnt haben, das Reale durch Repräsentationen der Wirklichkeit zu ersetzen. Die gravierenden Veränderungen beim Mensch-Computer-Interface korrelieren mit der Behauptung mancher postmoderner Theoretiker, dass die Suche nach verborgenen »Tiefen«-Mechanismen aussichtslos sei und es daher realitätsnäher wäre, sich auf die Erkundung veränderlicher Oberflächenstrukturen zu beschränken. Einen poetischen Ausdruck dieser Simulationsästhetik finden wir übrigens in den beeindruckenden Computerwelten des 1984 erschienenen Buchs *Neuromancer* von William Gibson. Der Held des Romans "schwimmt" in einem Universum auf den Oberflächen digitaler Lebensformen und versucht, mit ihnen eins zu werden.

2 Auf dem Weg in die "Virtuelle Gesellschaft"

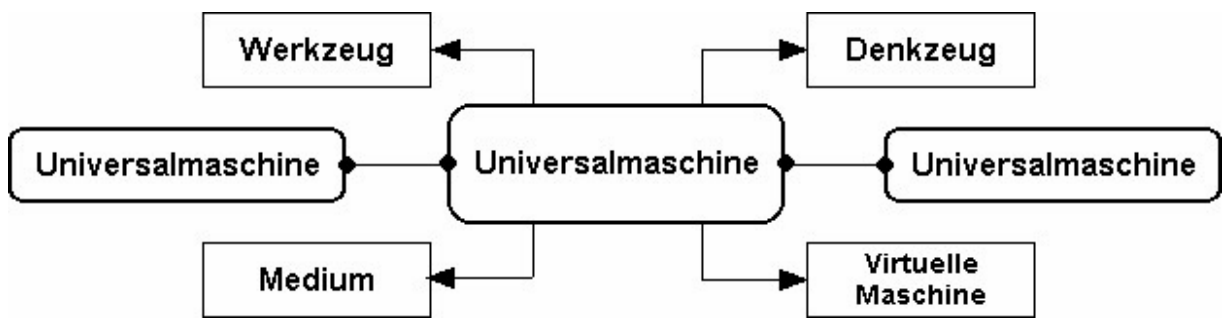
2.1.1 Der Rechner als Universalmaschine

Die rasante technische Weiterentwicklung der Rechenmaschine hat also das soziologische Nachdenken über ein adäquates Verständnis des Computers gefördert. Ist dieser noch als klassisches Inkredienz der Moderne anzusehen, oder vereint er mittlerweile Elemente, die ihn für einen "radikalen Epochenbruch" prädestinieren?¹³

"Mit dem Studium der Genese und Prägung des Computers müsste sich klären lassen, wie viel er der Moderne verdankt und inwieweit er sich von ihr absetzt."¹⁴

Einerseits ist es unbestreitbar, dass die Entwicklung des Computers im engen Zusammenhang mit moderner Mathematik sowie Mechanisierungs- und Ratio-

nalisierungsprozessen der Moderne steht insoweit ist die Bezeichnung "Produkt der Moderne" richtig.¹⁵ Andererseits haben zahlreiche Autoren darauf verwiesen, dass der Computer eine singuläre Eigenschaft besitzt, die ihn von Maschinen herkömmlicher Art fundamental unterscheidet: Aufgrund der spezifischen Konstellation von Hard- und Software verfügt er nämlich nicht über eindeutig definierbare Anwendungsgebiete. Die Arbeiten des britischen Mathematikers Alan Turing haben vielmehr gezeigt, dass jede Maschine, deren Hardware ein bestimmtes Minimum an Komplexität und Flexibilität erreicht hat, jeder anderen Maschine äquivalent ist.¹⁶ Die Fähigkeit des Computers, hierdurch jede andere Maschine zu simulieren, macht ihn zur "Universalmaschine" mit folgenden Charakteristika:¹⁷



Grafik 1: Der Rechner als „Universalmaschine“ (nach: Bühl 1997, S. 41)

Er ist insofern ein "Werkzeug" im traditionellen Kontext der Moderne, als er zweckrational für bestimmte Produktionsprozesse (zum Beispiel als Textverarbeitungsprogramm) eingesetzt wird. Die Diskussion um künstliche Intelligenz und ihre Nutzbarmachung für Produktion und Mensch-Computer-Interface (zum Beispiel Spracherkennung) gibt ihm ferner den Charakter eines "Denkzeugs". Seine "mediale Funktion" - hierfür ist das Internet das bekannteste Beispiel - lässt eine dritte Eigenschaft hinzutreten, dessen spezifische Charakteristika Volker Grassmuck in seinem Aufsatz „Die Turing Galaxis - Das Universal-Medium als Weltsimulation“ beschrieben hat.¹⁸ Schließlich besitzt der Rechner

Virtuelle Communities

als "Universalmaschine" das Potential, reale Alltagsumgebungen zu simulieren und zu verdoppeln - er ist eine "virtuelle Maschine".

Die für unser Thema wichtigsten Eigenschaften dieser Universalmaschine lassen sich unter den Begriffen "Entfunktionalisierung" und "Rekombination" subsumieren: Das Mangelwesen¹⁹ Hardware kann je nach gesellschaftlichem Kontext für unterschiedliche Anwendungen und Bedürfnisse programmiert werden, die flexible Computervernetzung ("Rekombination") wiederum schafft neue Metastrukturen auf einer höheren Ebene.

Beim Computer handelt es sich folglich, so die These, um einen neuen Technologietypus, der, so das Fazit von Achim Bühl, "(...) auch einen qualitativ neuen Gesellschaftstypus intendiert, den wir als virtuelle Gesellschaft bezeichnen."²⁰

2.1.2 Von der Industriegesellschaft zur virtuellen Gesellschaft

Unter welchem Begriff man die gravierenden Umwälzungen in den westlichen Industriegesellschaften zusammenfasst, hängt davon ab, welche Indikatoren und Prozesse man als wesensbestimmend einschätzt. Da wird von „Welt“- , „Erlebnis“- , „Dienstleistungs“- , „Multioptions“- , „Wissens“- , „Medien“- und „Informations“-Gesellschaft geredet und ein jeweils anderes Phänomen in den Mittelpunkt der Analyse gestellt.²¹ Wie Heiner Keupp bei seiner Diskussion um Identitätskonstruktionen in der Spätmoderne treffend bemerkt:

"Es gehört schon zur rituellen Rhetorik in öffentlichen Diskursen, den Umbruch zu beschwören. Wir werden gegenwärtig mit Schlagworten bombardiert: Von der Individualisierung, der Pluralisierung, der Globalisierung, der Virtualisierung oder der Flexibilisierung ist die Rede."²²

Einigkeit herrscht allenfalls darüber, dass die Basisprämissen der industriellen Moderne zunehmend fragwürdig werden: Auf dem Wirtschaftssektor verabschiedet man sich von dem illusionären Konstrukt der "Vollbeschäftigungsgesellschaft", auch die Annahme einer immer weiter perfektionierbaren Rationali-

Virtuelle Communities

tät und Kontrollierbarkeit gesellschaftlicher Abläufe wird als Utopie entlarvt. Und an die identitätsstiftende Einbettung des Einzelnen in vorgefertigte Lebensmuster innerhalb eines nationalstaatlich organisierten Kollektivs glaubt außer einem kleinen Kreis rückwärtsgewandter Kommunitaristen sowieso niemand mehr.

Ein weiterer Aspekt, der eher unstrittig zu sein scheint, betrifft die subjektive Auflösung von Raum- und Zeiterfahrungen, die mit der unter dem Stichwort "Globalisierung" bezeichneten Entwicklung zusammenhängt. Der marxistische Literaturwissenschaftler Frederic Jameson geht von einer neuen Etappe des Kapitalismus aus, die durch eine "vollständige Überwindung raum-zeitlicher Fixpunkte der Produktion und Zirkulation von Waren" gekennzeichnet ist²³ und die Neukonfiguration kultureller Orientierungspunkte zur Folge hat. Ähnlich formuliert auch A. Appadurai²⁴, wenn er von den "kulturellen Dynamiken der Enträumlichung" spricht und das Ende der bislang unterstellten Grundwahrheit einer engen Verbindung zwischen Raum, Stabilität und kultureller Reproduktion postuliert. Kombiniert man beide Aspekte mit der gestiegenen Bedeutung elektronischer Kommunikationsmöglichkeiten, die Manuel Castells im ersten Teil seiner Trilogie über das Informations-Zeitalter behandelt²⁵, so nähern wir uns dem Begriff der "Virtualisierung", die Bühl für den Kern des gesamten Problemkomplexes hält.

Vor dem Hintergrund einer 250 Jahre alten Definition von "virtualiter" - sinngemäß: "der Kraft oder Möglichkeit nach vorhanden -, meint "Virtualisierung"

"(...) einen computerinitiierten Prozess, in dessen Verlauf an die Stelle des realen Raums als bestimmende Größe mikro- und makrosoziologischer Bereiche der *virtuelle Raum* tritt (...)
Die Virtualisierung [ist *die*] zentrale gesellschaftsstrukturierende Form einer Immaterialisierung, die räumlich strukturierte Sozialbeziehungen durch virtuelle Kontakte ersetzt (...)
Unter *virtueller Gesellschaft* verstehen wir eine Gesellschaft, in der Produktion, Distribution und Kommunikation weitge-

Virtuelle Communities

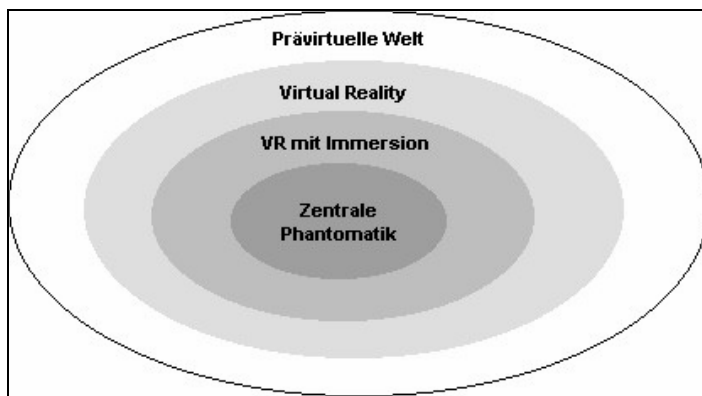
hend in virtuellen Räumen stattfinden, im *Cyberspace*. (...) Die Dialektik von Realraum und virtuellem Raum führt zu qualitativ neuen Formen der Vergesellschaftung."²⁶

[Hervorhebungen, T. D.]

An - oder vielmehr neben - die Stelle des Realraums tritt also ein "virtueller Raum" in der Gestalt des globalen Netzwerks - die räumlichen Koordinaten werden durch die "Matrix"²⁷ ergänzt oder sogar ersetzt. Anders ausgedrückt: "Die Wohnung wird zum implodierenden Cyberraum."²⁸

Der Prozesscharakter der Virtualisierung bedingt, dass unterschiedliche Grade oder Schattierungen dieses Phänomens existieren: Am äußeren Rand befindet sich eine Zone ("prävirtuelle Welt"), in der aufgrund computervermittelter Beziehungen der geografisch-reale Raum eine erste Neutralisierung erfährt. Sobald wir eine zunehmende Visualisierung der prävirtuellen Welt, die eine Abgrenzung zum Realraum erschwert, beobachten, befinden wir uns in der "Virtual Reality" (VR). Wird diese 'begeh'- und sinnlich erfahrbar (so genannte VR mit Immersion), verschwinden die Grenzen zwischen Virtualität und Realität zunehmend - der User beziehungsweise seine Imago-Identität, der "Avatar", dringen weiter in den virtuellen Raum ein. Im Zentrum, der so genannten Zentralen Phantomatik, ist dieses Verschwinden für das Subjekt nicht mehr wahrnehmbar - Realität und Virtualität verschmelzen zu einer Einheit.

Virtuelle Communities



Grafik 2: Räume der Virtualität (nach: Bühl 1997, S. 48)

Ein solches Szenario provoziert Fragen:

1. Was bedeutet "Immersion" vor dem Hintergrund der alltäglichen Verwendung des Werkzeugs Rechner - vor allem in Bezug auf die „Materialität“ der Maschine und die reale „Raumbundenheit“ bei seiner Nutzung?
2. Welchen anthropologisch begründeten Stellenwert wird der Realraum auch zukünftig für das menschliche Miteinander haben?
3. Ist zwischenmenschliche Interaktion in virtuellen Welten noch mit einem begrifflichen Instrumentarium wie "soziales Handeln" vereinbar? Müssen wir eine Theorie des "virtuellen Handelns" entwerfen?

Belassen wir es hier bei der Feststellung, dass "virtuelle Welten als neue Realitäten" - so H. Keupps Bezeichnung einer der zehn zentralen „Umbruchserfahrungen“ in spätmodernen Gesellschaften - ein Phänomen darstellen, "deren allgemeine Konsequenzen für alltägliche Lebenswelten und die Subjektkonstitution noch schwer prognostizierbar sind".²⁹

3 "Virtual Communities" - eine Begriffsannäherung

3.1 Das Konzept "Soziale Gruppe" als Analyseraster

Wie lässt sich der Begriff "Virtual Community" in das soziologische Gruppentheorem einfügen? Als wenig nützlich hat sich die direkte Übersetzung des gleichnamigen Buchs von Howard Rheingold³⁰ - also "virtuelle Gemeinschaft" - erwiesen, da hierdurch Gemeinsamkeiten zum

Virtuelle Communities

erwiesen, da hierdurch Gemeinsamkeiten zum Tönnies'schen Verständnis von "Gemeinschaft" - im Gegensatz zu "Gesellschaft" - suggeriert wurden.³¹ Zunächst weniger verfänglich scheint daher eine Einordnung in die allgemeine Theorie der "sozialen Gruppe"³² zu sein - vor allem da in der Literatur auch häufig der Begriff "virtuelle Gruppe" im Zusammenhang mit Online-Communities auftaucht. Zu diesem Zweck müssen in einem ersten Schritt die definitorischen Merkmale der "sozialen Gruppe" herausgefiltert werden³³, um diese anschließend mit analogen Merkmalen in virtuellen Beziehungsstrukturen zu vergleichen.

Wir folgen an dieser Stelle Udo Thiedeke³⁴, der die soziale Gruppe zunächst unter Berücksichtigung ihres Umweltbezugs als *Kommunikationssystem* versteht, und zwar - in Anlehnung an Friedhelm Neidhardt³⁵ - als spezifischen *Sinnzusammenhang von Handlungen*. Die Tatsache, dass virtuelle Beziehungen sich zuallererst in der Form computergestützter (in der Regel textbasierter) Kommunikation realisieren, rechtfertigt meines Erachtens diesen Ansatz.

"Handlungen sind für die Gruppe in Form zurechenbarer Kommunikationen konstitutiv. Sie realisieren sich in den persönlichen Äußerungen der Mitglieder, also in *Kommunikationshandlungen*."

[Hervorhebungen, T. D.]³⁶

In ihren Beziehungen zur Umwelt lassen sich Einflüsse herauskristallisieren, die maßgeblich ein Kommunikationssystem beeinflussen: Der *Handlungsdruck* aus der Umwelt (in Form von „Aufgaben“ oder „Herausforderungen“) macht sich in Form einer wachsenden oder schrumpfenden Kohärenz der Mitglieder eines solchen Systems sowie in einer Tendenz zur arbeitsteiligen Aufgabendifferenzierung bemerkbar. Die dem Kommunikationssystem zur Verfügung stehenden *Ressourcen* wiederum beeinflussen Struktur und Kommunikationspotentiale ("Infrastruktur"). Schließlich haben *Mitgliedschaftsalternativen* (Ein- und Austrittschancen) Auswirkungen darauf, wie hoch der Legitimationsbedarf für die Exis-

Virtuelle Communities

tenz eines Kommunikationssystems ist³⁷. Diese Umwelteinflüsse werden innerhalb des Systems selektiv verarbeitet und bestimmen sein Innenleben.

Zum Innenleben des Systems gehören Merkmale wie *zeitliche Stabilität, soziale Kommunikationsorientierung, Erscheinungsform der Interaktionskontakte* sowie *kommunikative Steuerungsmedien*.

