

Entwicklung einer Typologie von Mitgliedern in der Online–Community Through The Looking Glass

Bachelorarbeit
zur Erlangung des Grades Bachelor of Arts (B.A.)
an der Philosophisch–Sozialwissenschaftlichen Fakultät der
Universität Augsburg

Betreuerin:
Prof. Dr. Gabi Reinmann
Professur für Medienpädagogik

© 2007 Jan–Mathis Schnurr, Augsburg
jan–mathis.schnurr@arcor.de

Ausgabe für w.e.b.Square

I owe a big thank you to Alex and David of
Through The Looking Glass for supplying me
with a large database of archived messages.

Their help considerably sped up the
data gathering process of the thesis.

Thanks to both of you!

Inhaltsverzeichnis

A.	INHALT, AUFBAU UND ZIELE DER ARBEIT	5
B.	THEORETISCHER TEIL	
1	Der Begriff der Online-Community	9
1.1	Beschreibungsmodelle	9
1.2	Wildblume und Kulturpflanze – zwei Metaphern	11
1.3	Funktionen	13
1.4	Elemente	16
1.5	Zusammenfassung	18
2	Soziodynamik einer Online-Community	20
2.1	Die Systemperspektive	20
2.2	Soziotechnische Systeme	23
2.3	Soziale Strukturen	24
2.3.1	Eigeninteresse und Motivation	24
2.3.2	Vertrauen und Kooperation	29
2.3.3	Gemeinsame Identität	31
2.3.4	Gemeinsame Ziele	32
2.3.5	Normen und Werte	33
2.4	Zusammenfassung	35
3	Mitglieder in einer Online-Community	36
3.1	Mitgliedschaft und kritische Masse	36
3.2	Der Rollenbegriff	37
3.3	Schalen- und Phasenmodell der Mitgliedschaft	40
3.4	Typisierungsdimensionen	42
3.4.1	Fähigkeiten und Fertigkeiten	43
3.4.2	Bereitschaften	43
3.5	Zusammenfassung	44

C.	EMPIRISCH-PRAKTISCHER TEIL	
4	Entwicklung des Forschungsanliegens	46
4.1	Through The Looking Glass	46
4.2	Untersuchtes Subforum: The Editor's Guild	47
4.3	Fragestellung	49
5	Methodisches Vorgehen	50
5.1	Erschließung des Datenmaterials	50
5.2	Typologische Analyse	52
6	Ergebnisse der typologischen Analyse	54
6.1	Unerfahrener Neuling	56
6.2	Aufstrebender Novize	58
6.3	Etablierter Praktiker	59
6.4	Erfahrener Experte	61
6.5	Inaktiver Veteran	62
6.6	Vollständige Typologie	64
6.7	Modell für die Analyse kollektiver Aktivitäten im Netz	65
6.8	Empfehlungen für die Praxis	67
7	Diskussion und Ausblick	70
D.	LITERATURVERZEICHNIS	75
E.	GLOSSAR	80
F.	ANHANG	
I.	Beiträge pro Mitglied im Untersuchungszeitraum	
II.	Eröffnete Themen pro Mitglied im Untersuchungszeitraum	

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Visualisierung des theoretischen Abschnitts.	7
Abbildung 2: Nutzenerwartung.	25
Abbildung 3: Rollen von Mitgliedern als soziale Struktur.	38
Abbildung 4: Schalenmodell der Mitgliedschaft nach Döring.	40
Abbildung 5: Phasenmodell der Mitgliedschaft nach Kim.	42
Abbildung 6: Logo des Diskussionsforums von TTLG.	46
Abbildung 7: Architektur aus der Fan Mission „Just Take A Look“.	47
Abbildung 8: Forenbereich „Game Editing and Design“.	48
Abbildung 9: Ablauf der typologischen Analyse.	53
Abbildung 10: Modell für die Analyse kollektiver Aktivitäten im Netz.	66
Tabelle 1: Soziale Strukturen einer Online-Community.	35
Tabelle 2a: Typisierungsdimension: Fähigkeiten und Fertigkeiten.	43
Tabelle 2b: Typisierungsdimension: Bereitschaften.	43
Tabelle 3a: Anzahl Antworten pro Thema.	51
Tabelle 3b: Anzahl Beiträge pro Mitglied.	51
Tabelle 3c: Anzahl eröffneter Themen pro Mitglied.	52
Tabelle 4: Vollständige Typologie.	64

A. Inhalt, Aufbau und Ziele der Arbeit

Die vorliegende Arbeit zielt darauf ab, ein theoretisch fundiertes Modell für die Analyse internetbasierter kollektiver Nutzeraktivitäten zu schaffen und darauf aufbauend Gestaltungsempfehlungen für den Aufbau von Online-Communities zu formulieren, wie Interaktion und Kommunikation der Mitglieder unterstützt werden können. Dazu analysiert sie Beiträge von Mitgliedern der 1996 gegründeten Online-Community „Through The Looking Glass“ im Hinblick auf ihren Einfluss auf den Diskurs. Im Mittelpunkt steht dabei die Konstruktion einer Typologie von besonders charakteristischen Mitgliedern.

Auf einer Metaebene beschäftigt sich diese Arbeit mit der Frage, warum manche Online-Communities erfolgreich sind, ihre Mitglieder unterhalten, informieren und unterstützen, während andere scheitern und wieder verschwinden. Einigen Communities gelingt es, dauerhafte soziale Beziehungen zu etablieren, während in anderen nur schwach ausgeprägte soziale Bindungen vorherrschen oder sogar Konflikte und Auseinandersetzungen an der Tagesordnung sind (Preece, 2006, S. 20). Praktisches Ziel dieser Arbeit ist es daher, Ansätze für den Aufbau von Online-Communities bereitzustellen, in denen eine Atmosphäre von Sicherheit und Bereitschaft zur offenen Kommunikation vorherrscht.

Die Arbeit entwickelt aus der Theorie die Hypothese, dass der Erfolg einer Online-Community, sei diese nun über ein Chatsystem, eine Mailingliste, ein Forum oder eine sonstige Kommunikationsplattform manifestiert, abhängig ist von den beteiligten Personen (Döring, 2003; Schorb, Kaelcke & von Holten, 2005, S. 210). Kommunikation funktioniert nicht allein deshalb, weil die entsprechenden Werkzeuge (hier: Software) zur Verfügung stehen. Zweitens wird vermutet, dass der Erfolg von sozio-emotionaler Interaktion und Wissensaustausch wesentlich von besonders kompetenten oder sozial eingebundenen Mitgliedern einer Online-Community abhängt. Über eine typologische Analyse von Beiträgen aus

Through The Looking Glass sollen mehrere solcher Mitgliedertypen identifiziert und ihr Einfluss auf den Diskurs aufgezeigt werden. Drittens wird sich im Laufe der Arbeit zeigen, dass die Herausbildung von Rollen, die Mitglieder in der Community¹ übernehmen, ein Indikator für die Entwicklung von Gemeinschaft in der Online-Community ist.