Unterscheidet man die soziale Gruppe von anderen sozialen Systemen³⁸ wie Interaktionssystemen und Organisationen, so ergibt sich folgende Matrix:

	Interaktionssystem	Soziale Gruppe	Organisation
Erscheinungsform der Interaktionskontakte	diffus keine pers. Kenntnisse der Interaktionspartner	diffus pers. Kenntnisse der Interaktionspartner	nicht diffus formale Kenntnisse der Interaktionspartner
soz. Kommunikationsorientierung	emotional mittelbar	emotional unmittelbar	funktional mittelbar
Kommunikatives Steuerungsmedium	zufällige Aktionen und Reaktionen	zielgerichtete Gefühlsäußerungen	zielgerichtete Satzungen
zeitliche Stabilität	kurzfristig	relativ dauerhaft	dauerhaft statisch

Tabelle 3: Soziale Gruppen im Vergleich zu anderen Kommunikationssystemen (Quelle: Thiedeke 2000, S. 45)

Zusammenfassend definiert Neidhardt die qualitativen Merkmale des Kommunikationsaggregat "soziale Gruppe" wie folgt:

"Die sozialen Beziehungen in der [sozialen] Gruppe beruhen auf der unmittelbaren, persönlichen Bekanntheit der Gruppenmitglieder, der relativen Dauer und Konstanz der Kommunikationsstrukturen der Gruppe und der Diffusität der Mitgliederbeziehungen, was sich in emotionalen und personalisierten Kommunikationsprozessen widerspiegelt."³⁹

Virtuelle Communities

Haben "virtuelle Gruppen" die Qualität "sozialer Gruppen"? Wir werden später ausgewählte Kommunikationsstrukturen auf diese Frage hin überprüfen. Die Analyse verschiedener „Multi User Domains“ (MUDs), so viel hier vorweg, hat Indizien zutage gebracht, dass virtuelle Gruppen als Sonderform der sozialen Gruppen unterschieden und beschrieben werden können.

"Sie weisen die Charakteristika einer sozialen Gruppe, wie diffuse persönliche Interaktionskontakte, eine emotionale Kommunikationsorientierung sowie den Einsatz zielgerichteter Gefühlsäußerungen als Steuerungsmedium der Kommunikation auf. Schließlich ist es auch bei virtuellen Interaktionen möglich, Beziehungsstrukturen auszubilden, die dauerhafter als diejenigen der Interaktionssysteme sind, aber nicht die Statik formaler Organisationen aufweisen."⁴⁰

In Abgrenzung zu den Merkmalen sozialer Gruppen bezieht sich jedoch die persönliche Kenntnis hier auf *virtualisierte Interaktionspartner*, die soziale Kommunikationsorientierung wird *soziotechnisch vermittelt*, und die Steuerungstechniken der Kommunikation unterliegen den jeweiligen *technischen Rahmenbedingungen*.

3.2 Kommunikation und Interaktion im virtuellen Raum

3.2.1 Computer Mediated Communication (CMC)

Da, wie oben festgestellt, die computervermittelte Kommunikation (CMC) zu den Wesensmerkmalen "virtueller Beziehungen" gehört, sollen an dieser Stelle einige Spezifika dieses Kommunikationstypus betrachtet werden. Der eigentliche technologische Kern der virtuellen Gesellschaft - die Virtual Reality - wird im nächsten Abschnitt separat behandelt.

Virtuelle Communities

In Anlehnung an eine frühe Untersuchung von Kiesler et al.⁴¹ hat Thiedeke die drei Merkmale *Anonymität*, *Selbstentgrenzung* und *Interaktivität* als CMC-typische Merkmale herausgearbeitet.

Anonymität: Virtuelle Beziehungen beruhen häufig auf der Anonymität ihrer Teilnehmer. Realnamen werden durch fiktive Namen ("Nicknames") ersetzt, und Teilnehmer können (sofern nicht durch die Konfiguration von Community-Servern eingeschränkt) mehrere situationsabhängige "Imago-Identitäten" annehmen. Die E-Mail-Adresse des Users lässt sich beim Austausch elektronischer Post entfernen. Hinzu kommt, dass die Interaktionen nicht raumgebunden („aspatial“) und entkörperlicht („acorporal“) ist, sprich: es keinerlei physisch erfahrbaren Raum gibt, der die Identität eines Teilnehmers sinnlich wahrnehmbar macht. Als Konsequenz davon wird eine Interaktion, die auf die Verwendung von Stigmata verzichtet, begünstigt („astigmatic“).⁴²

Selbstentgrenzung: Virtuelle Beziehungen fördern die "Selbstentgrenzung" der Interaktionspartner: Durch die Anonymität können soziale Grenzen leichter überschritten werden - "Identitätsspiele" und die damit einhergehende "multiple Selbstvermittlung" erhalten größere Entfaltungsmöglichkeiten. Hierdurch ergeben sich Fragen nach der Existenz und der Effektivität sozialer Kontrollmechanismen und Normdurchsetzung in virtuellen Beziehungsmustern (hierzu Kap. 5.1.5). Darüber hinaus rücken Probleme wie *Kommunikationseffizienz* und *Partizipation* in den Mittelpunkt.

Interaktivität: Während manche Sozialwissenschaftler das Vorhandensein des vollen Sets an Sinneswahrnehmungen für ein Richtmaß von Interaktivität halten⁴³, betonen andere Autoren, dass erst die durch virtuelle Beziehungen entstandene "Hyperöffentlichkeit" eine explosionsartige Vergrößerung des Interaktionsumfeldes zustande gebracht hat⁴⁴. Bestimmte Merkmale virtueller Interaktivität - zu nennen wären hier die Dominanz der Asynchronalität (E-Mail) sowie die überwiegende Beschränkung auf Texteingabe („limited bandwidth“) - bedingen jedoch, dass die "Notwendigkeit zur selbstorganisierten Konstruktion

Virtuelle Communities

der Interaktionsfelder⁴⁵ in virtuellen Beziehungen besonders groß ist. Die Teilnehmer müssen immer zugleich konstruktiv und rezeptiv agieren.

Optionalität: Aus den Besonderheiten der virtuellen Interaktivität ergibt sich schließlich, dass Beziehungen im Cyberspace durch eine Vielfalt der Möglichkeiten, Themen, Interaktionsformen, Identitäten, Kommunikationsumgebungen und Wissensbeständen charakterisiert sind. Themenbereiche und Beziehungsangebote lassen sich unbegrenzt rekombinieren, das Individuum sieht sich permanent mit der Notwendigkeit zur Auswahl konfrontiert - ein Aspekt, der das Problem der individuellen Freiheit (Stichwort: "Individualisierungsdruck"⁴⁶) akzentuiert.

Neben der an stationäre PCs gebundenen CMC hat die gewachsene Bedeutung der "Mobile Communication" (MC; v.a. Handies) einen noch nicht abzuschätzenden Einfluss auf zukünftige Virtual Communities. Howard Rheingold schreibt hierzu:

"Now that the Net is mobilizing, expect virtual communities to evolve into new forms yet again. Virtual communities and mobile communications each have their own uniquely powerful characteristics. When those characteristics combine, powerful hybrids are likely to emerge, just as the merger of the PC with the telephone network created a wholly new medium, the Internet."⁴⁷

In Bezug auf die erwähnten Wesensmerkmale virtueller Beziehungen ist hier vor allem ein Unterscheidungskriterium zwischen CMC und MC von Bedeutung:

"Virtual Communities are (...) organized around *affinities* (...) bringing together people who did not necessarily know each other before meeting online.

(...)

Mobile communications are (...) organized around known so-

Virtuelle Communities

cial networks. People call and message people they already know."⁴⁸

3.2.2 *Virtual Reality*

Neben CMC gilt die "Virtual Reality" (VR) als wesentlichstes Element für Kommunikation und Interaktion im virtuellen Raum. Bei Bühl heißt es geradezu euphorisch:

"Die Basistechnologie der virtuellen Gesellschaft ist weder Multimedia noch ist es die globale Vernetzung des Internet. Zwar stellen diese wichtige technische Voraussetzungen dar, der eigentliche technologische Kern der virtuellen Gesellschaft besteht jedoch in der Technologie der Virtual Reality. (...) [Sie] stellt einen fundamentalen Paradigmenwechsel in der Informatik dar, eine qualitativ neuartige Mensch-Maschine-Kommunikationsstruktur."⁴⁹

VR meint, dass Menschen unmittelbar in computergenerierte Umgebungen integriert werden. Im Gegensatz zu klassischen Computeranimationen können mehrere User gleichzeitig in VR-generierten Umgebungen interagieren - dabei wird jede Modifikation durch einen User in "Echtzeit" an alle anderen User übertragen. Oder anders formuliert: Menschen teilen sich eine computergenerierte künstliche Welt.

Virtuelle Communities

Die Eigenschaften der VR-Technologie sind in folgender Tabelle gelistet:

Immersion	Eintauchen in eine computergenerierte Entwicklungsumgebung
Multi-Dimensionalität	Der computergenerierte Raum hat mehrdimensionale Eigenschaften
Multi-Sensorik	Der computergenerierte Raum spricht mehrere Sinne an, im Extremfall auch Tast- und Geruchssinn
Echtzeit	Die Bewegungen des Anwenders werden „on the fly“ in Bewegungen seines "Avatars" umgesetzt
Adäquanz	Korrelation zwischen Anwender-Aktionen und seinen Auswirkungen im virtuellen Raum
Interaktion	Realweltliche Aktionen (Objekt-Manipulation etc.) sind möglich
Begehbarkeit	Der "Avatar" navigiert wie im Realraum (oben/unten, rechts/links, Perspektivenwechsel)
Realitätseffekt	Subjektive Wahrnehmung des virtuellen Raums als "Realität"
Multiuser-Effekt	Mehrere "Avatare" navigieren und interagieren zur selben Zeit im selben Raum

Tabelle 4: Eigenschaften der VR-Technologie (Quelle: Bühl, S. 50)

3.3 Virtuelle Gruppen als "Soziales Netzwerk"

Sind virtuelle Gruppen als Substitut oder Ergänzung zu realweltlichen Lebensformen zu fassen? Mit den Methoden der sozialen Netzwerkanalyse⁵⁰ haben einige Sozialwissenschaftler versucht, diese Frage zu beantworten. Als *soziales Netzwerk* wird zunächst ein Set von Personen verstanden, die durch dauerhafte Beziehungen eines bestimmten Typus miteinander verbunden sind. Bei der Kategorisierung der Netzbestandteile findet sich häufig die Unterteilung zwischen einer *primären* und einer *sekundären* Zone: Während Erstere durch enge affektive und emotionale Bindungen zwischen den Teilnehmern gekennzeichnet ist ("strong ties"), basiert Letztere auf Kontaktgrundlagen wie gemeinsamer Arbeitsplatz oder Nachbarschaft und zeichnet sich durch vergleichsweise schwächere Beziehungen ("weak ties") aus. Auf der Ebene des Ego ist die Primärzone

Virtuelle Communities

für den "emotional support", die Sekundärzone hingegen für den "social support" zuständig.⁵¹ Die Struktur des persönlichen Netzwerks beeinflusst das Ausmaß an Solidarität und psychischer Unterstützungsleistung, die das Ego aufgrund starker Beziehungen zu Schlüsselpersonen innerhalb des Netzwerks ("key allies") erhält.

Die auf CMC basierenden virtuellen Umgebungen des Internets, so die Hypothese, wirken sich direkt auf die Vernetzung zwischen den Mitgliedern moderner Gesellschaften aus.⁵² Widersprochen wird dabei vor allem der so genannten "Isolationsthese"⁵³, nach der eine intensive Nutzung der CM-Kommunikation zu einer Reduktion der Kontakte zu „realen“ Personen führt und das Individuum einsam macht. Auf der Grundlage von sechs Charakteristika sozialer Netzwerke bei computervermittelter Kommunikation - Dichte, Abgrenzung, Reichweite, Ausschließlichkeit, soziale Kontrolle und Bindungsstärke⁵⁴ - lassen sich folgende Thesen ins Feld führen:

1. Das soziale (Ego-zentrierte) Netzwerk wird größer, gleichzeitig verringert sich seine "innere Dichte"⁵⁵. Die internen Überlappungen zwischen Netzwerk-Teilbereichen werden abnehmen und weiter partikularisiert.
2. CMC erweitert den "Fernbereich" sozialer Kontakte. Online-Gemeinschaften stellen unterschiedliches „soziales Kapital“ (P. Bourdieu) bereit, das seitens ihrer Mitglieder für die Informations- und Ratsuche genutzt wird. Diese haben theoretisch das Potential, auch emotionale und psychische Unterstützungsleistungen zu generieren, werden sich aber - um auf Dauer stabil zu bleiben -, zu „face to face“-basierten "Nahbereichen" umwandeln.⁵⁶
3. Der "Nahbereich" sozialer Kontakte wird durch CM-Kommunikation weitgehend unverändert bleiben. In seinem Innern ("Kernbereich") wird es sogar zu weiteren Stabilisierungstendenzen kommen, da es CMC auch ermöglicht, mit wichtigen Bezugspersonen über weite räumliche Entfernungen hinweg den Kontakt aufrechtzuerhalten.
4. Im computergenerierten Raum nimmt die Bedeutung geografischer Gesichtspunkte ab - Assoziationen werden vorwiegend nach persönlichen "Er-

Virtuelle Communities

tragsgesichtspunkten" eingegangen. CMC wird generell die Bedeutung räumlicher Distanzen dahingehend ändern, dass Kontakthäufigkeit und -dauer zu einer "Frage der Beziehungsökonomie" werden⁵⁷.

4 The "Hidden Agenda" - IT-Merkmale von Online-Communities

4.1 Grundlegende Funktionsprinzipien⁵⁸

Der Internet-Zugang und die Verwendung eines herkömmlichen Web-Browsers (Netscape Navigator oder Microsoft Internet Explorer) sind die einzigen Voraussetzungen zum Betreten einer Online-Community.⁵⁹

Die im Web-Browser dargestellten Prozesse lassen sich theoretisch in zwei Teilbereiche trennen: Während ein Teil für die Visualisierung von zwei- oder dreidimensionalen Community-"Plätzen", "Avataren" und "Objekten" zuständig ist, steuert ein zweiter Prozess die Kommunikation mit den Server-Datenbanken. Funktion und Form sind aufeinander bezogen und werden vom Nutzer in der Regel nicht als getrennte Prozesse wahrgenommen. Was der User sieht, könnte beispielsweise ein dreigeteiltes Browser-Fenster mit folgenden Komponenten sein:



Abbildung 1: Web-Browser-Frameset: Platzvisualisierung, Chat und Aktionen

Der entscheidende Unterschied von Communities zu herkömmlichen Websites liegt darin, dass Navigation und Interaktion nach dem Login *nicht* primär über HTTP-Requests - die einfache HTML-Seiten zurückliefern - gesteuert werden.

Virtuelle Communities

Welches Mitglied sich *wo* und *wann* in einer Community aufhält, und *was* er oder sie dort tut, dies macht den Wesenscharakter einer Community aus und ließe sich mit Hilfe eines normalen Web-Servers gar nicht steuern. Zum Einsatz kommen in Communities daher eine Reihe von Programmen (zum Beispiel CGI-Scripts), die bestimmte Funktionen ausführen und hierbei das „Wer“, „Wann“, „Wo“ und „Was“ berücksichtigen.

4.2 Begrenzung der Nutzergruppe (Anmelde- und Login-Mechanismus)

Communities sind Systeme, die sich von der "Umwelt" durch einen separaten Anmelde- und Login-Mechanismus abgrenzen. Obwohl beide Funktionen zu den unverzichtbaren Bestandteilen einer Community gehören, sind sie im World Wide Web längst kein Alleinstellungsmerkmal mehr: Große Portal-Seiten wie *Yahoo* stellen seit langem einen personalisierten Login zur Verfügung, über den sich der Nutzer ein individuelles Informationsangebot zusammenstellen kann, das in dieser Form nur für ihn sicht- und modifizierbar ist. Nach der Eingabe der Community-URL erscheint in der Regel ein "Willkommen"-Screen. Bereits an dieser Stelle - "only one click away" von den Angeboten der Konkurrenz - müssen sich Inklusion und Exklusion die Waage halten. Denn die Aufrechterhaltung der virtuellen Community-Grenze und ihre gleichzeitige, selektive Durchlässigkeit stellen zumindest partiell konfligierende Interessen dar: Während einerseits aus Betreibersicht neue Mitglieder geworben werden sollen, um eine kritische, sprich: sich selbst organisierende Mitgliederbasis, zu generieren⁶⁰, soll andererseits auf das In-group-Gefühl der Teilnehmer Rücksicht genommen werden - die Community als virtuelle Heimat, die die Zugehörigkeit der Mitglieder ebenso wie dessen Negation, das "Nicht-Dazugehören", symbolisch zum Ausdruck bringt. Bereits hier wird deutlich, dass geschlossene Benutzergruppen im Internet der ursprünglichen Flaneur-Mentalität des Web-Users *nicht* entgegenkommen.

Eine mögliche technische Lösung dieses Problems kann an diesem Eintrittspunkt die Definition eines "Besucher"-Status sein. Dem Besucher wird als

Virtuelle Communities

"Zwitterwesen" zwischen Mitglied und Nicht-Mitglied der Eintritt in die Community erleichtert, indem Anmeldung und Login übersprungen werden. Gleichzeitig erhält der Besucher ein in seinem Umfang limitiertes Set an "Rechten" zugeteilt, welches die Navigations- und Interaktionsmöglichkeiten in der Community beschränkt, seine Repräsentation im Chat und als "Avatar" festschreibt und ihn eindeutig gegenüber Mitgliedern identifizierbar macht.⁶¹

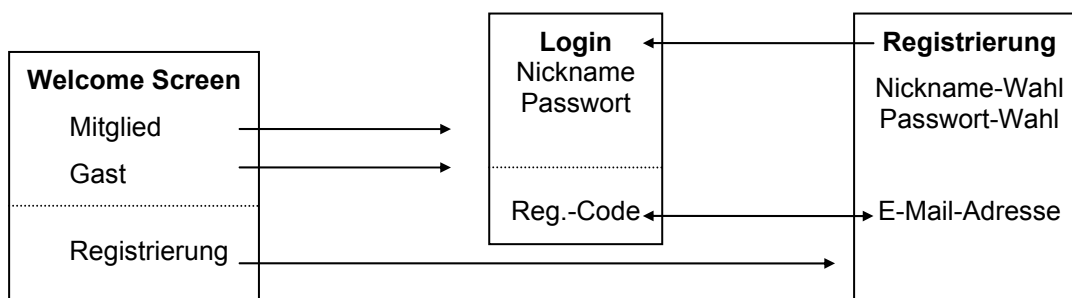


Abbildung 2: Registrierung und Login

Die *Anmeldung* selbst besteht aus drei Komponenten: Wahl eines "Nicknames" (User-Name) und eines Passworts, Erhebung weiterer Benutzerdaten sowie Zuweisung eines Registrierungs-Codes, welcher den erstmaligen Login regelt. Es hat sich in den letzten Jahren gezeigt, dass der Inhalt von Anmeldeformularen sowie ausreichende Informationen über die sich für den User ergebenden Konsequenzen einer solchen Anmeldung entscheidend für die Höhe der Eintritts-Barriere sind. Durch die Wahl eines geheimen Passworts und Nicknames, der innerhalb der Community einzigartig sein muss, gibt der Web-Nutzer seinen anonymen Flaneur-Status auf und macht sich namentlich identifizierbar. Entschieden sich der Community-Betreiber darüber hinaus für den Einsatz eines Registrierungs-Codes⁶², so gibt der User auch die eigene Herkunft durch die Angabe seiner E-Mail-Adresse preis.

Registrierungs-Codes kommen dann zum Einsatz, wenn die Authentizität des Anmelders überprüft werden soll: Hierbei schickt der Server eine zufallsgene-

Virtuelle Communities

rierte Buchstabenkombination an die angegebene E-Mail-Adresse und fordert den User auf, diesen Code beim Erst-Login zu verwenden. Hierdurch soll eine missbräuchliche Anmeldung durch nicht authentifizierte Personen vermieden werden.⁶³ Gleichfalls kritisch ist die obligatorische Angabe zusätzlicher User-Informationen, wie Alter, Geschlecht und anderer soziodemographischer Daten sowie Informationen zu User-spezifischen Interessens- und Konsumtions-Präferenzen. Zwar lassen sich hierdurch im Vorfeld Nutzerprofile erstellen, die sich positiv auf eine Vermarktung der Community auswirken können.⁶⁴ Andererseits ist erfahrungsgemäß das Misstrauen gegenüber derlei Beitrittsbedingungen so groß, dass die Gefahr eines vorzeitigen Abbruchs der Anmeldeprozedur überproportional steigt.

4.3 Die Community in "Raum" und "Zeit"

4.3.1 "Raum"- und "Zeit"-Struktur

Unabhängig davon, ob sich der User innerhalb einer Community im 2D- oder im 3D-Modus bewegt, repräsentiert diese eine *Struktur*, die meines Erachtens auf grundlegende anthropologische Konstanten menschlicher Wahrnehmung, hierbei vor allem von "Raum" und "Zeit", Rücksicht nehmen muss.⁶⁵

So ist es nicht überraschend, dass sich Communities an den menschlichen Alltagserfahrungen von Raum orientieren und diese über ein adäquates Mensch-Computer-Interface zu simulieren versuchen. Dies betrifft das Konzept der Raumfunktion (repräsentieren, empfangen, aufbewahren), seine spezifische Ästhetik (emotionales Erscheinungsbild) und die Möglichkeit der Navigation zwischen verschiedenen Räumen.

Da der User grundsätzlich die Möglichkeit hat, in einer Community ausschließlich oder platzabhängig in 2D zu navigieren, stellt sich hier die zusätzliche Aufgabe, "Funktion", "Ästhetik" und "Navigation" in beiden Modi so zu gestalten, dass der Gesamteindruck für den User identisch bleibt.

Die Architektur vieler Communities basiert primär auf der jeweiligen "Funktion" eines Raums sowie auf dem jeweiligen Grad von Öffentlichkeit oder Privatheit: Neben öffentlichen Plätzen ("communal places"), zu denen alle Mitglie-

Virtuelle Communities

der Zutritt haben, gibt es private Räume ("properties"), die das „Eigentum“ eines einzigen Mitglieds sind, sowie "Clubs", deren Zugang auf eine Teilmenge der Mitglieder beschränkt bleibt. Funktionen zur Kommunikation und Interaktion (siehe Kap. 4.3.2) sind in der Regel an einen Platz gekoppelt - sie sind nur an einem zugeordneten Platz sichtbar und stehen auch hinsichtlich der jeweiligen Zugriffsrechte (siehe Kap. 4.4) in einem Abhängigkeitsverhältnis zu diesem. Neben dem "Wo" ist für die Herstellung von Kommunikation auch das "Wann" unabdingbar. Im Gegensatz zu realweltlichen Treffen, wo die Aussage "Wir sehen uns um 15.00 Uhr in der FU-Aula" hinsichtlich des Zeitpunkts eindeutig ist, müssen Communities auch die jeweiligen Zeitzonen berücksichtigen. Noch gibt es keine "Internet Time", so dass eine systematische Zeitmessung in den Verantwortungsbereich des Community-Betreibers gehört - zum Beispiel in Form einer übergeordneten *City-Zeit*, die sich nach der Zeitzone der jeweiligen Mitglieder Mehrheit richtet.

4.3.2 Synchrone und asynchrone Kommunikation

Auf allen Plätzen gibt es ein relativ vereinheitlichtes Set an Kommunikationsfunktionen.

An erster Stelle steht hier der *Chat*, wobei jeder Platz einen eigenen Chat-Kanal darstellt und in Bezug auf etwaige Zugangsbeschränkungen individuell konfigurierbar ist. Der öffentliche Charakter der "communal places" (siehe nächster Abschnitt) ergibt sich dadurch, dass hier jedes Mitglied mit chatten kann (Besucher werden in manchen Communities ausgeschlossen). Der Chat ist es auch, der das "Hier und Jetzt"-Dasein von Usern signalisiert und so indirekt die Raum-Zeit-Struktur der Community zum Ausdruck bringt.

Nicht zuletzt deshalb ziehen es manche Community-Betreiber vor, bei einem Platzwechsel durch den User automatisch den Chat zu laden. In anderen Communities überlässt man es dem einzelnen Mitglied, durch einen Eintrag in sein persönliches Profil festzulegen, ob standardmäßig bei einem Platzwechsel der Chat eingeblendet werden soll oder nicht. Aufgrund der hohen Bedeutung

Virtuelle Communities

des Chats für das Community-Leben ist es allerdings Brauch, dass unerfahrene Mitglieder zunächst standardmäßig in den Chat gezwungen werden und sich erst nachträglich dafür entscheiden können, in den "No Chat"-Modus zu wechseln.

Ebenfalls zur synchronen Kommunikation, jedoch ohne Bezug auf einen Platz, gehören die *Instant Messages* - kurze "Telegramme", die man anwesenden Mitgliedern zuschickt und die nur von diesen lesbar sind.⁶⁶ Im engeren Sinn ähneln sie SMS-Nachrichten, stellen also eine 1:1-Kommunikation dar, die keinen kontinuierlichen, bidirektionalen Austausch ermöglicht. Mittlerweile werden die Instant Messages aber auch dazu verwendet, um auf komfortable Weise eine Art 1:1-Chat zwischen zwei Usern zu realisieren. Von Bedeutung sind Messages zudem als Medium der Benachrichtigung: Der Login eines befreundeten Users ("Buddy") oder ein anstehender Kalendertermin kann in der Versendung einer Instant Message resultieren.

Andere charakteristische Kommunikations-Tools arbeiten asynchron. An vorderster Stelle steht hier das *Message Board*, das aus den zahllosen Newsgroups im Internet seit langem bekannt ist. Die Anzahl der Message Boards und ihre jeweilige Zuordnung zu Plätzen ist flexibel - es existieren sowohl globale Message Boards für die gesamte Mitgliederbasis als auch solche für einzelne Teilnehmer („Häuser“) und Gruppen („Clubs“). Eine wesentliche Funktion dieses Werkzeugs ist ihr Archiv-Charakter: Das Message Board protokolliert den Kommunikationsfluss, ist das Gedächtnis des Community-Kollektivs und dient vor allem neuen Mitgliedern dazu, gegenwärtige Diskussionen mit der Vergangenheit in Bezug zu bringen. Im Kontext von kontroversen, schriftsprachlichen Auseinandersetzungen - hierzu beim Thema "Sanktionen" mehr - hat das Message Board in seiner Funktion als Beweismittel auch den Nebeneffekt, dass manche Konflikte hartnäckiger und langwieriger ausgetragen werden als in vergleichbaren „face to face“-Situationen.⁶⁷

Kalender, Mitteilungen und Briefkästen stellen Sonderformen des Message Boards dar:

Virtuelle Communities

- Mit Hilfe des *Kalenders* können Mitglieder bestimmte Events ankündigen, die jeweiligen Einträge werden jedoch automatisch nach Ablauf des Ereignisses gelöscht.
- *Mitteilungen* ("announcements") fungieren als "Schwarze Bretter", auf denen nur ausgewählte Mitglieder Postings hinterlassen können - sie haben deklamatorischen Charakter und sind eine Art "One to all"-Kanal - im Gegensatz zum "All to all"-Charakter der Message Boards.
- Der *Briefkasten* ("inbox") schließlich symbolisiert das interne E-Mail-System der Community. Wie beim Message Board können auch hier alle Plätze, Clubs und Häuser mit eigenen Briefkästen bestückt werden.
- Mit der *Wahl* („voting“) steht ein Kommunikations-Tool zur Verfügung, mit dessen Hilfe automatisierte Umfragen durchgeführt werden. In einem kollektiven Entscheidungsprozess können Mitglieder beispielsweise ein kontroverses Thema zur Abstimmung bringen (geheim oder öffentlich) und so rasch eine Stimmung oder eine Mehrheitsmeinung in der Gruppe ermitteln.

4.3.3 Öffentliche Plätze

Die Ausgestaltung des Sets an öffentlichen Plätzen obliegt zwar dem jeweiligen Community-Betreiber, es zeigt sich jedoch, dass gewisse Raum-Typen bevorzugt werden. Als zentraler Treffpunkt fungiert häufig eine Art "Plaza", die in anderen "special interest"-Communities auch "Lobby" oder "Empfangshalle" heißt. Dieser Platz wird unmittelbar nach dem Login geöffnet und hat keine speziellen Kommunikations- oder Tauschfunktionen. Er ist Treffpunkt im allgemeinsten Sinn - eine Art "Agora", wie sie Hannah Arendt in ihrer "Vita Activa" als Abgrenzung zum "Privaten" beschrieben hat.⁶⁸ Daneben existieren öffentliche Plätze, denen spezielle Funktionen zugeordnet sind. Als Beispiele können hier das "Rathaus" für die zentrale Verwaltung von Rollen und Jobs (siehe unten), der "Shop" für den Tausch von Objekten oder auch das "Café" als informeller Chat-Raum genannt werden.

Virtuelle Communities

Die Analogie zu zentralen Gebäuden in einem Dorf oder einer Stadt sind offensichtlich⁶⁹ - durch die Platz-Bezeichnungen und seine spezifische Funktionen werden übergreifende, unter Umständen sogar interkulturell gültige Orientierungsmuster aus dem Alltag angesprochen.⁷⁰

4.3.4 Häuser

Der Gegenpol zu den öffentlichen Plätzen ist das "Haus": Dieses gehört einem Mitglied in dem Sinn, dass die Ausgestaltung der Zugangs- und Interaktionsmöglichkeiten dem jeweiligen Besitzer obliegt. Vereinfacht ausgedrückt kann das Haus als Mischung aus Homepage und privatem Chatraum beschrieben werden: Es existieren vielfältige Möglichkeiten, das Haus individuell zu konfigurieren, sowohl was die Zugangsberechtigung zum Haus-eigenen Chat betrifft⁷¹ als auch in Bezug auf den Upload von Mitglieder-spezifischen Infos, Bildern und Link-Listen. Jedes Haus kann unter anderem einen eigenen Briefkasten und ein Message Board sowie private Fotoalben besitzen - es fungiert so hauptsächlich als Repräsentations- und Empfangsraum und soll dem Bewohner das Gefühl vermitteln, einen eigenen Bereich in der Community zu haben, den er eigenverantwortlich ausgestalten und verwalten kann.⁷²

Bei der Gründung seines virtuellen Heims kann das Mitglied beispielsweise unter verschiedenen 3D-Repräsentationen wählen - von der einfachen Souterrain-Wohnung bis zur vornehmen Villa mit Dachterrasse. 3D-Häuser kosten virtuelles Geld - je komfortabler und größer, desto mehr. Community-Neulinge besitzen häufig nicht genügend Start-Kapital, um den Kauf eines „Schickimicki-Palasts“ zu ermöglichen, so dass die Art des 3D-Hauses bereits Mitgliedschaftsdauer, Aktivität und sozialen Status eines Users symbolisiert.

Der individuellen Ausgestaltung eines 3D-Hauses sind vor allem durch die Integration von VRML-Objekten keine Grenzen gesetzt: Je nach virtuellem Kontostand kann das Mitglied Einrichtungsgegenstände, Bilder, Teppiche und vieles mehr in einem Community-„Shop“ erwerben und in seinem Haus an beliebiger Stelle platzieren. Obwohl es in den meisten Communities nur ein kleines Set an

Virtuelle Communities

Haus-Modellen gibt, werden diese im Laufe der Zeit von ihren Bewohnern' so individuell (und zum Teil liebevoll) ausgestattet, dass die Häuser beliebte Chat-Treffpunkte darstellen.

Auch bei der Gesamtheit aller in einer Community existierenden Häusern fällt die Simulation realweltlicher Strukturen ins Auge: Häuser werden zu mehrschichtigen Konglomeraten gruppiert, die als "Nachbarschaften" fungieren und spezielle Kommunikationsmöglichkeiten zwischen den Mitglieder-Teilgruppen ermöglichen. Häufig findet man dabei ein dreischichtiges Modell von "communities", "neighborhoods" und "blocks".⁷³

4.3.5 Clubs

Als Clubs werden Plätze bezeichnet, die für den Zutritt eine eigene Mitgliedschaft voraussetzen. Clubs werden ebenso wie Häuser von einem einzelnen Mitglied angelegt (ihre Gesamtanzahl ist also variabel) und entstehen aufgrund gemeinsamer Interessen (Sport-Club, Literatur-Club) oder ähnlicher soziodemographischer Merkmale der Mitglieder (Berliner-Club, Single-Club).