Folgende vorläufige Forschungsfragen lassen formulieren:

- Wie ist die Atmosphäre der Mitglieder untereinander in Through The Looking Glass zu charakterisieren?
- Welche Bedeutung haben Typen von Mitgliedern in der Online-Community Through The Looking Glass für den dauerhaften Austausch von Wissensprodukten und den Erfolg sozio-emotionaler Interaktion?
- Welche Möglichkeiten haben die Betreiber von Through The Looking Glass, den Wissensaustausch effektiver und die Atmosphäre der sozio-emotionalen Interaktion zufriedenstellender für die Beteiligten zu gestalten?

Diese Fragen werden im Verlauf der Arbeit präzisiert für die Analyse der Mitglieder in einem einzelnen Subforum von Through The Looking Glass namens „The Editor's Guild“. Wie oben beschrieben sind Ziele dieser Arbeit die Entwicklung einer Typologie von Partizipanten in der Online-Community und basierend darauf die Entwicklung von Vorschlägen zur Verbesserung von Kommunikationsprozessen der Partizipanten. Es geht dabei nicht hauptsächlich um „aktive Medienarbeit“, sondern um Prozesse der Selbstorganisation der Forenmitglieder. Paradigma ist nicht, wie Mitglieder von Moderatoren beeinflusst und angeleitet werden können, sondern wie die Mitglieder des Online-Diskussionsforums selbst nach

¹ Die Begriffe „Online-Community“ und „Community“ werden im Rahmen dieser Arbeit synonym verwendet.

und nach gemeinsame Vorstellungen und Ziele erarbeiten, wie sie mit Konflikten umgehen oder wohin der Kurs auf der Plattform gehen soll.

Dazu wird der Text in zwei miteinander verzahnte Abschnitte gegliedert: In einem theoretischen Teil wird zunächst die Ausgangsebene für die Typologie von Mitgliedern und für das Modell ihrer Interaktionen festgelegt. Kapitel Eins beschäftigt sich mit dem Begriff der Online-Community und greift dabei auf empirische Erkenntnisse aus der Fachliteratur zurück. Kapitel Zwei führt die Systemperspektive ein. Communities erscheinen unter dieser Betrachtungsweise als soziotechnische Systeme mit einer individuellen Soziodynamik, die auf sozialen Strukturen basiert, welche die Mitglieder selbstorganisiert entwickeln. Kapitel Drei führt basierend auf dem Rollenbegriff nach Jahnke (2006) sowie zwei Modellen der Mitgliedschaft von Döring (2003) und Kim (2001) Typisierungsdimensionen von Mitgliedern ein und legt damit die Grundlage für den empirisch-praktischen Teil der Arbeit.

Der Aufbau dieses theoretischen Abschnitts lässt sich visualisieren, indem man zwischen einer Makroebene und einer Mikroebene unterscheidet:



Abbildung 1: Visualisierung des theoretischen Abschnitts. (eigene Darstellung)

Auch dieser Darstellung liegt die Annahme zugrunde, dass die Entstehung von Rollen von Mitgliedern auf der Mikroebene ein Indikator dafür ist, dass ein Entwicklungsprozess begonnen hat, an dessen Ende eine Community im eigentlichen Sinne steht. Der Prozess bildet soziale Strukturen der Interaktion aus (Normen und Werte, gemeinsame Identität, etc.), die eine individuelle Soziodynamik unter den Mitgliedern formen. Erst wenn Mitglieder selbstorganisiert Rollen einnehmen, wenn diese Mitglieder Strukturen der Interaktion und eine Soziodynamik etablieren, erst dann kann man von einer Online-“Community“ sprechen. Der Aufbau des theoretischen Abschnitts folgt demnach dem Ablauf des solchermaßen beschriebenen Entwicklungsprozesses in gegenläufiger Richtung von der Makroebene zur Mikroebene.

Die theoretischen Prinzipien aus dem theoretischen Teil werden anschließend auf die Analyse des Subforums im empirisch-praktischen Teil übertragen. Vor dem Hintergrund der in der theoretischen Fundierung festgelegten Dimensionen und Kriterien werden relevante Aspekte aus dem Datenmaterial herausgefiltert und analysiert. Kapitel Vier beschreibt dazu die Entwicklung des Forschungsanliegens und die Ausgangslage in dem untersuchten Subforum. Im Anschluss an die Darlegung des methodischen Vorgehens in Kapitel Fünf erfolgt in Kapitel Sechs die Konstruktion von Typen von Mitgliedern. Diese werden in ein Modell der Mitgliederinteraktion eingeordnet, aus dem sich Empfehlungen für die Praxis ableiten lassen. Eine Diskussion der Ergebnisse und ein Ausblick auf mögliche künftige Entwicklungen und weitergehende Forschungsansätze schließen die Arbeit ab.

B. Theoretischer Teil

1. Der Begriff der Online-Community

Bevor ich mich näher mit Typen von Mitgliedern in virtuellen Gemeinschaften beschäftige, möchte ich zunächst den Begriff der Online-Community genauer beschreiben und präzisieren.

1.1 Beschreibungsmodelle

Für das Phänomen der computervermittelten Kommunikation und Interaktion existiert in der Literatur eine Vielzahl von Begriffen. Im Deutschen spricht man von virtuellen bzw. elektronischen Gemeinschaften oder von Netzgemeinschaften. Häufiger verwendet werden allerdings aus dem Angelsächsischen entlehnte Begriffe wie Net Communities, Web Communities oder Virtual Communities, vor allem aber der der Online-Community (Lohse, 2002, S. 14). Im deutschsprachigen Raum werden überwiegend die englischen Bezeichnungen verwendet, obwohl es mit der „Gemeinschaft“ ein passendes deutsches Pendant gibt. Hintergrund sind einerseits sicherlich die kontinuierliche Zunahme an Anglizismen in der deutschen Sprache, besonders im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien, andererseits aber auch die historische Verbrämung des Begriffes durch den Nationalsozialismus des Dritten Reiches. Letzterer Faktor führte zu einer anhaltenden Tabuisierung des Gemeinschaftsbegriffs, die ihn bis heute fast völlig aus dem gesellschaftlichen Diskurs entfernt hat (Seufert, 2004, S. 29).

Nach Koch (2003, S. 13) existiert bisher keine allgemein anerkannte Definition des Begriffs „Community“ im Umfeld von computervermittelter Kommunikation, sondern lediglich ein diffuses gemeinsames Verständnis, das je nach Fachrichtung und Ziel andere Schwerpunkte setzt. Die Gemeinsamkeit der Definitionsmöglichkeiten von Online-Communities aus der wissenschaftlichen Literatur indes liegt darin, dass sich Menschen

einem beständigen Kommunikationsprozess anschließen, von dem sie erstens in sozio-emotionaler Hinsicht und zweitens im Hinblick auf einen Wissensgewinn profitieren. Kommunikation erfolgt hierbei, im Gegensatz zur face-to-face² Kommunikation, computervermittelt. Koch (2003, S. 13) fasst den Begriff der Online-Community als eine „lose verbundene Gruppe von Menschen, die mindestens eine Gemeinsamkeit teilen und – basierend auf dieser Gemeinsamkeit – überwiegend mittels elektronischer Hilfsmittel miteinander interagieren und kommunizieren“. Mitglieder in einer Online-Community sind demgemäß „durch ein Medium verknüpft, in dem sie entsprechend ihrer Rollen miteinander interagieren“ (Seufert, Moisseeva & Steinbeck, 2002).