Die Gründung eines Clubs ist (vergleichbar der Wahl eines 3D-Hauses) ein Privileg, da nur Mitglieder mit einer bestimmten Anzahl von „Erfahrungspunkten“ Clubs einrichten dürfen. Grund hierfür ist der empirische Befund, dass gerade auf diesen Plätzen die meisten (von Mitgliedern autonom organisierten) Chats und Events stattfinden. Um solche Aktivitäten zu bündeln und zu fördern, sollen möglichst nur engagierte Community-Bewohner Club-Aktivitäten steuern.

In Analogie zum „real life“ werden Clubs häufig von mehreren Mitgliedern gemeinsam verwaltet; hierzu überträgt der Club-„Gründer“ bestimmte Rechte an andere Mitglieder und teilt sich mit diesen (informell ausgehandelte) Aufgaben. Dieses oligarchische Prinzip macht die Clubs innerhalb der Communities zu bevorzugten Orten von teils äußerst emotionalen und dauerhaft geführten Auseinandersetzungen: Kompetenzgerangel und Streitigkeiten über bestimmte

Virtuelle Communities

Club-Aktivitäten kulminieren dabei nicht selten in gegenseitigen Clubabschluss-Versuchen.

Doch nicht nur *innerhalb* der Clubs gibt es kompetitive Elemente - es existieren darüber hinaus öffentlich zugängliche Club-Listen, in denen die Aktivität der Clubs (Gesamtanzahl der Mitglieder, Anzahl der neuen Mitgliedschaften in der letzten Woche etc.) protokolliert und eine daran orientierte Rangliste einsehbar ist. Seitens der Community-Betreiber wird also versucht, das psychosoziale Potential der Clubs zu fördern, um Identifikation mit und Treue zur Community bei den Mitgliedern zu festigen.

4.3.6 User-Interface: Orientierung und Navigation

Um als Raum-Entität wahrgenommen zu werden, muss die Community eine innere Verknüpfung zwischen den Plätzen sowie intuitiv nachvollziehbare Möglichkeiten zum Wechsel zwischen diesen Plätzen bereitstellen.

Sofern eine Community *keine* 3D-Visualisierung von Plätzen, Häusern und Clubs vorsieht, ist der innere Zusammenhang einer Community im Sinne einer strukturierten Anordnung von Räumen zunächst äußerst abstrakt: Der Raum zeigt sich als "flache" HTML-Oberfläche mit raumspezifischer Grafik und Ästhetik (zum Beispiel mittels Farb-Codierung) sowie singulären Funktionen, die sich über Buttons und Schaltflächen aktivieren lassen. Darüber hinaus kann der Raum eine eigenständige und nach außen abgeschlossene Chat-Umgebung darstellen, die das "Hier und jetzt"-Dabeisein anderer Mitglieder signalisiert. Die Existenz der anderen Räume wird zwar über ein entsprechendes Interface (beispielsweise Select-Listen oder Site-Maps) symbolisiert, das "Wo" dieses Orts und die "Entfernung" zu ihm hat jedoch keine lebensweltliche Entsprechung.⁷⁴ Bei der Nutzung von dreidimensionalen VRML-Räumen stellen sich andere Orientierungs- und Navigationsprobleme. In der Praxis werden diese Räume realweltlichen oder aus der Sci-Fi-Welt entlehnten Vorbildern nachgestellt. Die Gestaltungsmittel für solche 3D-Räume beinhalten Formen, Oberflächen, Materialien, Farben und Licht; hinzu kommen Animationen und interaktive Objekte.

Virtuelle Communities

Mit Hilfe seines Avatars⁷⁵ kann der User hier innerhalb des kartesischen Koordinatenraums navigieren - es gibt ein oben, unten, rechts und links.

Theoretisch ist hier auch eine intuitivere Verknüpfung verschiedener Räume möglich, um den Eindruck einer geografischen Einheit zu erwecken, denn manche VRML-Räume haben Türen, durch die der Avatar zu anderen Plätzen gelangt. In den meisten Communities wird diese technische Möglichkeit aber nicht ausgereizt - die Verzahnung der VRML-Räume ist unvollständig und in der Regel willkürlich, so dass die meisten User weiterhin mittels der von herkömmlichen HTML-Seiten bekannten Screen-Elemente (Button, Select-Liste) navigieren.

Virtuelle Communities

4.4 "Rechte" und "Rollen"

Im Anfang war das Recht - zumindest bei virtuellen Communities!

Rechte und Rollen gehören zu den unverzichtbaren Funktionsprinzipien einer Community - *conditio sine qua non*. Würde man auf eine 3D-Visualisierung aller Plätze verzichten und so den Simulationsgehalt der Community sowie seine impliziten Orientierungsmöglichkeiten gravierend einschränken, so könnte man noch ohne Weiteres von einer Community sprechen. Ohne Rechte und Rollen jedoch verliert die Community-Metapher ihre Bedeutung!

Zunächst: Ein Set an "Rechten" konstituiert eine "Rolle" - häufig auch als "Job" bezeichnet. Die Gesamtheit aller Rollen wiederum konstituiert die soziale Struktur einer Community, sie zieht vertikale Schichten in die Mitgliederbasis ein, beeinflusst den sozialen Status eines Rollenträgers und ist das treibende Element für soziales Handeln, welches sich im Idealfall zu einer Art "virtual politics" entwickeln kann.

4.4.1 Rechte aus Community-Sicht

Wir sprechen hier jedoch von Recht im programmier- und Datenbank-bezogenen Sinn und wollen einer Fehlinterpretation von vornherein den Riegel vorschieben. Denn aus sozialwissenschaftlicher Sicht meint Recht

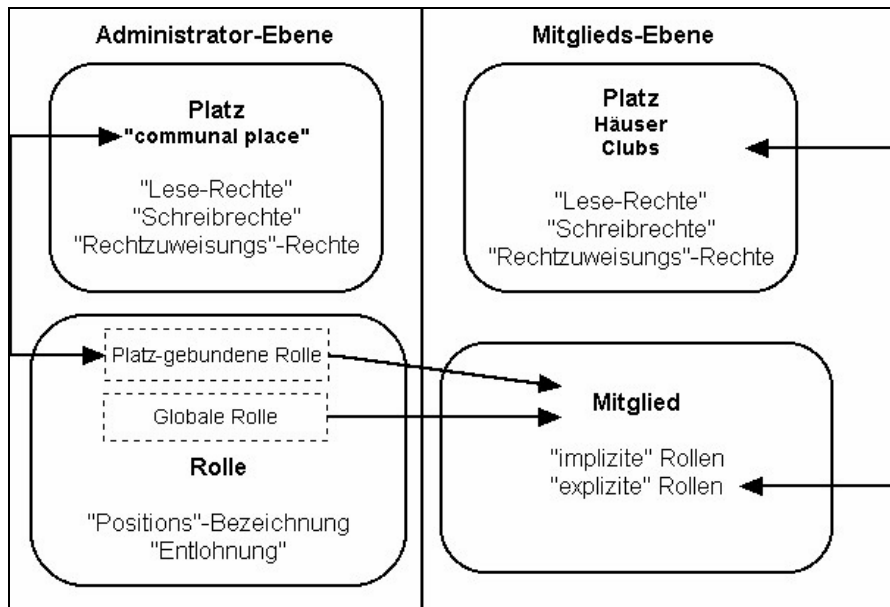
"die Gesamtheit aller R.s-Vorschriften, also die R.s-Ordnung, nach denen sich die Verhältnisse und Handlungen der Menschen zueinander (...) bestimmen (...) R. ist normativ, fragt nach dem Sollen (...).⁷⁶

Das gesatzte, normative Recht weist dem Rechtssubjekt Handlungen zu, die ihm erlaubt beziehungsweise explizit verboten sind. Hierfür müssen Rechtssatzungen ihrem Sinn nach bekannt sein.

In der Community-Terminologie meint Recht demgegenüber spezifische Aktionsmöglichkeiten, die ein Mitglied oder eine Gruppe von Mitgliedern an einem bestimmten Platz hat. Die Zuweisung eines Rechts kann entweder über eine

Virtuelle Communities

Rolle implizit definiert sein (siehe Beschreibung des Rollenkonzepts unten) oder wird durch Rechte-Inhaber explizit vergeben.



Grafik 3: Die Zuordnung von „Rechten“ und „Rollen“ zu Plätzen

4.4.2 Rechts-„Formen“

Es lassen sich vier Rechts-Formen unterscheiden - Eigentums-, Lese-, Schreib- und Rechtzuweisungs-Rechte. Unter Lese-Rechten versteht man die Möglichkeit, Informationen - wie beispielsweise Message-Board-Postings oder Briefkasten-Einträge - abrufen zu können; mit dem Schreib-Recht ist dem User das Posten solcher Beiträge gestattet. Wie im "real life" haben so zum Beispiel nur Hausbesitzer einen „Schlüssel“ zu ihrem eigenen Briefkasten, während alle anderen Mitglieder dort nur Nachrichten hinterlassen können. Ein umgekehrter Fall wären die oben erwähnten „Mitteilungen“, welche dem Community-Betreiber ein Tool in die Hand geben, um bestimmte Informationen an die Mitglieder weiterzuleiten: Hier bleibt das Schreib-Recht auf eine kleine Gruppe beschränkt, alle anderen können diese Informationen nur abrufen.

Virtuelle Communities

Mit dem Eigentums-Recht wird festgelegt, welchem Community-Mitglied ein Platz (oder auch Objekt) gehört. Da dieses Recht implizite Aktionsmöglichkeiten umfasst, gibt es gemäß der Server-Logik keine Eigentümer-freien Plätze oder Objekte, da andernfalls solche Community-Bestandteile im Nachhinein nicht mehr modifizierbar wären.

Das Rechtzuweisungs-Recht schließlich bezieht sich auf die Funktion, die Rechte-Vergabe an einem Platz ändern zu können. Sinn und Zweck dieser Rechts-Form hängt mit einer Eigenart der Rollen/Rechte-Konzeption zusammen und bedarf einer kurzen Erläuterung: Obgleich das Eigentums-Recht nur an einem *einzigem* Mitglied hängt, können die damit verbundenen Aktionsmöglichkeiten "geshared", das heißt an andere Mitglieder übertragen werden. Hierdurch ergibt sich das Problem, dass ein "Owner" durch einen seiner "Assistants" abgesetzt werden könnte, indem dieser sich selbst die Owner-Rolle zuteilt. Das Rechtzuweisungs-Recht schiebt hier einen Riegel vor, indem es Änderungen an den Rechte-Verhältnissen nur dem Owner gestattet.

Die oben skizzierte technische Realisierung eines Rechtekonzpts hat sozial weitreichende Konsequenzen: Was hier lapidar als Schreib-Recht klassifiziert wird, ist innerhalb einer virtuellen, sozialen Gruppe ein "Handlungs"- und "Entäußerungs"-Recht schlechthin. Im Kontext asynchroner Kommunikationsmittel ist nur derjenige sicht- und wahrnehmbar, der „schreibt“; im synchronen Chat wird der nicht teilnehmende Beobachter zum konturlosen Zaungast.

4.4.3 Rechts-Hierarchie

Die skizzierten Rechts-Formen sind hierarchisch aufeinander bezogen: So impliziert ein Eigentums-Recht sämtliche Schreib- und Lese-Rechte an einem Platz, während das erwähnte Rechtzuweisungs-Recht noch oberhalb des Eigentums-Rechts steht.

Rechts-Hierarchien werden darüber hinaus durch die vertikale Anordnung von Plätzen beeinflusst. Als Beispiel könnte die Zusammenfassung mehrerer Häuser zu einer „Gemeinde“ sowie mehrerer „Gemeinden“ zu einem „Kreis“ genannt werden: Kreise und Gemeinden sind eigenständige Plätze, haben also

Virtuelle Communities

Eigentümer mit exakt definierten Rechten. Über eine entsprechende Konfiguration lassen sich diese Rechte an die untergeordneten Plätze vererben, so dass zum Beispiel der Owner eines Kreises automatisch Rechte an den untergeordneten Gemeinden erhält.

4.4.4 Rechts-Transparenz

Es wurde eingangs erwähnt, dass ein sozialwissenschaftliches Verständnis von Recht voraussetzt, dass die Rechtsbestimmungen (in der Regel) für das Rechtssubjekt bekannt sein sollten. Innerhalb einer virtuellen Community ist man demgegenüber mit dem Problem konfrontiert, dass die Vielfalt der Rechts-Zuweisungen aus zwei naheliegenden Gründen nicht transparent ist: Zum einen ist es unüblich, sämtliche Interaktionsmöglichkeiten und ihre jeweiligen rechtlichen Zusammenhänge in einer Art Codex zusammenzufassen. Zum anderen, und dies ist hier von größerer Bedeutung, wird der Zugriff auf Rechte ausschließlich über das User-Interface gesteuert: Hat ein Mitglied ein bestimmtes Recht zur Ausführung einer Aktion *nicht*, so ist es sehr einfach, den Zugriff darauf abzuschalten - durch Weglassen des jeweiligen Buttons, der die Aktion auslöst. In der Praxis kann man auf diese Weise einem Mitglied ein limitiertes Set an Aktionsmöglichkeiten zur Verfügung stellen, ohne dass dem Mitglied diese Limitierung *bewusst* ist.

Als Alternative ist natürlich auch ein Screen-Design denkbar, das allen Mitgliedern ein identisches Interface bietet und hinter den aktionsauslösenden Buttons unterschiedliche Mechanismen legt: Während der Rechteinhaber zu der angekündigten Funktion geführt wird, erhält der Nicht-Rechteinhaber eine Meldung, die ihn darauf aufmerksam macht, dass (und warum) er an dieser Stelle die angekündigte Aktion nicht ausführen darf.

Die jeweilige Entscheidung für ein bestimmtes Screen-Design hängt von der Beantwortung zweier Fragen ab:

1. Möchte man jedem Mitglied unabhängig von seinem Status die Gesamtheit aller *potentiellen* Community-Features präsentieren? Hierfür spricht, dass so

Virtuelle Communities

der Funktionsumfang und damit die Qualität der Community hervorgehoben und Mitglieder mit limitierten Rechten dazu motiviert werden, durch Engagement ihren Status und ihre Aktionsmöglichkeiten aufzustocken. Ein häufig zu hörender Einwand hingegen postuliert, dass jedes Web-Interface eine eindeutige Korrelation zwischen Screen-Elementen und der durch sie ausgelösten Aktionen aufweisen sollte.

2. Welchen Stellenwert hat ein einheitliches Erscheinungsbild der Community? Um Orientierung und Navigation möglichst benutzerfreundlich zu gestalten, mag es zweckmäßig sein, die Anzahl der Screen-Elemente nicht an den (sich dynamisch verändernden) Status eines Mitglieds zu koppeln⁷⁷: Auch hier gilt jedoch das unter 1) angeführte Gegenargument.

Bei der Entwicklung von Communities wird in der Praxis häufig eine Mischung aus beiden Interface-Philosophien angewendet.

4.4.5 Rollen aus Community-Sicht

Auch beim *Rollen*-Konzept einer Community ist es hilfreich, Gemeinsamkeiten und Unterschiede zum sozialwissenschaftlichen Verständnis der sozialen Rolle herauszuarbeiten.

Nach herkömmlicher Definition ist eine soziale Rolle ein

"Bündel *normativer Verhaltenserwartungen*, die von einer Bezugsgruppe oder mehreren *Bezugsgruppen an Inhaber bestimmter Positionen* herangetragen werden. R.n sorgen für regelmäßiges, vorhersehbares Verhalten als Voraussetzung für kontinuierlich planbare Interaktionen und erfüllen somit eine allgemeine soziale Orientierungsfunktion. Die Verhaltenserwartungen werden zwar an Individuen herangetragen, beziehen sich aber auf *die sozialen Positionen*, die die Individuen einnehmen, sind also *auf Individuen als Positionsträger* gerichtet."⁷⁸

(Hervorhebungen, T. D.)