Diese Definitionen von Communities mit dem Fokus auf den computervermittelten Aspekt der Kommunikation beinhalten jedoch nicht eine grundlegende Erkenntnis, nämlich jene, dass virtuelle Gruppen nicht allein durch das bloße Vorhandensein von potentiellen Mitgliedern, einer Gemeinsamkeit und eines Kommunikationsmediums entstehen. Bevor sich eine Gemeinschaft im eigentlichen Sinne bildet, ist es notwendig, dass Mitglieder wechselseitige Beziehungen zueinander aufbauen. Communities lassen sich also nicht nur beschreiben als Ort, an dem sich Menschen an Aktivitäten beteiligen, gemeinsame Ansichten teilen und miteinander kommunizieren (Tu, 2004), sondern die Definition lässt sich entsprechend ergänzen zu: „Groups that share important resources, provide social support, and show reciprocity“ (Preece, 2006, S. 174). Bei dieser Wechselseitigkeit handelt es sich in Communities außerhalb reglementierter und strukturierter Organisation um informelle Beziehungen, die nicht von oben herab festgelegt wurden, sondern „bottom-up“ entstanden sind und sich durch Selbstorganisation erhalten. Sie zeichnen sich aus durch Spontaneität, Flexibilität und Emotionalität (Jahnke, 2006, S. 6), sind eher lose gekoppelt und nicht formal (Jahnke,

2 Wörtlich übersetzt bedeutet dieser Begriff „von Angesicht zu Angesicht“ und bezeichnet eine direkte Kommunikation, bei der die Kommunikationspartner einander gegenüber stehen oder sich zumindest gegenseitig sehen können.

2006, S. 99). Das Potential dieser Beziehungen liegt darin, dass emotionale Gebundenheit, persönliche Verbundenheit und infolge dessen die altruistische Bereitschaft³, Wissen auszutauschen und gemeinsam Lösungen für Probleme zu finden, potentiell höher ausgebildet sind als in Organisationen, in denen Mitglieder über formale Verträge eingebunden werden (Döring, 2003, S. 492 f.). Bis dieses Beziehungsniveau erreicht wird, ist es für Communities jedoch oft ein langer Weg, in den viel Zeit und Energie investiert werden muss.⁴

Communities zeichnen sich darüber hinaus durch einen ständigen Veränderungsprozess aus: etablierte Mitglieder verschwinden, neue Mitglieder erscheinen – vorausgesetzt, die Community besitzt eine ausreichende Attraktivität für neue Interessenten. Das bedeutet auch: jedes Mitglied hat die Möglichkeit, eine Online-Community zu verlassen, wenn es den Eindruck gewinnt, die Inhalte bereicherten sein Leben nicht länger bzw. es wenn es keinen Nutzen mehr sieht, der die Mitgliedschaft rechtfertigen würde. Für Mitglieder bringt dies mit sich, dass auch lieb gewonnene Kommunikations-partner jederzeit verschwinden können, was engere Bindungen zwar nicht ausschließt, sie aber auch nicht fördert oder fordert (Koch, 2003, S. 11).

1.2 Wildblume und Kulturpflanze – zwei Metaphern

Zur Beschreibung des Entstehungsprozesses einer Online-Community ist die aus Reinmann-Rothmeier (2000) entlehnte Metapher einer Wildblume hilfreich:

Virtuelle Gemeinschaften entstehen einer Wildblume in einer kargen Wüstenlandschaft gleich aus einem Samen, der zufälligerweise an dieser

3 Eine Diskussion der Begriffe "Nutzen" und "Altruismus" findet sich in Monroe, K.R. (1994). *A Fatt Lady in a Corset: Altruism and Social Theory*. In: *American Journal of Political Science*, 38 (4), S. 861–893

4 Differenzierte Typologien von Online-Communities finden sich bei Lohse (2002), bei Koch (2003, 18 ff) und in Hagel, J.; Armstrong, A. G. (1997). *Net Gain: Expanding Markets through Virtual Communities*. Boston: Harvard Business School Press.

Stelle auf dem Boden gelandet ist. Damit aber dort eine Pflanze wachsen kann, braucht der Same Wasser und Nährstoffe. Nehmen wir an, bei der Online-Community handele es sich um eine solche Wildblume. Dann würden Mitglieder und deren Beiträge dem Wasser und den Nährstoffen entsprechen. Ohne sie wird sich die Wildblume nicht zu voller Blüte entfalten, sondern verkümmern. Ihre Entwicklung ist ein Prozess der Selbstorganisation „von unten“, von ihren Wurzeln her. Fasst man Nährstoffe als Interesse und Eigeninitiative der Mitglieder auf, so wird deutlich, dass es sich dabei um ganz zentrale Voraussetzungen für die Entstehung von Communities handelt.

Die Metapher der Wildblume lässt sich außerdem noch entscheidend erweitern: Nehmen wir an, ihr Same fallen nicht auf die karge Ebene in der Ödnis, sondern werde von einem Gärtner behutsam in fruchtbaren Boden eingepflanzt, anschließend gepflegt und in ihrer Entwicklung unterstützt; Die Wahrscheinlichkeit, dass sie sich zur Blüte entfaltet, wird deutlich größer sein. Ihre Entwicklung ist aber nach wie vor selbstorganisierend. Der Gärtner schafft lediglich für einen nährstoffreichen Boden, führt in regelmäßigen Abständen Wasser zu und entfernt Unkraut um die Pflanze herum. Analog zu dieser Metapher sind die Aufgaben der Betreiber von Online-Communities gestaltet. Sie sorgen für die passenden Rahmenbedingungen für ihre Plattform, indem sie die technische Schnittstelle für die computervermittelte Kommunikation der Benutzer untereinander zur Verfügung stellen, interessante Themen und Normen für den Diskurs vorschlagen, sowie bei Konflikten moderierend eingreifen. Was innerhalb der Online-Community geschieht, ist dabei immer noch selbstorganisierend, da es sich bei den Mitgliedern um Menschen handelt, nicht um passive Automaten, die auf einen bestimmten Kommunikationsbereich oder bestimmte Formen des Diskurses getrimmt werden können. An einer Wildblume lassen sich Teile abschneiden, die ihr Wachstum erschweren könnten, oder man kann den Knospen dabei helfen, Blüten zu entwickeln. Wie genau sich die Pflanze entwickeln wird, lässt sich jedoch nie vollständig bestimmen. Ebenso

diskutieren Mitglieder einer Online-Community darüber, worüber sie wollen. Es ist durchaus möglich, dass sich der inhaltliche Fokus im Laufe des Lebenszyklus einer Community mehrfach verschiebt. Dieser Aspekt der Selbstorganisation darf bei der Betrachtung von Gemeinschaften nicht vernachlässigt werden. „Die Akteure einer Community können demnach nicht verpflichtet und gelenkt, sondern nur in ihrer gemeinsamen Entwicklung unterstützt werden“ (Jahnke, 2006, S. 93). Auf diese Vorstellung passt die Vorstellung einer „Kulturpflanze“.