Virtuelle Communities

Auch hier steht ein normativer Gehalt, vergleichbar dem "Soll"-Charakter des Rechts, im Vordergrund: die subjektive Verhaltenserwartung an Rollenträger. Dies gilt zwar auch für Communities, ist hier jedoch eher die *Folge* einer zunächst normativ-freien Definition der Rolle.

Warum? Aus Sicht des Administrators bewirkt jeder Login die automatische Zuweisung einer Rolle: Bereits der anonyme "Visitor", der ja nicht in der Mitglieder-Datenbank eingetragen ist und von daher keinerlei Eigenschaften ("attributes") besitzt, stellt einen Rollen-Inhaber dar - ebenso wie das Mitglied unmittelbar nach seiner Registrierung. In der "role table" - einer Community-Datenbank, in der sämtliche Rollen verwaltet werden - tauchen "Visitor" und "Member" an den ersten beiden Stellen auf - sie sind als Rolle bereits bei der Installation des Community-Servers vordefiniert. Beiden Rollen wird bei der Programmierung von Plätzen auch ein Set an Rechten zugeordnet - beispielsweise kann der Community-Betreiber festlegen, ob sich Visitors am Chat beteiligen dürfen oder nicht. Dies scheint einem Verständnis von Rolle, welches eine Zuordnung von Rolleninhaber und Individuum vorsieht, zu widersprechen: Der Visitor ist - technisch betrachtet - nämlich kein Individuum, da er aufgrund fehlender Referenzen in den Community-Datenbanken keine Identität besitzt. Um seine Aktionen innerhalb der Community zu steuern, muss er jedoch eine Rolle besitzen, da allein die Rolle ein Set an Rechten konstituiert und der Zugang zu einem "Platz die Existenz von Rechten voraussetzt.

Neben den Primär-Rollen "Visitor" und "Member" lassen sich beliebig viele weitere Rollen definieren und einem oder mehreren Mitgliedern zuordnen. Dabei unterscheidet man zwei Typen: Die so genannte platzgebundene Rolle konstituiert ein Set an Rechten, das nur an einem einzigen Platz Gültigkeit hat: So ist die Rolle des "Wirts" an den Platz "Kneipe" gebunden, die des "Stadionsprechers" an das "Stadion". Daneben gibt es "globale Rollen"⁷⁹, die platzunabhängig sind: In Analogie zum "real life" kennen viele Communities beispielsweise so ge-

Virtuelle Communities

nannte Polizisten, die für die Einhaltung der „Netiquette“ verantwortlich sind und ihre daran gekoppelten Rechte an jedem Platz ausüben können.

Bei der Definition einer Rolle wird zudem die Größe der Entlohnung festgelegt, die der oder die Rollen-Inhabern erhalten - in Form von virtuellem Geld oder Erfahrungspunkten. Rollen und ihr damit verbundener sozialer Status bleiben nicht anonym: Mitglieder, die mehrere „Jobs“ haben, können die ihnen wichtigste Rolle in ihrem Mitglieder-Profil auswählen - diese Rolle erscheint dann im Chat als Namenszusatz und ist für alle Chat-Mitglieder sichtbar. Wer also die im letzten Absatz erwähnte Polizisten-Rolle hat, trägt automatisch im Chat seinen „Sheriff-Stern“ mit sich herum und kann sich gegenüber anderen Mitgliedern quasi ausweisen.

Manche Aktionen bewirken automatisch die Zuordnung zu einer Rolle - so beispielsweise, wenn das Mitglied einen Club gründet (Rolle: "Club-Besitzer").

Andere Rollen werden durch Mitglieder mit einem höheren Status zugewiesen - so ernennt der "Wirt" oder ein "Gemeinde-Direktor" seine Stellvertreter.

Schließlich gibt es auch Rollen, die nur von der Administrator-Ebene aus vergeben werden können und in Spezialfällen zum Einsatz kommen. Die Rollen- und Rechtevergabe setzt sich demnach aus einer Mischung aus teilinstitutionalisierter Selbstorganisation (Mitglieder erhalten und vergeben Rechte) sowie reservierten Admin-Kompetenzen zusammen.

4.5 Entlohnung und Status

Communities können auch Incentive-Systeme enthalten, deren Zweck die dauerhafte Anbindung der Mitglieder an ihre Community ist. Solche Systeme sind seit langem von Strategie- und Adventure-Spielen her bekannt, und es ist kein Zufall, dass sich Community-Betreiber oft der Funktionsweise dieser Systeme bedienen.

Intensive Kommunikation und Interaktion werden in Communities belohnt, indem (automatisch oder manuell) bestimmte Mitglieder-Attribute geändert werden. Zwei zentrale Attribute sind beispielsweise "virtuelles Geld" und "Er-

Virtuelle Communities

fahrungspunkte". Deren jeweilige Höhe entscheidet zum Beispiel darüber, ob ein Mitglied besonders attraktive Community-Features nutzen oder interessante Informationen einsehen kann. Mitglieder, die in Bezug auf "Reichtum" und "Erfahrung" ein bestimmtes Level erreicht haben, können darüber hinaus einen Bonus erhalten - in Form einer weiteren Aufstockung ihres Guthabens oder, ganz reell, in Form von Geschenken durch den Community-Betreiber. Auf der anderen Seite sind manche Aktionen für das Mitglied auch "kostenpflichtig" - so zum Beispiel der Erwerb eines virtuellen Hauses oder der Umzug von einem Community-Siedlungsgebiet in ein anderes.

Ein interessantes Beispiel für den Versuch, das Leben in der Community zu ökonomisieren und Mitgliedern hierdurch auch die Möglichkeit zur Anhäufung „sozialen Kapitals“ zu geben, sind die „shared objects“. Hierbei handelt es sich um zwei- oder dreidimensionale virtuelle Objekte (Einrichtungsgegenstände, Autos etc.), die zu einem bestimmten Platz gehören und jeweils einen individuellen Besitzer haben. Sie können innerhalb des 3D-Raums verschoben und zwischen Räumen hin- und herbewegt werden.

Auch der Handel mit solchen Objekten lässt sich technisch implementieren: Mitglieder können Objekte kaufen sowie selbst Objekte auf den Server transferieren und zum Verkauf anbieten. Letzteres beruht auf einem Transaktionsverfahren, bei dem der Upload an eine Investition in Form von virtuellem Geld gekoppelt ist, der Verkauf wiederum zur Amortisierung der Investition führt - dies natürlich nur dann, wenn eine entsprechend große Nachfrage seitens anderer Community-Mitglieder besteht.

Jedes Mitglied kann jederzeit das eigene Guthaben einsehen. In manchen Fällen teilt man dem Mitglied bereits beim Login seinen jeweiligen Kontostand mit. Ob Geld und Erfahrungspunkte zur virtuellen Privatsphäre des Einzelnen gehören, bleibt dem Betreiber überlassen. Zumindest die Erfahrungspunkte sind häufig an zentralen Stellen - zum Beispiel im so genannten Mitgliederverzeichnis - aufgeführt.

Virtuelle Communities

Indirekt wird durch dieses System eine Stratifikation der Mitgliederbasis eingeführt, die erfahrene und aktive Teilnehmer von weniger erfahrenen und aktiven Mitgliedern trennt. Die Hoffnung des Community-Betreibers ist es, hierdurch ein Konkurrenzverhalten unter den Teilnehmern auszulösen, das sich in einer größeren "sozialen Dynamik" und letztendlich in einer stabileren, zeitbeständigeren Mitgliedschaft auswirkt. Indem jedem Mitglied nur ein Subset aller Funktionen zur Verfügung gestellt wird, das mit seiner momentanen sozialen Stellung korreliert, soll die Neugier auf etwas Neues wachgehalten werden.

Die Bedeutung von Entlohnung, Status und entsprechenden Incentive-Systemen ist gar nicht hoch genug einzuschätzen, vor allem, da hiermit auch das Vermarktungspotential“ von Mitgliedern in Zusammenhang steht. Thematisch ist dieser Problemkreis auch mit Begriffen wie „User-Profiling“ und "User-Tracking" verknüpft, denn erst diese Elemente ergeben überhaupt ein in sich geschlossenes Bild über das Verhalten des einzelnen Community-Mitglieds.

4.6 "Bots"

Bots sind Computerprogramme, die sich in Chat-Umgebungen und Multi User Domains (MUDs) als Personen „ausgeben“ und mit realen Mitgliedern kommunizieren können. Ihr jeweiliges "Konversationstalent" basiert auf der Entwicklung einer Liste von Ein- und Ausgaben, auf der Leistungsfähigkeit der thematischen Passungsmuster sowie der Simulation genuin menschlicher Verhaltensweisen wie Humor oder Traurigkeit.

Man kann Bots so programmieren, dass sie selbständig Chat-Mitglieder ansprechen oder in der Community „umherwandern“. Bots werden in den "People Lists" der Chat-Plätze als eigenständige Teilnehmer gelistet, sind dort aber als solche markiert und identifizierbar. Aufgrund des sehr limitierten Kommunikationsvermögens kommen Bots in vielen Communities aber nicht häufig zum Einsatz und werden von Community-Mitgliedern auch nicht besonders geschätzt. Für bestimmte Service-Leistungen sind sie dennoch nützlich.

Virtuelle Communities

In der Vergangenheit wurde die Bot-Technologie vor allem in IRC-Channels für zentrale Belange eingesetzt⁸⁰: Sie hatten Service-Funktionen, indem sie Login und Logout von Teilnehmern protokollierten und Listen der Chatter mit den meisten Texteingaben („Top Talkers“ genannt) erstellten. Bots wirkten auch regulativ, da sie in der Lage waren, bestimmte Texteingaben, die ein Fehlverhalten im Channel andeuteten, zu erkennen und den Betroffenen aus dem Chat-Raum zu entfernen („Kick“-Funktion).

Man sollte das Thema Bot nicht abschließen, ohne zumindest einmal *Julia* zu erwähnen: Julia, ein von Michael Mauldin programmierter Software-Roboter, der aufgrund künstlicher Intelligenz-Funktionen ausgesprochen „humane“ Gespräche führen konnte, ist wohl das ambitionierteste Beispiel eines Internet-Agenten. Hierzu ein Zitat von Sherry Turkle, die das Verhalten von Menschen gegenüber Bots psychotherapeutisch untersucht hat:

"Die Art und Weise, wie Julia in einem MUD kommuniziert, unterscheidet sich nicht von der eines menschlichen Spielers (...) Julia kann auf eine Frage mit dem Eingeständnis ihrer Unwissenheit antworten, und wenn sie verwirrt ist, kann sie das Thema wechseln (...) Sie äußert Gegenargumente und verwendet Auszüge aus echten Zeitungsartikeln (...) [Sie kann] menschliches Tippverhalten, Schreibfehler und dergleichen simulieren."

5 Leben in der "Virtual Community"

"Im Bezug zum RL (Real Life) stellen virtuelle Gruppen eine Erweiterung der Mitgliedschaftsalternativen sozialer Gruppen dar, wobei ihre Virtualität neue Freiheitsgrade sozialer und thematischer Mobilität eröffnet."⁸¹

Virtuelle Communities

Dieses Resümee Thiedekes zur Einordnung virtueller Gruppen in ein allgemeines Gruppentheorem soll abschließend anhand einiger ausgewählter Interaktionsformen in Virtual Communities illustriert werden. Die Fokussierung liegt dabei auf einer Betrachtung der kontextabhängigen *Kommunikationskonventionen*⁸² und ihrer Abhängigkeit zu Möglichkeiten und Restriktionen der Community-Server-Technologie.

5.1.1 Identifizierung

Die gegenseitige Identifizierung von Community-Mitgliedern nach dem Login wird zunächst dadurch beeinflusst, ob sich ein Mitglied in einem Chat-Bereich begibt oder nicht. Befindet sich ein Mitglied *nicht* in einem Chat-Raum, so ist sein Dasein nur über die Funktion "Wer ist online?" ermittelbar: Diese Funktion listet alle Mitglieder auf, die sich zurzeit in der Community befinden, und bietet die Möglichkeit zum Versenden einer "Instant Message". Wo sich der jeweilige Adressat aufhält, kann jedoch nicht ermittelt werden.

Betritt ein neuer Teilnehmer hingegen eine „Szene“ (Chat-Bereich), so wird er darüber hinaus in der People List des Chat-Fensters aufgeführt und sein Avatar in Abhängigkeit von dem gewählten Chat-Modus (2D oder 3D) visualisiert.

Die Identifizierung durch andere Mitglieder erfolgt zuallererst durch den jeweiligen Nickname. Da ein Mitglied sich unter Verwendung verschiedener Nicknames in das System einloggen kann - König (1988) spricht hier von den Möglichkeiten der Mode, den eigenen „öffentlichen Körper“ zu gestalten - ist eine *eindeutige* Zuordnung von Real-Person und Imago-Identität aber nicht gegeben.⁸³ Mir sind keine empirischen Untersuchungen bekannt, die verlässliche statistische Daten darüber liefern, wie viel Prozent der Mitglieder einer Online-Community zwischen mehreren Imago-Identitäten wechseln. Es ist aber davon auszugehen, dass dies stark von der thematischen Fokussierung der Community abhängt: Special-interest-Gruppen (Sport-Communities, lokale Stadt-Communities etc.) dürften einen geringeren „Switch“-Koeffizienten aufweisen

Virtuelle Communities

als zum Beispiel Chat-Foren, deren Teilnehmer auf der Suche nach einem Sexualpartner sind.

Die Möglichkeit zum Identitäts-Wechsel hängt natürlich auch davon ab, inwieweit dies von einem Community-Betreiber begünstigt oder aber verhindert wird: Virtuelle Umgebungen, die einen Login mit einem *spontan* gewählten User-Namen erlauben, befinden sich hierbei auf der einen Seite der Skala. Online-Systeme, deren Mitgliedschaft von vornherein mehrere, aber dauerhafte User-Namen ermöglichen - America Online ist hier das prominenteste Beispiel -, nehmen eine Zwischenstellung ein und gestatten beim Login die Auswahl eines der bei der Registrierung festgelegten User-Namens. Diese User-Namen können zwar geändert, gelöscht oder ergänzt werden, sind jedoch bei weitem nicht so beliebig und situativ zu handhaben wie beim anonymen Login. Am anderen Ende der Skala stehen Communities, die dem Identitäts-Wechsel dadurch Grenzen setzen, indem nicht nur User-Namen, sondern auch E-Mail-Adressen in der Community-Datenbank nur einmal vorkommen dürfen. Personen, die hier mehr als eine Mitgliedschaft haben wollen, müssen demzufolge über mehrere E-Mail-Accounts verfügen. Aufgrund der zahlreichen, kostenlosen E-Mail-Dienste (zum Beispiel *www.gmx.de* oder *www.yahoo.de*) stellt dies sicherlich kein unüberwindbares Hindernis dar, es hat sich erfahrungsgemäß aber trotzdem als psychologische Hürde erwiesen.

Die Struktur der durch „Tarnnamen“ und Imago-Identitäten vermittelten Persönlichkeitsbilder ist bei den meisten Communities noch nicht empirisch erfasst worden. Aus Untersuchungen über IRCs und MUDs weiß man jedoch, dass bei der Namenswahl sowohl reale Vornamen auftauchen, als auch Anspielungen mythischer, sexueller oder technischer Natur gemacht werden. Bechar-Israeli (1995) hat folgende sieben Namenstypen bei der Analyse von IRCs unterschieden:

Kategorie	Häufigkeit	Beispiel
Realnamen	7,8 %	<Ralf>, <MuellerP>

Virtuelle Communities

Selbstbezogene Namen	45 %	<shyguy>, <lone-some_girl>
Technikorientierte Namen	16,9 %	<processor>, <reisswolf>
Natur- oder objektbezogene Namen	15,6 %	<dschungel>, <blaue_blume>
Auf Wortspiele oder Geräusche bezogene Namen	11,3 %	<wouh>, <what_the_hell>
An VIPs orientierte Namen	6,1 %	<marilyn>, <lenin>
Provozierende Namen	3,9 %	<raf>, <bigboy4you>

Table 5: Namenstypen bei der Analyse von IRCs (Quelle: Bechar-Israeli 1995)

Auch bei der Namenswahl ist der thematische Fokus einer Community mitentscheidend: Es finden sich, um nur ein Beispiel anzuführen, in der Sci-Fi-Community *Cybertown* (www.cybertown.com) vergleichsweise weniger Realnamen als in der Fußball-Community *SoccerCity* (www.soccercity.de).