Ob eine selbstgesteuerte Community zu einer Kulturpflanze wird, kann nicht in allen Aspekten geplant oder kontrolliert werden, denn sie zeichnet sich durch eine eigene soziokulturelle Dynamik aus. Idealerweise kann sie kultiviert und gepflegt werden, aber nicht am Reißbrett entworfen und fabriziert (Barrett, 2006, S. 115). Rheingold (1998) schreibt dazu: „Communities can't be manufactured, but you can design the conditions under which they are most likely to emerge, and encourage their growth when they do“. Es zeigt sich deutlich, dass eine Gemeinschaft nicht von einer Gruppen von Initiaten gegründet werden kann und sich dann praktisch automatisch ergibt. Stattdessen erwächst sie erst aus den Interaktionen der Mitglieder untereinander. Palloff und Pratt (1999, S. 31) schreiben Mitgliedern sogar eine Form von „Verantwortung“ zu, Gemeinschaft entstehen zu lassen.

1.3 Funktionen

Im Bezug auf die Bedeutung, die Online-Communities für ihre Mitglieder haben, lassen sich drei Hauptfunktionen ausmachen, die sie erfüllen können:

- *Einen Bezugspunkt im Leben der Mitglieder schaffen:* Ein Grund für das große Interesse an Online-Communities liegt an dem Aufbrechen traditioneller Strukturen in der postmodernen Gesellschaft. Soziale Institutionen, die in der Vergangenheit eine wichtige Rolle dabei hatten, Individuen Orientierung zu geben und die Gesellschaft zu

stabilisieren, verlieren an Bedeutung. Menschen wachsen nicht länger am selben Ort auf, heiraten, und werden gemeinsam alt. Werte der Gesellschaftsschicht, in die man hineingeboren wird, scheinen vor dem Hintergrund wachsender sozialer Mobilität an Bedeutung zu verlieren. Individualität und Unabhängigkeit genießen in unserer heutigen westlichen Kultur eine hohe Wertschätzung. Aber die hohe Bedeutung, die wir diesen beiden Werten zuschreiben, kann emotionalen Stress verursachen, denn der Mensch ist ein Gemeinschaftswesen. Diese Disparität verursacht einen Verlust des Gefühls von sozialer Zugehörigkeit und Gemeinschaft. „[With] increased mobility comes a loss of sense of community. (...) Things seem to move faster and faster, and we look desperately for something to hold onto, something to connect to“ (Moursund, 1997, S. 54). Auf unserer Suche nach Zugehörigkeit und Trost finden wir die Online-Community. Sie ist eine Möglichkeit, wie Menschen sich wieder Orientierung bzw. sozialen Halt verschaffen können. Sie kann ein Ort der Beziehung, der Unterstützung, der Intimität und der Sicherheit im psychologischen Sinne sein (Palloff & Pratt, 1999, S. 38). Sie kann darüber hinaus Interessensgruppe sein mit einer impliziten Funktion sozio-emotionaler Unterstützung. Vor allem Fan-Communities sind weit verbreitet. Kyanka (2005) bilanziert: „One of the largest benefits and drawbacks of the internet is, no matter what you think, no matter who you are, you can find a group that agrees with whatever you think“. Denn es ist auch möglich, dass Online-Communities negative Gedanken verstärken.

- *Vorhandenes Wissen austauschen (Kommunikation)*. Das Interesse an einem bestimmten Themenbereich liefert einen weiteren Grund für den Eintritt in eine Online-Community (vgl. Reinmann-Rothmeier, 2000; Preece, 2006). Dies schließt auch die gegenseitige Unterstützung von Mitgliedern untereinander zu Fragen über diese Themen ein. Wer sich in einer virtuellen Gemeinschaft registriert, bringt meistens Fragen mit, deren Beantwortung er sich von dem

bereits bestehenden Mitgliederstamm erhofft. Neuigkeiten, die von Einzelnen an die Community kommuniziert werden, sind eine weitere Form des Austauschs von vorhandenem Wissen. Der pragmatische Wert dieser Informationen hängt nach Lohse (2002, S. 117) von dem individuellen Interesse und dem Wissensstand des Rezipienten ab, die inhaltliche Qualität von ausgetauschten Wissen dagegen von dem subjektiv angestrebten Nutzen. Ein Mitglied stellt Überlegungen an, ob eine Information „zuverlässig, umfassend oder aber auch gut im sozialen Kontext kommunizierbar ist“ (Lohse, 2002, S. 10). Wissen wird so zu einem digital Informationsgut: „Güter sind Bündel nutzenstiftender Eigenschaften, hinsichtlich derer die Nachfrager unterschiedlich ausgeprägte Präferenzen haben“ (Lohse, 2002, S. 8). Sie können in Beiträgen von Mitgliedern die Form von Texten oder audiovisuellen Inhalten annehmen.

- *Informationsgüter generieren (Innovation)*. Mit der Partizipation in einer Online-Community sind Investitionen der Mitglieder verbunden. Ein Anreiz, sich langfristig an einer Community zu beteiligen, besteht in der gemeinschaftlichen Produktion von neuem Wissen (vgl. Reinmann-Rothmeier, 2000), oder in der Produktion von digitalen Objekten, die nur in dieser Community vorhanden sind. Beide Produkte haben den Charakter eines digitalen Informationsguts. Beispielsweise werden in einer Subgruppe der Online-Community „Through The Looking Glass“, mit der sich der zweite Teil dieser Arbeit beschäftigt, digitale Grafiken aus einem Videospiele mithilfe von Programmen zur Modellierung von dreidimensionalen Objekten bearbeitet und in der Gruppe zur Diskussion gestellt. Die Arbeit an den Objekten wird so zu einem kollaborativen Prozess, an dem die Mitglieder direkt oder indirekt über Feedback beteiligt sind. Dabei bestimmt der Innovations- und Aktualitätsgrad der Objekte den Nutzen, den Mitglieder aus der gemeinsamen Tätigkeit schöpfen (Lohse, 2002, S. 106).

1.4 Elemente

Im Folgenden werden nun diejenigen Elemente, welche eine Online-Community ausmachen, aufgeführt. Die Taxonomie vereint dabei zwei Systematisierungskonzepte von Seufert (2004) und Preece (2006).