In rein textbasierten Communities ist der gewählte User-Name alleiniges Identifizierungsmerkmal bei der ersten Kontaktaufnahme. Anders verhält es sich bei virtuellen Umgebungen, welche die Visualisierung der Imago-Persönlichkeit erlauben. Die Auswahl des eigenen Avatars gibt dem User ein zusätzliches Selbststilisierungs-Mittel an die Hand. In der Praxis findet man Communities, die nur *einen* Standard-Avatar zur Verfügung stellen ebenso, wie virtuelle Umgebungen, die dem Mitglied die Auswahl aus einer Avatar-Bibliothek ermöglichen. Inzwischen gibt es zudem preiswerte Consumer-Programme, mit denen sich ohne Programmierkenntnisse eigene Avatare entwerfen und in einer Community verwenden lassen.

Das Aussehen der Avatare ist ähnlich vielfältig wie die Wahl des Nicknames: Man trifft heute in Communities sowohl anthropomorphe Gestalten als auch Phantasie- und Fabelwesen, Flugzeuge und Roboter. Für den einzelnen User fungiert der Avatar als nachholende "Verkörperlichung", er macht ihn visuell wahrnehm- und identifizierbar, und es bedarf geringerer interpretatorischer

Virtuelle Communities

Bemühungen, die selbst gewählte Imago-Identität hinter dem Avatar zu entschlüsseln, als dies bei auf Wortspielen und Andeutungen basierenden Namen der Fall ist.

5.1.2 Begrüßung und Verabschiedung

Begrüßungs- und Verabschiedungsritualen kommt in allen Communities eine große Bedeutung zu, zum Teil sind sie sogar streng formalisiert. Sie scheinen in virtuellen Umgebungen, "in denen der Zusammenhalt stets neu kommunikativ erzeugt werden muss, eine wichtige Funktion für die Entwicklung sozialer Bindungen zu haben."⁸⁴ Bei der *textbasierten Kontaktaufnahme* sind Begrüßungsfloskeln wie "Hi!" oder "Wie geht's?" üblich - es existieren sogar textlich codierte Formen für "rituelles Knuddeln".⁸⁵ Von Mitgliedern, die sich bereits in einem Chat-Raum befinden, wird erwartet, dass sie die Wahrnehmung von Neuankömmlingen durch eine direkte Ansprache zum Ausdruck bringen.

Noch wichtiger ist die *Verabschiedung*: Hier ist es selbstverständlich, dass das Verlassen eines Chat-Raums nicht nur signalisiert, sondern auch begründet wird, zum Beispiel in Form einer Redewendung wie: "CU. Ich muss jetzt offline gehen, da ich Besuch bekomme." Bemerkbar ist diese Erwartungshaltung vor allem in Situationen, in denen ein Mitglied unfreiwillig, beispielsweise durch einen System-Crash, urplötzlich aus der Community "verschwindet". Im Zuge der erneuten Kontaktaufnahme ist dann häufig zu beobachten, dass das Mitglied seine kurzfristige Abwesenheit ex post begründet.

In *grafischen virtuellen Umgebungen* wird die Kontaktaufnahme darüber hinaus durch eine Positionierung des Avatars in der Nähe der gewünschten Kontaktperson sowie durch spezielle Begrüßungs-"Gestures" signalisiert. Die „face to face“-Positionierung der Avatare scheint das Gefühl der Verbindlichkeit für die Kommunikationssituation zu erhöhen. - Problematisch werden die angeführten Rituale dort, wo die Anzahl der Chatter eine gewisse Größe übersteigt. Auf der „Plaza“ in der Online-Community *Cybertown* sind häufig über 250 "concurrent

Virtuelle Communities

user" anwesend; Begrüßung und Verabschiedung lassen sich dort aufgrund der zahlreichen Logins und Logouts nur schwer realisieren.

5.1.3 Nähe, Abgrenzung und interpersonale Distanz

Auch in virtuellen Kommunikationsumgebungen gibt es Möglichkeiten, Nähe und Distanz zu signalisieren. Die erwähnte Positionierung des Avatars im 3D-Raum zum Beispiel kann als Indiz für interpersonelle Annäherung interpretiert werden. Becker schildert Situationen in grafischen MOOs⁸⁶, bei denen eine zu große Annäherung des Avatars zu heftigen verbalen Abwehrreaktionen geführt hat. Es scheint, als würden die realweltlichen (und vom jeweiligen kulturellen Kontext abhängigen) Konventionen über den angemessenen räumlichen Abstand zwischen Personen⁸⁷ auch auf den virtuellen Raum projiziert werden. Inwieweit die räumliche Nähe zwischen Avataren eine Auswirkung auf das Chat-Verhalten der Teilnehmer hat, ist jedoch umstritten. Manche Befunde legen die Vermutung nahe, dass Abgrenzungs- und Annäherungsstrategien eher dadurch realisiert werden, indem User auf zielgerichtete Chat-Beiträge nicht reagieren oder als Ausweichverhalten einen 1:1-Chat aufbauen. Eine weitere Strategie besteht darin, die Sprache zu wechseln: In englischsprachigen Chat-Räumen in den USA wird die Verwendung des Französischen als starke Abgrenzung empfunden, gleichzeitig lässt sich hierdurch unmittelbar eine Nähe zu anderen französischsprachigen Teilnehmern (sofern vorhanden) aufbauen.

5.1.4 Privatsphäre

Bereits die strukturelle Aufteilung von Online-Communities in "öffentliche Plätze", "Clubs" und "Häuser" - inklusive ihrer jeweiligen Rechte-Vergaben - macht deutlich, dass Community-Betreiber Plätze mit einem unterschiedlichen Grad an Privatheit zur Verfügung stellen wollen. Doch auch ohne einen Platzwechsel zu vollziehen, kann innerhalb eines Chat-Raums durch die Mitglieder

Virtuelle Communities

eine Privatsphäre aufgebaut werden. Wichtigstes Instrumentarium hierzu sind der "Flüster"-Befehl und das Versenden von "Instant Messages":

Wird ein gewünschter Ansprechpartner in der People List mit der rechten Maustaste angeklickt und im aufpoppenden Kontextmenü der Eintrag "Flüster" gewählt, so erscheint der Texteintrag nur im Chat-Fenster dieses Ansprechpartners - durch den Zusatz "Mitglied xxx flüstert zu Dir: <Text>" erkennt dieser, dass ein 1:1-Chat eröffnet wurde, der vom Rest der Teilnehmer nicht gelesen werden kann. Indirekt wird hierdurch ein privater Chat-Raum geöffnet⁸⁸.

Das Senden von "Instant Messages" stellt eine weitere private Kommunikationssituation her, ist aber für einen kontinuierlichen Austausch von Informationen weniger geeignet, da man hier in der Regel nicht - wie im Chat-Fenster - alle Beiträge aufgelistet bekommt.

5.1.5 Sanktionen

Das Thema Sanktionen fragt im Kontext virtueller Umgebungen nach den Möglichkeiten der Normensetzung und -wahrung in einer durch Technizität bestimmten Umwelt. Es wurde bereits erwähnt, dass sich Kommunikationsprozesse in virtuellen Umgebungen zum Teil sehr personenbezogen und emotional darstellen. Vertraulichkeit und emotionale Expression müssen jedoch in einem relativ kontextarmen Medium (größtenteils) textlich codiert werden. Wir werden uns an dieser Stelle auf schriftsprachliche asynchrone (Message Boards, Mailing-Listen) und synchrone (vor allem Chat) Kommunikationspraktiken konzentrieren und Einflüsse von Video-, Grafik- und „Text to speech“-Technologien außer Acht lassen.

Zunächst: Die Normorientierung in computervermittelten Kommunikationsumgebungen darf nicht technikdeterministisch als unterentwickelt betrachtet werden⁸⁹ - ebenso wie auch die beschönigende Gegenposition, dass in elektronischen Netzwerken bestimmte humane Werte wie Egalität, Hilfsbereitschaft und Selbstoffenbarung besonders ausgeprägt seien, an der Realität vorbeigeht.

Virtuelle Communities

Eine virtuelle Community ist eine Art „Territorium“⁹⁰, in dem Zutritt, maximale Teilnehmerzahl und Partizipationsmöglichkeiten technisch vermittelt werden – sie stellt deshalb von vornherein zahlreiche Sanktionsmöglichkeiten zur Verfügung. Innerhalb der Mitgliederbasis existiert ein *Kernbereich* besonders aktiver Teilnehmer, die oft administrative Funktionen übernehmen und sich gegenseitig gut kennen, ein *Mittelfeld* von Personen, die regelmäßig erscheinen und an bestimmten Aktivitäten teilnehmen, sowie eine *Peripherie*, zu der "Gäste" und „Newbies“ gehören.⁹¹ Trotz der (oben diskutierten) "Pseudonymität", wie sie in den Nicknames zum Ausdruck gebracht wird⁹², sind die Mitglieder innerhalb der Gruppe identifizier- und in Bezug auf Sanktionsmaßnahmen adressierbar. Ob und inwieweit Sanktionen überhaupt greifen, hängt natürlich auch davon ab, welche sozialen Bedürfnisse des Einzelnen innerhalb der Community befriedigt werden (Ausleben von beruflichen oder Freizeitinteressen, Freundschaft, Macht, Demonstration von Fertigkeiten usw.).⁹³

Sanktionen sind eine Reaktion auf die Verletzung von expliziten und/oder impliziten Regeln und Normen in einer Gruppe: In virtuellen Communities stellen dabei die bereits erwähnte "Netiquette" sowie Community-spezifische "Verfassungen" explizite Regelwerke dar. Doch wie umfangreich sind solche Regelwerke, welchen Inhalt haben sie, welche Sanktionen werden bei einer Verletzung der Regeln angedroht, und wer kann überhaupt Sanktionen verhängen? In der Regel besitzen Communities eine Art „Grundgesetz“, das meist direkt auf der Einstiegsseite einsehbar ist und zum Teil auch automatisch an Neumitglieder via E-Mail geschickt wird. Die Anzahl der "Paragrafen" ist überwiegend gering - das Regelwerk bleibt für den Einzelnen überschaubar.⁹⁴ Was die Inhalte der Regeln betrifft, so lassen sich vier Kategorien oder "Meta-Regeln" unterscheiden:⁹⁵

1. Verhaltensweisen gegenüber der *Gesellschaft* als Ganzes: Hierzu gehören rechtswidrige Äußerungen mit rassistischen, sexistischen, antisemitischen oder pornographischen Inhalten. Solche Regeln sind Standards und finden sich in allen Communities.

Virtuelle Communities

2. Verhaltensweisen gegenüber dem *Netzwerk*: Hierbei handelt es sich um Regeln, die in früheren Jahren vor allem beim Internet Relay Chat eine große Rolle spielten und sich auf die Vermeidung einer unnötigen Belastung des Netzwerks - zum Beispiel durch häufigen Topic- und Channel-Wechsel oder Werbe-Spams - bezogen. In Communities findet man hierzu wenig.
3. Verhaltensweisen im *Chat-Raum*: Gemeint sind Regeln, die darauf abzielen, dass die Chat-Kommunikation als Ganzes nicht gestört wird - zum Beispiel in Form von unleserlichen oder sinnlosen Text-"Floods" oder der Verbreitung einer negativen Stimmung durch kollektive Beleidigungen etc.
4. Verhaltensweisen gegenüber *Individuen*: Im Zentrum stehen dabei verbale Angriffe (zum Beispiel Beleidigung und Anmache) auf Mit-Chatter. Die meisten Regelverstöße innerhalb von Communities gehören zu dieser Kategorie. In manchen Chat-Umgebungen - Beispiel IRC - beziehen sich individuelle Verhaltensregeln auch auf die Benutzung eines angestammten Nicknames Dritter, sprich: der Annahme einer fremden Imago-Identität. In Communities, bei denen Nicknames einzigartig und mit einem Passwort gekoppelt sind, wird ein solcher Regelverstoß technisch unterbunden.

Bei der gravierenden Verletzung einer der Meta-Regeln stehen in virtuellen Umgebungen grundsätzlich zwei Sanktionsmethoden zur Verfügung: *Soziale* Mittel wie Kritik, Spott, Beschimpfung und *technische* Mittel wie der Entzug von virtuellen Ressourcen (Geld, Erfahrungspunkte, virtuelle Objekte) oder dem Ausschluss aus der Community.

Soziale Mittel:

Sanktionen werden innerhalb des Chats vornehmlich dadurch realisiert, indem man den Betroffenen ignoriert, d. h. dessen Chat-Beiträge ausblendet, oder in Form von verbalen Attacken. Letztere vollziehen sich häufig in der Öffentlichkeit, sprich: nicht in einem 1:1-Chat, und involvieren dann mehr als zwei Teilnehmer. Der Angegriffene sieht sich so mit mehreren, negativen Chat-Beiträgen konfrontiert; er ist nicht mehr in der Lage, differenziert auf die einzelnen Vor-

Virtuelle Communities

würfe einzugehen, und wird in eine marginalisierte Minderheitenposition gedrängt.

Werden verbale Auseinandersetzungen auf die Ebene der asynchronen Kommunikation verlagert (Message Boards), so sind sie dauerhaft für alle Community-Mitglieder einsehbar und bleiben über einen längeren Zeitraum im kollektiven Community-Gedächtnis verhaftet. Bestes Beispiel hierfür sind Message-Board-Einträge, auf die mehrere Teilnehmer einen "Reply" mit Zurechtweisungen und Kritik ausführen.

Außerhalb der Chat-Situation bieten Communities zudem die Möglichkeit, den Zugang zu bestimmten Plätzen zu verwehren oder Teilnehmer aus Sub-Gruppen auszuschließen: Die Inhaber von Clubs können einzelne Mitglieder aus dem Club rauswerfen, Haus-Besitzer können andere Mitglieder daran hindern, am privaten Chat teilzunehmen.

Technische Mittel:

Das wichtigste (und strittigste!) technische Instrumentarium zur Sanktionierung ist der Ausschluss aus dem Chat oder die Sperrung des Zugangs zur Community. Im IRC haben sich für diese Maßnahmen die Begriffe "Kick" und "Ban" eingebürgert.

In vielen Communities können alle Plätze inklusive der dort chattenden Mitglieder gelistet werden - wird dort ein Chatter angeklickt, so sind seine Chat-Beiträge nicht mehr sichtbar. Diese Funktion steht Rechte-technisch an oberster Stelle und wird häufig nur den Community-Administratoren zugeteilt. In manchen Communities besitzen auch privilegierte (z. B. besonders erfahrene) Mitglieder - so genannte Moderatoren die Möglichkeit, Störenfriede für einen bestimmten Zeitraum aus der Community auszuschließen.

Das letztendlich stärkste Sanktionsmittel ist der dauerhafte Ausschluss aus der Community: Mitglieder können aus der „member table“ entfernt, Passwörter geändert werden.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten:

Virtuelle Communities

"(...) Detaillierte Kommunikations*konventionen* und kontextspezifische *Rituale* (...) scheinen eine Ersatzfunktion für kohärenzstiftende Prozesse zu übernehmen, die sich in realweltlichen Vernetzungen oft aus der Verwurzelung in einem gemeinsamen Milieu ergeben."⁹⁶

5.1.6 Nonverbale und verbale Kommunikationsformen

Der Mangel an nonverbalen Kommunikationsmöglichkeiten ist eine der zentralen Limitierungen für Kommunikationseffizienz und Partizipation in virtuellen Umgebungen. Nonverbale Anzeichen sozialer Kontrolle, wie sie realweltlich durch Gestik und Mimik in Form von Warnzeichen kenntlich gemacht werden, fehlen fast völlig. Empirisch ist zudem nachweisbar, dass der Austausch von Argumenten im Rahmen einer kollektiven Entscheidungsfindung in der Regel wesentlich länger dauert als bei der „face to face“-Kommunikation.