- *Kommunikationsplattform*: Basis jeglicher Kommunikation und sozialer Interaktion ist die Benutzerschnittstelle. Die Funktionalität der Plattform bestimmt die Modalitäten der Interaktion. Oftmals wird die Bildung einer Community im Netz erst durch bestimmte Medientechnologien ermöglicht. Unterschiedliche Technologien haben ihre jeweils eigenen Vorzüge und Unzulänglichkeiten, weshalb der Passung der Kommunikationsplattform auf die Ziele der Online-Community eine wichtige Rolle zukommt. So ermöglicht ein Chatsystem zwar den Austausch von Wissen, Inhalte sind aber nicht ohne weiteres archivierbar und zu einem späteren Zeitpunkt wieder unmittelbar verfügbar. Insbesondere auch soziale Kommunikation unterliegt dabei den Eigenschaften der Kommunikationsplattform (Lohse, 2002). Online-Communities unterscheiden sich von anderen Formen der Vergemeinschaftung durch die räumliche Distanz der Akteure voneinander sowie die Einschränkung der körperlichen Sinne, die über die Plattform angesprochen werden können. Im Unterschied zur Face-to-face-Interaktion sind die Mitglieder einer Online-Community auf den Austausch textueller, bildlicher und gegebenenfalls auditiver Komponenten beschränkt. Vor allem emotionale Botschaften können durch einen primär textuellen Kanal der Schnittstelle weniger unmittelbar vermittelt werden. Des Weiteren findet die Interaktion meist asynchron statt, beschränkt auf einen engen räumlichen und zeitlichen Kontext. Dadurch sind die Möglichkeiten zur Bezugnahme und direkten Rückkopplung gegenüber der klassischen Face-to-face-Interaktion zunächst vermindert (Lohse, 2002, S. 66-67). Ein Vorteil der computervermittelten Kommunikation besteht dagegen darin, dass alle ausgetauschten Informationsgüter unmittelbar für die

rechnergestützte Weiterverarbeitung zur Verfügung stehen.

- *Mitglieder:* Damit sind Individuen gemeint, die innerhalb der Kommunikationsplattform interagieren, wobei sie die Befriedigung eigener Interesse anstreben (Preece 2006) oder besondere Rollen erfüllen, wie zum Beispiel diejenige eines Moderators. Wenn man die Mitglieder einer Online-Community untersucht, lassen sich Fragen aufstellen wie: Wer ist der Initiator? An welche Zielgruppe richtet sich die Community? Welche individuellen Anreize motivieren Nutzer zur Teilnahme? Nach Lohse (2002) ist die Analyse der Teilnahmekalküle von Nutzern die Grundlage für das Verständnis von Communities. Soziale Strukturen, die Mitglieder in der gegenseitigen Interaktion entwickeln, bestimmen wiederum „die kollektive Dynamik von Communities auf der Makroebene“ (Lohse 2002, S. 5).
- *Inhalte:* Bei diesem Element spielen Frage eine Rolle wie „Über welche Inhalte sollen sich die Personen innerhalb der Community austauschen?“ oder „Welche Ziele verfolgen sie?“. Eine klare inhaltliche Ausrichtung erhöht die Attraktivität für potentielle Mitglieder (Preece, 2006) und fördert die Stabilität der Gruppe. Es ist außerdem zu erwarten, dass das Involvement, also die Bereitschaft von Mitgliedern, sich in Form von Beiträgen zu beteiligen, steigt, wenn das Thema deutlich kommuniziert ist.
- *Regeln:* Regeln existieren in Form von impliziten Normen, Annahmen, Ritualen oder schriftlichen Protokollen und Gesetzen, die für das Verhalten von Mitgliedern in einer Community leitend sein sollen (Preece, 2006). Sie nehmen in Kauf, dass einige Mitglieder die Einschränkungen ihrer Interaktionsfreiheit nicht akzeptieren und der Community den Rücken kehren. Ziel der konstitutiven Festlegung von Regeln „top-down“ ist, dass die übrigen Mitglieder diese verinnerlichen. „Those who don't like it will leave. The rest will make up their own minds after they get to know each other and the system“

(Rheingold, 1998). Später sollen sich dann eigene Normen herausbilden. Kyanka (2005) schlägt vor, Regeln zu etablieren, die die Werte der Community widerspiegeln: „Create rules you feel reflect your community's values and will attract people with similar values“.

- *Rollen*: Mitglieder nehmen in Online-Communities Rollen zweierlei Art ein. Erstens handelt es sich dabei um Rollen, die informell im Rahmen der Selbstorganisation der Gemeinschaft entstehen und mit ihrem individuellen sozio-demographischen Hintergrund sowie ihren Interessen oder Neigungen eng verknüpft sind. Zweitens sind es Rollen, die innerhalb der Gemeinschaft eingenommen werden sollen, wie die des Moderators. Zum Beispiel muss festgelegt werden, wer für die Verwaltung und Organisation sorgt und wer sich um technische Belange kümmert (Seufert, 2004).

1.5 Zusammenfassung

In diesem Kapitel wurde eine Begriffsbestimmung der Online-Community mit zwei Seiten eingeführt: Die erste Seite bezieht sich auf das Vorhandensein von Partizipanten, die sich über eine Form der computervermittelten Kommunikation untereinander austauschen. Die zweite Seite beschäftigte sich mit der Auffassung von Gemeinschaft als etwas, das auf der Grundlage der ersten Seite erst entstehen muss. Beziehungen zwischen Nutzern eines technischen Mediums entstehen danach erst über einen längeren Zeitraum.

Als Metapher für diese Vorstellung steht das Bild einer Wildblume. Selbst im kargen Wüstenboden werden sich einzelne Exemplare ihrer Art entwickeln können. Sie werden aber bald wieder verwelken und schließlich verschwinden. Unter Pflege eines Gärtners dagegen reifen sie viel wahrscheinlicher zur Blüte – ganz wie Beziehungen zwischen Mitgliedern einer Community. Für die Kultivierung von Beziehungen steht das Bild der Kulturpflanze.

Im weiteren Verlauf des Kapitels wurden drei Funktionen einer Online-Community beschrieben. Sie schaffen einen Bezugspunkt im Leben der Beteiligten, sie stellen eine Plattform für den Austausch von vorhandenem Wissen (vgl. Reinmann-Rothmeier, 2000) dar und sie schaffen Innovation, wenn Mitglieder über die Online-Community neue digitale Informationsgüter (vgl. Lohse, 2002) verbreiten. Mitglieder profitieren in unterschiedlicher Weise von den drei Bereichen. Zudem können einzelne Funktionen von verschiedenen Mitgliedern als mehr oder weniger nützlich empfunden werden.

Eine Taxonomie auf der Basis zweier Systematisierungskonzepte von Seufert (2004) und Preece (2006) nennt fünf Elemente einer Online-Community: den technische Unterbau einer Kommunikationsplattform als Benutzerschnittstelle; Mitglieder, die diese in Anspruch nehmen; ein Themenbereich, über den sie sich austauschen; Regeln für Kommunikationen und Interaktionen; schließlich Rollen, die Mitglieder innerhalb einer Online-Community einnehmen können.

2. Soziodynamik einer Online-Community

Bei einer Community handelt es sich um ein soziales System. Das bedeutet, dass die gesamte Organisation Eigenschaften besitzt, die die einzelnen im ersten Kapitel beschriebenen Elemente nicht auszeichnen. Diese Eigenschaften entwickeln sich auf der Grundlage der Wechselwirkungen und Beziehungen zwischen den Teilen des Systems. Sie verschwinden, wenn das System physisch oder über eine Theorie in isolierte Einzelelemente aufgeteilt wird. Obwohl wir die Elemente des Systems identifizieren und charakterisieren können, ist das Ganze immer größer als die Summe seiner Teile (Hough & Paine, 1997, S. 93 f.).

Eine der Eigenschaften, die sich in einer Online-Community herausbilden, ist eine Soziodynamik des Systems. Bei der Entwicklung einer Soziodynamik sind alle bisher eingeführten Elemente beteiligt. Es handelt sich nämlich um Wechselwirkungen zwischen den Mitgliedern, ihrem individuellen Bezug zum Thema und den Rollen, die sie einnehmen, den Regeln der Community sowie der Kommunikationsplattform, die die Basis aller Interaktion darstellt.

2.1 Die Systemperspektive

Ein System bezeichnet nach Jahnke (2006, S. 22) eine Menge von nicht weiter differenzierbaren Komponenten, zwischen denen bestimmte Beziehungen bestehen. Dieses System lässt sich von einer Umwelt unterscheiden, von der das System klar getrennt ist. Die bedeutendsten Eigenschaften eines Systems sind erstens das Beziehungsgeflecht zwischen den Komponenten bzw. die Struktur des Systems und zweitens die Unterscheidung zwischen System und Umwelt. Etwas ist entweder dem System zugehörig oder Umwelt des jeweiligen Systems. Alle Kommunikationen, die nicht dem System der Community zuzuordnen sind, gehören zu dessen Umwelt (Kneer & Nassehi, 1994, S. 38).

Bei der Systemperspektive handelt sich um eine Betrachtungsweise, bei der folgende Aspekte berücksichtigt werden:

- das Ganze
- die Teile
- Wechselwirkungen zwischen den beiden

Das Ganze ist im konkreten Beispiel einer Online-Community die Gesamtheit der in Kapitel 1.4 beschriebenen Elemente, die hier wiederum aufgefasst sind als Teile des Ganzen. Dabei sind Teile und Ganzes strukturell gekoppelt. Zwischen den beiden bilden sich aus Wechselwirkungen soziale Strukturen aus, mit denen sich dieses Kapitel beschäftigt.

Der Begriff des sozialen Systems lässt sich umschreiben als „Zusammenhang von aufeinander verweisenden sozialen Handlungen“ (Kneer & Nassehi, 1994, S. 38) zwischen den Komponenten des Systems. Die Anordnung sowie das Zusammenwirken von *Komponenten* bilden ein *funktionierendes System* aus mit bestimmten *Bildungsgesetzen* und *Strukturen*. Die Gesamtheit dieser Elemente bezeichnet man als *Organisation*. Sie setzt sich zusammen aus einer kritischen Masse von Menschen (Komponenten), zeichnet sich aus durch einen dauerhaften Zusammenhalt ihrer Mitglieder auch in Krisenzeiten (funktionierendes System) und verfügt über seine eigenen sozialen Regeln, beispielsweise wie mit Konflikten zwischen Mitgliedern umgegangen wird (Strukturen), sowie implizite Regeln, unter welchen Umständen und mit welcher Dynamik das System sich verändert, wenn es auf neue innere oder äußere Einflüsse reagiert (Bildungsgesetze).

Die Systemperspektive geht weiterhin davon aus, dass jede Einzelhandlung das System beeinflusst. Sie liefert eine Betrachtungsweise

(a) für die Ursachen von (Kommunikations-)Problemen und (b) für Verhaltensweisen in einem sozialen System, bzw. (c) dafür, wie Verhaltensweisen von den Überzeugungen, Normen und Rollen seiner Mitglieder beeinflusst werden.

Es lassen sich vier Schlüsselprinzipien der Systemperspektive (Hough & Paine, 1997, S. 96) festhalten:

- Jedes Individuum ist Teil des Ganzen und jede Einzelhandlung hat Auswirkung auf das System als Ganzes.
- Um die Ergebnisse einer Organisation zu verändern, muss sich das gesamte System ändern, nicht nur seine Elemente.
- Die Verantwortlichen von Organisationen müssen sich auf die Ursachen von Problemen konzentrieren, nicht nur auf Symptome.
- Effektiv bewirkt man Veränderungen dann, wenn man das System und seine inhärenten Eigenschaften versteht und mit diesen Eigenschaften arbeitet – nicht gegen sie.

Was genau bedeutet die Systemperspektive für die Analyse von Communities?

Wenn man sich mit den Aktionen von Mitgliedern in diesem System beschäftigt, dann gewinnen wir ein Verständnis dafür, dass diese Aktionen erstens nicht unabhängig voneinander bestehen, sondern sich gegenseitig beeinflussen und außerdem Auswirkungen auf die Community als Ganzes haben. Wenn Betreiber den *Outcome* ihrer Community beeinflussen möchten, müssen sie zweitens das gesamte System im Blick behalten, nicht nur einzelne Elemente. Im Bezug auf das Verhalten von Mitgliedern müssen sie die Wechselbeziehungen zwischen den Handlungen des Individuums und den Eigenschaften der Community, die diese Aktionen hervorbringen, einbeziehen.

Beispielsweise kann es vorkommen, dass ein neues Mitglied in einer Online-Community deshalb mit aggressivem Beitragsverhalten auffällt, weil es die Kommunikationsregeln der Gemeinschaftsstruktur nicht versteht und sich deshalb von den etablierten Mitgliedern ausgeschlossen fühlt. Das neue Mitglied wird durch die Strukturen des Systems in die Rolle des Störenfriedes gedrängt. Scheitern die Betreiber daran, diesen Zusammenhang zu erkennen, und entfernen sie das Mitglied, kurieren sie nur Symptome – keine Ursachen.

Ansatzpunkt für die Lösung von Problemen auf der Mikroebene der Mitglieder bleiben deshalb die Mitglieder als Komponenten des Systems: „Empowering the collective does not empower individuals – just the reverse is true. (...) The best guiding principle is to always cherish individuals first“ (Lanier, 2006).

2.2 Soziotechnische Systeme

Im vorangegangenen Kapitel wurden Online-Communities als soziale Systeme (vgl. Dittler, Kindt & Schwarz, 2007) beschrieben, in den computervermittelte Kommunikation stattfindet und die sich über die Grenzziehung der Mitgliedschaft bzw. Nichtmitgliedschaft definieren lassen. Betrachten wir dieses System nun unter der Systemperspektive: Gemeinschaft bildet sich somit, wenn eine Gruppe von Mitgliedern an gemeinsamen Aktivitäten beteiligt ist und sich ein Geflecht von sozialen Beziehungen herausbildet, eine Soziodynamik. Community als ein dynamisches Ganzes bildet sich heraus, wenn Mitglieder einer Gruppe an gemeinsamen Aktivitäten teilnehmen, sich gegenseitig unterstützen, gemeinsam Entscheidungen treffen, sich selbst mit etwas identifizieren, das über ihre Gemeinschaft hinausgeht, und sich langfristig für ihr Wohlergehen engagieren – für ihr eigenes, für das des Anderen, und für das der gesamten Community (Palloff & Pratt, 1999, S. 25).