Die in manchen Chat-Umgebungen integrierte Sprachsteuerung ändert an diesem Tatbestand wenig: Dies liegt einerseits an der noch immer wenig verlockenden Qualität von "text to speech"-Programmen, andererseits an dem Umstand, dass in gut besuchten Chat-Räumen die Sound-Übermittlung von Textbeiträgen eher Verwirrung stiftet, da bezüglich ihres Kontextes unabhängige Chat-Beiträge in rascher Folge auf den User einprasseln. Auch die an anderer Stelle mehrmals erwähnten Avatar-Gesten bieten zurzeit keine adäquaten Mittel zur Ergänzung der textbasierten Kommunikation. Das Set an verfügbaren Zustimmung- und Ablehnungs-Gesten ist recht rudimentär und wird in der Praxis eher als „Gag“ denn als Ausdruck tatsächlicher Emotionalität eingesetzt. Beim geschriebenen Wort wird der Mangel an nonverbalen Kommunikationsmöglichkeiten durch den Einsatz der allseits bekannten "Emoticons" - kleine Piktogramme, die Zeichen wie Komma, Semikolon, Null, geschweifte Klammer u. a. so kombinieren, dass "Mondgesichter" mit angedeuteter Mimik entstehen - sowie onomatopoetischer Laute (wie zum Beispiel "Wouh!", "Mpffh!") ausgeglichen. In hauptsächlich textbasierten Kommunikationsumgebungen ist daher

Virtuelle Communities

eine Unterscheidung zwischen „Text“ und „Subtext“, eine Beherrschung textbasierter Emotionsvermittlung unerlässlich. Wer viel chattet, kann sich des Eindrucks nicht erwehren, dass beide Ausdrucksmittel seit einiger Zeit inflationär verwendet werden und ihre Signalwirkung verfehlen.

Nachfolgend zwei Beispiele:

Die Entstehung von *Vertrauen*⁹⁷ zwischen sich fremden Imago-Identitäten ist von einer Konstanz der emotionalen Äußerungen abhängig. Sie basiert auf der permanenten expliziten Darstellung und Diskussion von Vertrauensbeweisen beziehungsweise -missbräuchen. Abgesichert wird diese metastabile Kommunikationsstruktur durch eine *offene* Äußerung von Takt- und Schamgefühl, die sich teilweise in der Form einer geradezu stalinistischen Kultur der „Kritik und Selbstkritik“ darstellt. Von entscheidender Bedeutung ist hier, dass sich der Austausch von emotionalen Äußerungen häufig öffentlich - im Chat oder auf Message Boards - vollzieht. Das "30-Sekunden-Dementi" bleibt hier weitgehend wirkungslos, da verbale Entgleisungen archiviert werden und betroffene Teilnehmer lange Zeit darauf Bezug nehmen können. Auch *Humor* fungiert in virtuellen Umgebungen als Steuerungsinstanz für soziale Beziehungen. Ebenso wie die Äußerung von Missbilligung sowie Takt- und Schamgefühl muss sich Humor anhand der "expliziten Inkongruenz von Form und Inhalt einer Äußerung erschlossen werden."⁹⁸

Ein weiterer Aspekt ist die zunehmende Verfeinerung eines spezifischen Online-Slangs: Dieser besteht sowohl aus Community-spezifischem Vokabular (gut beobachtbar zum Beispiel in Sci-Fi-Communities) als auch aus Wortverkürzungen, Wortspielen und orthografisch verfremdeten Textbotschaften, die für Online-unerfahrene Newcomer kaum nachvollziehbar sind. In einem gut besuchten *Cybertown*-Raum haben selbst englischkundige Nicht-Amerikaner erhebliche Probleme, die vorbeisrollenden Chat-Beiträge zu verfolgen und sinngemäß richtig zu interpretieren.

Häufig unterschätzt - und in der Literatur entsprechend vernachlässigt - wird außerdem der Aspekt der "Mitteilungs-Kompetenz" in textbasierten Kommu-

Virtuelle Communities

nikationsumgebungen: Wer die Fähigkeit zu geschliffener Rhetorik besitzt, wird diese im "körperlosen" Raum textuell stärker zur Geltung bringen als in „face to face“-Situationen. Jenseits von "poetischer Ausdruckskraft" spielt zudem die Beherrschung der Orthografie eine größere Rolle als häufig angenommen wird: Es ist erstaunlich, wie viele Chat-Beiträge nachträglich orthografisch korrigiert werden, obwohl der Sinnzusammenhang des Beitrags offensichtlich war.

Die "feinen Unterschiede"⁹⁹ zeigen ihre Wirkung und werden gnadenlos für kulturelle und milieuspezifische Abgrenzungen instrumentalisiert!

(Dank an Claudia Bartelt für zahlreiche Anregungen und die gewohnt peniblen Korrekturen!)

6 Literatur

Appadurai, A.: *Globale ethnische Räume. Bemerkungen und Fragen zur Entwicklung einer transnationalen Anthropologie*. In: Beck, Ulrich: *Perspektiven der Weltgesellschaft*. Frankfurt/M. 1998 (Suhrkamp)

Arendt, Hannah: *Vita Activa oder: Vom tätigen Leben*. München 1985

Assmann, Aleida / Friese, Heidrun (Hrsg.): *Identitäten. Erinnerung, Geschichte, Identität 3*. Frankfurt/M. 1998 (Suhrkamp)

Bantleon, Andrea: *Geschäftsmodell virtuelle Community: Analyse bestehender Communities*. Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des akademischen Grades Diplom-Ökonom an der Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität Hohenheim. Hohenheim 2001

Baym, N. K.: *Humor in Computer-Mediated Communication*. o.O. 1996

Beck, Ulrich: *Jenseits von Stand und Klasse? Soziale Ungleichheiten, gesellschaftliche Individualisierungsprozesse und die Entstehung neuer sozialer Formationen und Identitäten*. In: Kreckel, R.: *Soziale Ungleichheit* (= Sonderband der Sozialen Welt, No. 2). Göttingen 1983

Virtuelle Communities

- Becker, Barbara: "Hello, I am new here". *Soziale und technische Voraussetzungen spezifischer Kommunikationskulturen in virtuellen Netzwerken*. In: Thiedeke, Udo: *Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen*. 113-133. Wiesbaden 2000 (Westdeutscher Verlag)
- Becker, B. / Paetau, M. (Hrsg.): *Visualisierung des Sozialen*. Frankfurt/M. 1997
- Berger, Peter: *Sozialgeschichte der Datenverarbeitung*. In: Friedrich, Jürgen u.a. (Hrsg.): *Informatik und Gesellschaft*. Heidelberg 1995 (Spektrum Akademischer Verlag)
- Berkowitz, S. D.: *An Introduction to Structural Analysis. The Network Approach to Social Research*. Toronto 1982 (Butterworth & Co.)
- Bernard, H. R. / Johnsen, E. C. / Killworth, P. D. u.a.: *Comparing Four Different Methods for Measuring Personal Social Networks*. In: *Social Networks*. Vol. 12, S. 179-215
- Bourdieu, Pierre: *Die feinen Unterschiede*. Frankfurt/M. 1982 (Suhrkamp)
- Bühl, Achim: *Die virtuelle Gesellschaft. Ökonomie, Politik und Kultur im Zeichen des Cyberspace*. In: Gräf, Lorenz / Krajewski, Markus: *Soziologie des Internet*. Frankfurt/M./New York 1997. S. 39-59 (Campus Verlag)
- Casimir, R. / Harrison, R.: *Cyberr@manzen. Online-Beziehungskisten und Partnersuche im Internet*. Mannheim 1996 (Bollmann)
- Castells, Manuel: *The Information Age: Economy, Society and Culture* (Vol. I bis III). Malden 1996-1998 (Blackwell Publishers)
- Debatin, B.: *Analyse einer öffentlichen Gruppenkonversation im Chat-Room. Referenzformen, kommunikationspraktische Regularitäten und soziale Strukturen in einem kontextarmen Medium* (Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der Fachgruppe Computervermittelte Kommunikation der DGPK in München 1997). München 1997
- Döring, Udo / Schestag, Alexander: *Soziale Normen in virtuellen Gruppen. Eine empirische Analyse ausgewählter Chat-Channels*. In: Thiedeke, Udo: *Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen*. S. 313-354. Wiesbaden 2000 (Westdeutscher Verlag)

Virtuelle Communities

- Döring, N.: *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Göttingen 1999
- Donath, Judith Stefania : *Inhabiting the virtual city: The design of social environments for electronic communities*. Online-Dokument
(<http://persona.www.media.mit.edu/Thesis/ThesisContents.html>)
- Dosey, M. A. / Meisels, M.: *Personal space and self-protection*. In: *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 11, S. 93-97
- Fetzer, Harald u.a.: *Virtuelle Welten - Überleben im Cyberspace*. München 2000
- Fraunhofer-Institut - Arbeitswirtschaft und Organisation: *Multimediale 3D-Multiuser-Kommunikationsplattformen (Kurzfassung der Studie)*. Stuttgart 2000
- Gehlen, Arnold: *Die Sonderstellung des Menschen*. In: Gehlen, Arnold: *Der Mensch. Seine Natur und seine Stellung in der Welt*. Wiesbaden 1978
- Goertz, L.: *Wie interaktiv sind Medien? Auf dem Weg zu einer Definition von Interaktivität*. In: *Rundfunk und Fernsehen*. No. 43, S. 477-493
- Götzenbrucker, Gerit / Löger, Bernd: *Online-Communities: Struktur sozialer Beziehungen und Spieler Motivationen am Beispiel von Multi User Dimensions*. In: Thiedeke, Udo: *Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen*. S. 244-272. Wiesbaden 2000 (Westdeutscher Verlag)
- Gräf, Lorenz: *Locker verknüpft im Cyberspace. Einige Thesen zur Änderung sozialer Netzwerke durch die Nutzung des Internet*. In: Gräf, Lorenz / Krajewski, Markus: *Soziologie des Internet*. S. 99-124. Frankfurt/M./New York 1997. Campus Verlag
- Grassmuck, Volker R.: *Die Turing Galaxis - Das Universal-Medium als Weltsimulation*. O.O. 1995
- Habermas, Jürgen: *Die postmoderne Konstellation. Politische Essays*. Frankfurt/M. 1998 (Suhrkamp)
- Hagel III, John / Armstrong, Arthur G.: *Net Gain. Profit im Netz - Märkte erobern mit virtuellen Communities*. Niedernhausen/ Wiesbaden 1999 (Falken Gabler)

Virtuelle Communities

- Hirschman, Albert O.: *Abwanderung und Widerspruch. Reaktionen auf Leistungsabfall bei Unternehmungen, Organisationen und Staaten*. Tübingen 1974 (J.C.B. Mohr)
- Jameson, Frederic: *Ideologische Positionen in der Postmodernismus-Debatte*. In: *Das Argument*. Vol. 155, S. 18-28
- Jones, St. G. (Hrsg.): *CyberSociety. Thousands Oaks*. London / New Delhi 1995
- Jones, St. G. (Hrsg.): *Identity and Communication in Cyberspace*. London 1997
- Keupp, Heiner u.a.: *Identitäts-Konstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne*. Reinbek 1989
- Kiesler, S. / Siegel, J. / McGuire, T. W.: *Social psychological aspects of computer-mediated communication*. In: *American Psychologist*. Vol. 39, No. 10, S. 1123-1134
- Knocke, David / Kuklinski, James H.: *Network Analysis*. Beverly Hills/London/New Delhi 1982 (Sage)
- König, R. / Neidhardt, F. / Lepsius, M. R. (Hrsg.): *Gruppensoziologie* (= Sonderband der KZfSS, Nr. 25). Opladen 1983
- Krüger, Th. / Funke, J. (Hrsg.): *Psychologie im Internet*. Weilheim / Basel 1998
- Luhmann, Niklas: *Vertrauen: Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität*. Stuttgart 1973
- Luhmann, Niklas: *Die Wirtschaft der Gesellschaft als autopoietisches System*. In: *Zeitschrift für Soziologie*. 13(1984), No.4. Seite: 308-327
- Luhmann, Niklas: *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt/M. 1987
- Marsden, Peter V. / Lin, Nan (Hrsg.): *Social Structure and Network Analysis*. London 1982 (Sage)
- Marvin, Lee-Ellen: *Spoof, Spam, Lurk and Lag: the Aesthetics of Text-based Virtual Realities*. University of Pennsylvania, Online-Dokument (<http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue2/marvin.html>)
- Neidhardt, F.: *Das innere System sozialer Gruppen*. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. Vol. 31, No. 4, 1979, S. 639-660

Virtuelle Communities

- o.N.: *Economic Principles of Multi-Agent Systems*. In: Artificial Intelligence. Vol. 94, No. 1, Online-Dokument
(<http://www.elsevier.nl/inca/publications/store/5/0/5/6/0/1/>)
- Pappi, Franz Urban (Hrsg.): *Methoden der Netzwerkanalyse* (=Techniken der empirischen Sozialforschung, Bd. 1, hrsg. von Jürgen van Koolwijk und Maria Wieken-Mayser). München 1987 (Oldenbourg)
- Penrose, Roger: *Computerdenken. Die Debatte um künstliche Intelligenz*. Heidelberg 1991 (Spektrum der Wissenschaft)
- Piel, Edgar: *Angst vor eigenem Schatten? Verändern Computer die Persönlichkeit?*. In: Das Parlament. Jg. 46, Nr. 33-34
- Prentice, D, / Miller, D. / Lightdale, J.: *Assymetries in Attachments to Groups and to their Members: Distinguishing Between Common-Identity and Common-Bond Groups* (Special Issue: The Self and the Collective. Personality and Social Psychology Bulletin, No. 20, S. 484-493). o.O. 1994
- Rammert, Werner: *Computerwelten: Vollendung der Moderne oder Epochenbruch zur Postmoderne?* In: Soziologische Revue. Jg. 18, No. 1, S. 39-46
- Rammert, Werner: *Technik in soziologischer Perspektive*. Opladen 1993 (Westdeutscher Verlag)
- Reid, E. M.: *Cultural Formations in Text-Based Virtual Realities*. University of Melbourne 1994
- Reid, E. M.: *Electropolis: Communication and Community On Internet Relay Chat*. o.O. 1991
- Reiser, Christian: *Netiquette*. o.O. 1996, Online-Dokument
(<http://www.ping.at/guides/netmayer/>)
- Rheingold, Howard: *Mobile Virtual Communities*. Online-Dokument. 2001
(<http://www.thefeature.com/index.jsp?url=article.jsp?pageid=12070>)
- Rheingold, Howard: *Technology, Community, Humanity and the Net*. o.O. 1999, Online-Dokument
(<http://www.intellectualcapital.com/issues/issue225/item4242.asp>)

Virtuelle Communities

- Rheingold, Howard: *The Virtual Community. Homestanding on the Electronic Frontier*. o.O 1993, Online-Dokument
(<http://www.rheingold.com/vc/book/index.html>)
- Rinaldi, R.: *The Net: User Guidelines and Netiquette*. o.O. 1994, Online-Dokument
- Rockwell, Bob: *Getting Together in Cyberspace*. München o.J., Online-Dokument
- Rockwell, Bob: *From Chat to Civilization: The Evolution of Online-Communities*. München o.J., Online-Dokument
- Rockwell, Bob: *Virtuelle Messen, Schlösser, Büros und Wohnzimmer: Grundkonzepte und erprobte Technik für gemeinsam erlebte virtuelle Umgebungen*. München 1997, Online-Dokument
- Rockwell, Bob: *VRML: Beyond the Desktop*. München o.J., Online-Dokument
- Sader, M.: *Psychologie der Gruppe*. Weilheim 1996
- Sassenberg, K.: *Binding an on-topic and off-topic Chat-Kanäle* (Vortrag auf der GOR98: German Online Research, 19. - 20.11.1998 in Mannheim). Mannheim 1998
- Schäfers, B. (Hrsg.): *Einführung in die Gruppensoziologie*. Heidelberg 1980 (UTB)
- Schäfers, B. (Hrsg.): *Grundbegriffe der Soziologie*. Opladen 1986 (UTB)
- Schenk, Michael: *Soziale Netzwerke und Kommunikation*. Tübingen 1984
- Scott, J.: *Social Network Analysis: A Handbook*. London 1991
- Seidler, K.: *Computerfreaks like 2 party Relay Parties zwischen Virtualität und Realität* (WZB Discussion Paper FS II 94 - 104). o.O. 1994
- Seidler, K.: *Internet Relay Chat - Eine möglichst kurze Einführung*. o.O. 1999, Online-Dokument (<http://irc.fu-berlin.de/kanaele.html>)
- Smith, Marc A.: *Voices from the WELL: The Logic of the Virtual Commons*. o.O. 1993, Online-Dokument
- Stephenson, Neil: *Snow Crash*. München 1995 (erschienen: 1992)
- Thiedeke, Udo: *Virtuelle Gruppen: Begriff und Charakteristik*. In: Thiedeke, Udo: *Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen*. S. 23-73. Wiesbaden 2000 (Westdeutscher Verlag)

Virtuelle Communities

- Tönnies, F.: *Gemeinschaft und Gesellschaft*. In: Vierkandt, A.: *Handwörterbuch der Soziologie*. Stuttgart 1959 (erschienen: 1931)
- Turing, Alan: *Intelligence Service*. Ausgewählte Schriften (herausgegeben von Bernhard Dotzler und F. Kittler). Berlin 1987 (Brinkmann & Bose)
- Turkle, Sherry: *Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet*. Reinbek bei Hamburg 1999 (Rowohlt)
- Wellman, Barry: *Die elektronische Gruppe als soziales Netzwerk*. In: Thiedeke, Udo: *Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen*. S. 134-167. Wiesbaden 2000 (Westdeutscher Verlag)
- Ziegler, R. (Hrsg.): *Analyse sozialer Netzwerke. Schwerpunktheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. Vol. 36 (1984), No. 3

Appendix 1: Einige ausgewählte Communities:

Cybertown	http://www.cybertown.com
SoccerCity	http://www.soccercity.de
Virtual Paris	http://www.2nd-world.fr
Lernetix	http://www.learnetix.de
Jobfair24	http://jobfair24.de
Junior Web	http://www.victory.tv

Tom Dassel lebt, arbeitet und schreibt in München.

¹ heise news: Das Internet - Drittgrößter Markt der Welt, 31.1.2000, <http://www.heise.de>

² Net Gain 1999, S. 7.

³ Net Gain 1999, S. 17.

⁴ blaxxun interactive, @our Investors, München 2000.

⁵ Fraunhofer-Institut, Arbeitswirtschaft und Organisation 2000, S. 4. Hier stehen also die eingesetzten Komponenten im Vordergrund, während in der ersten Definition der Fokus auf der Simulation realweltlicher, sozialer Gegebenheiten liegt.

⁶ Zum Thema "Geschäftsmodell virtuelle Community" sei hier auf die gleichnamige Diplomarbeit (Bantleon 2001) verwiesen; diese enthält auch ein ausführliches Literaturverzeichnis.

⁷ Net Gain 1999, S. 20.

⁸ Net Gain 1999, S. 25.

⁹ Rockwell, *From Chat to Civilization: The Evolution of Online-Communities*.

¹⁰ siehe Kap. 4.4.

¹¹ Turkle 1999. Das Buch erschien in deutscher Sprache unter dem Titel "Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet".

¹² Turkle 1999, S. 51.

¹³ Bühl 1997, S. 40.

¹⁴ Rammert 1995, S. 40.

¹⁵ Berger 1995, S. 15-28.

¹⁶ Turing 1987 und Penrose 1991, S. 21.

¹⁷ Bühl 1997, S. 42-43.

¹⁸ Grassmuck 1995.

¹⁹ Es fallen hier Analogien zu Gehlen's anthropologischem Grundentwurf des Menschen auf: "Mangelhaftigkeit" und "Nicht-Festgestellt-Sein" sind dort wesentliche Eigenschaften des Mensch-Seins.

²⁰ Bühl 1997, S. 44.

²¹ Rost 1996, Schulze 1995, Häußermann 1995, Gross 1994, Stehr 1994, Spinner 1994, Mettler-von-Meibom 1994, Bühl 1995, Willke 1996.

²² Keupp 1999, S. 35.

²³ Jameson 1986.

²⁴ Appadurai 1998, S. 13.

²⁵ Castells 1996.

²⁶ Bühl 1997, S. 46-49.

²⁷ Zum Begriff Matrix an dieser Stelle nur folgendes Zitat von Grassmuck (1995): "Mit der Elektrifizierung werden Medien zu Netzen. Gibsons Begriff *Matrix* ist in diesem Zusammenhang zentral, der sich das multidimensionale Kommunikationsmilieu repräsentiert durch ein Gitterwerk aus Licht und Logik vorstellte, wie es uns von Computerspielen vertraut ist. Eine technisch präzisere Definition wurde ihm durch Quarterman verliehen, der mit Matrix das globale und exponentiell wachsende System von Computernetzen wie Internet, UUCP und Bitnet und die sie verbindenden Gateways zu sog. Outernets wie CompuServe oder NiftyServe, über die mindestens Email ausgetauscht werden kann, bezeichnete."

²⁸ Bühl, 1997, S. 47.

²⁹ Keupp 1999, S. 46.

³⁰ Rheingold, Howard: The Virtual Community. Homestanding on the Electronic Frontier. o.O 1993, Online-Dokument.

³¹ Tönnies 1959, S 180-191. "(...) Gemeinschaft ist überall dort vorhanden, "wo immer Menschen in organischer Weise durch ihren Willen miteinander verbunden sind und einander bejahen." Gemeint sind hiermit vor allem Verwandtschaft, Nachbarschaft und Freundschaft.

³² Siehe Schäfers 1980, S. 20: "Eine soziale Gruppe umfaßt eine *bestimmte Zahl von Mitgliedern* (...), die zur Erreichung eines *gemeinsamen Ziels* (...) über längere Zeit in einem *relativ kontinuierlichen Kommunikations- und Interaktionsprozeß* stehen und ein *Gefühl der Zusammengehörigkeit* (Wir-Gefühl) entwickeln. Zur Erreichung des Gruppenziels und zur Stabilisierung der Gruppenidentität ist ein *System gemeinsamer Normen* und eine Verteilung der Aufgaben über ein gruppenspezifisches *Rollendifferenzial* erforderlich." Vgl. auch Sader 1996.

³³ Zur Diskussion um das Gruppentheorem siehe König/Neidhardt/Lepsius 1983.

³⁴ Thiedeke 2000, S. 23-73.

³⁵ Neidhardt 1979, S. 641.

³⁶ Thiedeke 2000, S. 41.

³⁷ Ein bemerkenswerter ökonomischer Analyseansatz ging dabei von Hirschman (1974) aus. Hirschman fragte, unter welchen Bedingungen sich die Reaktionsweise seitens der von einer Leistungsverschlechterung Betroffenen in Form von *Abwanderung* oder *Widerspruch* auswirkt.

³⁸ vgl. Luhmann 1984.

³⁹ Neidhardt 1979, S. 642.

⁴⁰ Thiedeke 2000, S. 67 f.

⁴¹ Kiesler et al. 1984.

⁴² vgl. hierzu Smith 1993.

⁴³ Goertz 1995, S. 477 ff.

⁴⁴ hier vor allem Rheingold 1993.

⁴⁵ Thiedeke 2000, S. 30.

⁴⁶ Beck 1983, S. 35 ff.

⁴⁷ Rheingold 2002.

⁴⁸ Rheingold 2002.

⁴⁹ Bühl 1997, S. 50.

⁵⁰ Zum Themenkreis "network analysis" siehe unter anderem: Berkowitz 1982, Knoke 1982, Pappi 1987, Scherk 1984, Scott 1991, Ziegler 1984.

⁵¹ Bernard et al. 1990.

⁵² Diesbezügliche Analysen gehen allerdings bei den modernen Kommunikationstechniken von einer hohen Marktdurchdringung - rund 60 bis 70 Prozent - aus.

⁵³ vgl. Piel 1996.

⁵⁴ vgl. hierzu Wellman 2000.

⁵⁵ Gräf 1997, S. 115.

⁵⁶ Zum Thema Cyberfreundschaften und -romanzen siehe Casimir/Harrison 1996.

⁵⁷ Gräf 1997, S. 116. Ein Indiz hierfür ist zum Beispiel der hohe Fluktuationsgrad innerhalb von Online-Communities (vgl. Smith 1993).

⁵⁸ Die Skizzierung der Funktionsprinzipien von Online-Communities erfolgt hier exemplarisch am Beispiel der "Virtual Worlds Platform" (VWP) der Firma *blaxxun interactive*. Das 1995 gegründete Unternehmen ist nach eigenen Angaben der "führende Lieferant von Plattformen zur effizienten Internet-basierten Kommunikation" (siehe: <http://www.blaxxun.de>).

⁵⁹ Im Gegensatz zu proprietären Online-Diensten wie America Online (AOL) oder CompuServe ist hier der Zugang also *nicht* durch die Notwendigkeit zur Installation einer eigenständigen und nur für diesen Verwendungszweck gedachten Applikation erschwert.

⁶⁰ Dieses Problem ist vor allem in der Markteinführungsphase existentiell und wird unter anderem durch die Ausweitung der "Visitor"-Rechte geregelt. Außerdem müssen Eintrittsseiten ausreichend Informationen zu Charakter und Inhalten der Community zur Verfügung stellen, um die potentielle Zielgruppe zum Betreten der Community zu motivieren.

⁶¹ Siehe hierzu Kap. 5.1.1 (Seite 395). Besucher erhalten so einen ersten Eindruck von dem Informations- und Dienstleistungsangebot der Community und können jederzeit zu einem Anmeldeformular wechseln, das sie binnen Minuten zu einem Voll-Mitglied macht.

⁶² Registrierungs-Codes gehören *nicht* zu den Charakteristika von Communities - je nach Server-Konfiguration kann sich der Betreiber für oder gegen den Einsatz einer solchen Anmelde-Modalität entscheiden.

⁶³ Die Konsequenzen dieses Mechanismus sind ambivalent: Einerseits wird die Kohärenz der Mitgliederbasis erhöht, weil hinter jeder erfolgreichen Anmeldung exakt ein realer User steht. Andererseits produziert er zahlreiche erfolglose Anmeldeversuche, da erfahrungsgemäß viele User entweder (bewusst oder versehentlich) eine falsche E-Mail-Adresse angeben oder aufgrund der Zeit, die zwischen dem ersten Teil der Anmeldung und der Zusendung des Registrierungs-Codes verstreicht, vorzeitig aus der Anmeldeprozedur aussteigen.

⁶⁴ vor allem im Hinblick auf potentielle Anzeigenkunden.

⁶⁵ Es sei daran erinnert, dass selbst herkömmliche, rein HTML-basierte Internet-Angebote Orientierungs- und Navigationshilfen zur Verfügung stellen, um Räumlichkeit zu symbolisieren. Über so genannte Site Maps beispielsweise wird hier die vertikale Struktur und die Verknüpfung der Einzelelemente einer Website erläutert.

⁶⁶ Vermutlich war es der Online-Dienst "America Online", der die "Telegramm"-Funktion populär gemacht hat.

⁶⁷ Zwar können die Einträge vom jeweiligen Besitzer gelöscht werden, bei globalen Message Boards haben dieses Recht in der Regel aber nur die Community-Administratoren. In der Praxis herrscht diesbezüglich eine große Zurückhaltung - das Recht auf freie Mei-

nungsäußerung wird allgemein höher bewertet als die kurzfristigen Vorteile, die sich durch das Entfernen von Postings ergeben.

⁶⁸ Arendt 1985.

⁶⁹ Ausnahmen bestätigen die Regel: Der spirituelle Versammlungsplatz "Kirche" hat in den meisten virtuellen Communities keine Entsprechung, was nicht verwundert, da religiöse Fragen in vielen Online-Umgebungen tabuisiert sind.

⁷⁰ Es bedarf allerdings weiterer empirischer Forschungen, inwieweit die Auswahl, Benennung und symbolische Repräsentation von öffentlichen Plätzen eine Bedingung dafür sind, dass Communities seitens ihrer "Bewohner" als räumliche Strukturen wahrgenommen werden.

⁷¹ Ein Haus lässt sich beispielsweise von der Umwelt abschotten, indem nur ausgesuchte Community-Mitglieder im Haus Chat-Lese- und Chat-Schreib-Rechte besitzen.

⁷² In *Cybertown* (<http://www.cybertown.com/>) beispielsweise finden allwöchentlich unzählige virtuelle Parties in den Häusern von Mitgliedern statt, zu denen nur ausgewählte „Buddies“ eingeladen werden.

⁷³ In der deutschsprachigen Fußball-Community *SoccerCity* (www.soccercity.de/) wurde beispielsweise die geografische Struktur der BRD nachgebildet, und es wurden *Länder*, *Kreise* und *Gemeinden* eingeführt. Interessanterweise siedeln sich die Mitglieder in der Regel dort an, wo sie auch realweltlich wohnen.

⁷⁴ Inwieweit hier überhaupt noch von Räumen oder Orten gesprochen werden kann, sei daher dahingestellt. Untersuchungen haben aber gezeigt, dass selbst in den rein textorientierten MUDs und MOOs solche Umgebungen von den Usern als Räume perzipiert werden.

⁷⁵ Der Begriff Avatar stammt aus dem Sanskrit und bezieht sich auf die Inkarnation einer Hindu-Gottheit. Avatare sind zum Beispiel VRML-Objekte, welche die Imago-Identität des Users im virtuellen Raum repräsentieren. Sie können anthropomorphe Gestalt haben oder auch Figuren aus der Sci-Fi- und Fantasy-Literatur entlehnt sein. Avatare sind in der Lage, eine Reihe von „Gesten“ auszuführen, die realweltlichen Begrüßungs- und Abschieds-Ritualen entsprechen oder auch Ge- und Missfallen zum Ausdruck bringen.

⁷⁶ Schäfers 1986, S. 244.

⁷⁷ Dies ist durch zahlreiche Usability-Tests empirisch nachgewiesen.

⁷⁸ Schäfers 1986, S. 252.

⁷⁹ Hierzu gehören auch Visitor und Member.

⁸⁰ Döring 2000, S. 319.

⁸¹ Thiedeke 2000, S. 70.

⁸² Zur Bedeutung von Konventionen in technisch vermittelten Kommunikationsumgebungen siehe auch: Jones 1995 und Becker/Pactau 1997.

⁸³ Ohne an dieser Stelle ins Detail gehen zu wollen, sei auf eine Studie von Elizabeth Reid (1994) verwiesen, die am Beispiel des Internet Relay Chats (IRC) die Ausprägung unterschiedlicher Identitätsbilder untersucht hat.

⁸⁴ Becker 2000, S. 120.

⁸⁵ Döring 2000, S. 320.

⁸⁶ Becker 2000, S. 122.

⁸⁷ vgl. Dosey/Meisels 1969.

⁸⁸ Im 3D-Chat ist dies klarer erkennbar als im Java-Chat, da der "Flüster"-Text in einem separaten und beweglichen Fenster eingespielt wird.

⁸⁹ Reid 1991.

⁹⁰ vgl. Döring 2000, S. 318.

⁹¹ siehe Debatin 1997.

⁹² Eine detailliertere Identifizierung ist durch "persönliche Steckbriefe" („Profil“) möglich.

⁹³ Siehe auch die Unterscheidung von "Off-Topic"- und "On-Topic"-Gruppen (Sassenberg 1998) sowie "Common-Bond"- und "Common-Interest"-Gruppen (Prentice 1994).

⁹⁴ Aus Untersuchungen zu IRC-Gruppen geht hervor, dass es bei den Channel-spezifischen Regelwerken keinen Zusammenhang gibt zwischen der Anzahl der Regeln und der *Besucherszahl*, hingegen eine positive Korrelation zwischen Regel-Umfang und *Alter* des Channels.

⁹⁵ Döring 2000, S. 334-338.

⁹⁶ Becker 2000, S. 126.

⁹⁷ vgl. Luhmann 1973.

⁹⁸ Thiedeke 2000, S. 56.

⁹⁹ So der gleichlautende Titel des Buches von Bourdieu (1982).