Von Online-Communities als soziotechnischen Systemen sprechen wir, da die technischer Systeme des Computers einen Einfluss auf die (computervermittelte) Kommunikation der Mitglieder und ihre Rollen in der Community haben. Jahnke (2006, S. 38) beschreibt den Einfluss der Technik: „Über die Techniken konstituieren sich neue technisch-vermittelte Kommunikationen und es entstehen soziotechnische Systeme“. Von Bedeutung für soziotechnische Systeme sind daher die Verknüpfung von sozialen Strukturen mit den technisch vermittelten Kommunikationen. Aber: Soziotechnische Systeme reproduzieren sich vor allem über Rollen. Kommunikation ist als Teil des Ganzen identifiziert worden und immer wiederkehrende Kommunikationsstrukturen werden in Form von Rollen sichtbar. „Bereits herausgebildete Rollen sind somit die sozialen Strukturen soziotechnischer Systeme“ (Jahnke, 2006, S. 71). Für Betreiber ist von Bedeutung, wie ihre Online-Community für den größtmöglichen Nutzen sowohl des soziotechnischen Systems als auch für ihre Mitglieder zu kultivieren ist.

2.3 Soziale Strukturen

Damit ist festgestellt, dass Systeme ganz wesentlich beeinflussen, wie sich Mitglieder in einer Community verhalten und damit auch, welche Überzeugungen sie haben. In manchen Systemen sind die Überzeugungen von Mitgliedern bereits ein positiver Einfluss auf die sozio-emotionale Interaktion der Mitglieder untereinander und den Austausch von Wissensprodukten. In anderen können etablierte soziale Strukturen ein schwerwiegendes Hindernis für diese Prozesse darstellen. In beiden Fällen bietet das System im Ganzen einen Ansatzpunkt für Überlegungen, welche Faktoren Verhalten beeinflussen und gleichzeitig Überzeugungen formen. Wendet man den Begriff der sozialen Struktur an, so zeigen sich eine Reihe von Strukturen, die sich auf der Basis der Elemente in einer Online-Communities bilden können:

2.3.1 Eigeninteresse und Motivation

In diesem Strukturbereich ist zu erfragen, welche individuellen Anreize Mitglieder dazu motivieren, sich in Form von Beiträgen an einer Online-Community zu beteiligen. Von Bedeutung ist vor allem, welche Faktoren sie dazu motivieren, sich freiwillig längerfristig zu beteiligen, um den dauerhaften Fortbestand der Community zu gewährleisten (Reinmann-Rothmeier, 2000, S. 19). Zugrunde liegen nach Lohse (2002, S. 15) gemeinsame Bedürfnisse, welche die Mitglieder durch die Interaktion direkt oder mittelbar befriedigen können. Zur Erklärung dieses Schlüsselbereiches bieten sich die drei Konzepte der *Nutzenerwartung*, des *Involvement* und der *antizipierten Gegenseitigkeit* an.

Nutzenerwartung: Der „Nutzen“ bezeichnet die Fähigkeiten eines Objektes, mit seinen Eigenschaften bestimmten Zwecken zu dienen. Nutzen ist keine Eigenschaft, die dem Objekt innewohnt, sondern seine Fähigkeit zur Nutzenstiftung wird mit dem Vorhandensein eines Bedürfnisses materialisiert. Nutzen ist deshalb von der Eignung zur Befriedigung eines bestimmten Bedürfnisses zu einem konkreten Zeitpunkt abhängig (Lohse, 2002, S. 51). Für Mitglieder von Online-Communities handelt es sich bei der Nutzenerwartung um den erwarteten Erfolg kollektiver Aktivitäten. Das bedeutet, dass sich Besucher anfangen zu beteiligen, wenn ihnen (a) in der Community etwas geboten wird (z.B. emotionale Nähe), was sie in dieser Form sonst nirgendwo erhalten, (b) wenn die Community bereits erfolgreich arbeitet und (c) wenn sie glauben, dass Ihr Beitrag diesen Erfolg noch vergrößern wird.

Die positive Nutzenerwartung und die Wahrscheinlichkeit für eine Beteiligung sind umso höher, wenn Besucher weitere Teilnehmer beobachten, die sich in Form von Beiträgen für die Community engagieren. Zunächst beteiligen sich nur Nutzer mit großer Eigeninitiative und Motivation. Beobachten Nutzer mit einer höheren Teilnahmeschwelle

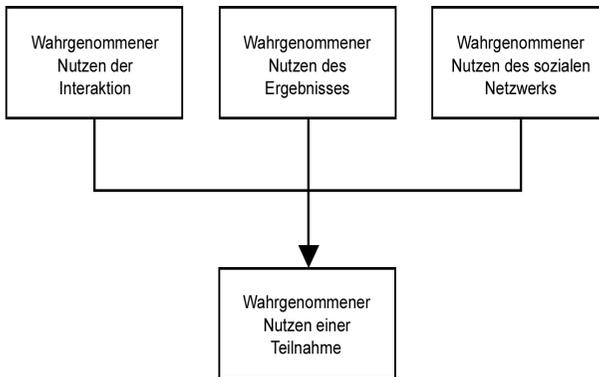


Abbildung 2: Nutzenerwartung. (Lohse, 2002, S. 53)

die Zunahme von beteiligten Akteuren, nehmen sie dann ebenfalls teil. Mit zunehmender Zahl der Kontribuenten sind immer mehr Nutzer dazu bereit, sich an der Aktion beteiligen; der so genannte

Bandwagon-Effekt (Lohse, 2002) entsteht. „In diesem Sinne kann die individuelle *Entscheidung* von Akteuren, sich an kollektiven Aktivitäten zu beteiligen als eine Abwägung der erwarteten Nutzen und Kosten einer Teilnahme modelliert werden“ (Lohse, 2002, S. 52).

Dagegen entsteht ein direkter Nutzen für Beitragende durch den Aufbau von Kompetenz im Rahmen der Beteiligung an der Community. Dies kann an erster Stelle durch den Austausch von Wissen geschehen. Besucher versprechen sich einen Wissens- und Kompetenzgewinn (Döring, 2003, 294 f.) über die Nutzung eines Angebots hinaus durch eine aktive Partizipation. Die zweite Möglichkeit liegt in der Kompetenzbildung „durch die unmittelbare, persönliche Verwendung der im Kontext des sozialen Netzwerkes generierten Inhalte“ (Lohse, 2002, S. 48). Neben dem Austausch von vorhandenem Wissen gewinnt so die Generierung von neuem Wissen an Bedeutung. Ein dritter Effekt von eigenen Beiträgen ist darüber hinaus eine positive Reputation eines Beitragenden innerhalb des sozialen Netzwerkes. „Quality members“ steigen im Ansehen ihrer Peers. Beteiligung bringt Vorteile für beide Seiten, für die Gemeinschaft der Online-Community und für die einzelnen Mitglieder selbst.

Es ist zu beachten, dass das Anspruchsniveau der Mitglieder

ausschlaggebend ist für ihre Beurteilung der Qualität von ausgetauschtem Wissen. „Es kann davon ausgegangen werden, dass dieses in den meisten Fällen mit der Dauer und Häufigkeit der Inanspruchnahme wächst, da die Nutzer sich mit der Zeit für immer differenziertere Aspekte interessieren“ (Lohse, 2002, S. 113). Dies ist durchaus ein Aspekt, in dem sich Communities voneinander unterscheiden.

Involvement: Wenn man von Involvement spricht, sind die innere Beteiligung und das Engagement gemeint, mit dem sich ein Mitglied dem Thema der Community zuwendet. Involvement stellt somit eine intervenierende Variable des Nutzerverhaltens zur Erklärung von Verhaltensdifferenzen von mehreren Mitgliedern mit identischen Einstellungswerten dar. Das Involvement hinsichtlich des Themas der Community sowie die Identifikation mit dem sozialen System können zusammenfassend als wesentliche Determinanten der Bereitschaft von Mitgliedern identifiziert werden, Beiträge an die Community zu leisten (Lohse, 2002, S. 50). Von entscheidender Bedeutung ist dabei, ob Mitglieder intrinsisch zur Partizipation motiviert sind. Intrinsische Motivation fußt auf dem angeborenen Bedürfnis von Menschen, Kompetenz zu erleben und ihre Umgebung zu kontrollieren. Auf diese Weise erhöhen und stabilisieren sie das eigene Selbstwertgefühl (Lohse, 2002, S. 46 f.). Intrinsisch motivierte Mitglieder sind in der Lage, anspruchsvolle Aufgaben mit hohem Einsatz zu verfolgen. Intrinsisch bleibt die Motivation dann, wenn ein persönliches Interesse an der Sache besteht. Notwendig hierfür sind ein Vorverständnis der Aktivität bzw. Kompetenzen. Menschen können keine Aktivität angehen, für die ihnen grundlegende Fähigkeiten fehlen.

Das Bedürfnis, Kompetenz zu erleben und Sicherheit in der Community zu erlangen, kann durch Beiträge befriedigt werden über kommunikative Akte. Nach Döring (2003) sind dies folgende:

- Öffentliche Selbstdarstellung
- Kontaktaufnahme und Geselligkeit
- Macht- und Einflussgewinn
- Prosoziales Verhalten

Der erste Akt bewirkt die Aufwertung des Egos durch den Aufbau einer positiven Reputation über qualitativ hochwertige Beiträge innerhalb der Community. Der zweite Akt belohnt das Individuum für Kontaktfreudigkeit mit sozialer Sicherheit und sozio-emotionaler Unterstützung. Der dritte Akt ermöglicht den Aufstieg in Hierarchien der Community. Beispielsweise könnte dies der Aufstieg zum Moderator sein oder die Möglichkeit, eine Projektgruppe in der Community leiten zu dürfen. Nach dem vierten Bereich können Individuen auch intrinsisch motiviert sein, wenn es um das Wohlergehen anderer geht. In diesem Fall handeln sie auf eigene Kosten, also *altruistisch*. Dieses Verhalten ist vor allem in Bezugsgruppen zu beobachten, in denen ein Gefühl von Zugehörigkeit herrscht – Communities mit einer ausgeprägten Soziodynamik (Lohse, 2002, S. 47).

Antizipierte Gegenseitigkeit: Antizipierte Gegenseitigkeit beruht auf der Annahme, dass eigene Beiträge an die Community dazu führen, dass andere Mitglieder auf diese antworten und sich für eine einmal geleistete Unterstützung revanchieren. Wer etwa eigenes Wissen preisgibt, erwartet, dass in der Zukunft der Gefallen erwidert wird (vgl. Nutzenerwartung). Hierbei ist zu unterscheiden zwischen (a) Leistungen, die für andere Mitglieder in der Erwartung geleistet werden, zukünftig von diesen eine Gegenleistung zu erhalten und (b) Leistungen an die Community als Ganzes, ohne eine direkte Verpflichtungsbeziehung. Bleibt die Reziprozität der Kommunikation aus, stellt dies eine Enttäuschung der antizipierten Gegenseitigkeit dar. Dieser Umstand kann vor allem deshalb zum Problem werden, weil die ausgetauschten Inhalte von Communities oft den Charakter von Kollektivgütern haben. Dies bedeutet, dass (a) alle

oder zumindest ein großer Teil der Mitglieder an den Informationsgütern interessiert sind, aber (b) kein Mitglied der Community prinzipiell von der Nutzung ausgeschlossen werden kann, sobald die Inhalte zumindest einem weiteren Mitglied zur Verfügung stehen (Lohse, 2002, S. 45). Letztere Einschränkung ist durch die Eigenheiten der Kommunikationsplattform bestimmt. Das Problem des *Free Riding*, d.h. die Nutzung von Inhalten ohne Reziprozität der Beteiligung, kann den Fortbestand von Online-Communities in Frage stellen.

2.3.2 Vertrauen und Kooperation

Um Informationen austauschen und voneinander lernen zu können, müssen die Mitglieder einer Community in der Lage sein, einander zu vertrauen, wenn sie denn anderen um Rat fragen oder ihm eigene Ideen anvertrauen (Tu, 2004, S. 82). In einer Community, in der das Verhältnis von Mitgliedern untereinander von Vertrauen geprägt ist, zeigen sich nach Hough & Paine (1997, 106 f.) folgende drei Verhaltensweisen:

- Mitglieder, die Risiken eingehen
- Mitglieder, die Aufgaben und Verantwortung übernehmen
- Mitglieder, die ihr Gegenüber und dessen Meinung respektieren

Vertrauen ist deshalb für die Kooperation wichtig, weil Unsicherheit Mitglieder davon abhält, enge soziale Beziehungen und offene Kommunikation mit anderen einzugehen. Die schließt Befürchtungen ein, zurückgewiesen zu werden, nicht gut genug zu sein oder die Furcht, dass das Gegenüber einen nicht ernst nimmt oder gar ein Betrüger ist (Palloff & Pratt, 1999, S. 38 f.). So gibt es *Fakes*, die mit der Schilderung erfundener persönlicher Probleme hoffen, bei Mitgliedern Anteilnahme und betroffene Reaktionen hervorzurufen.

Bekannt sind auch *Trolle*, die versuchen, über Beiträge eine aggressive Auseinandersetzung zwischen Mitgliedern zu provozieren. Noch destruktiver als diese in Einzelfällen auftretenden Störungen des

Vertrauens wirkt sich für die Community ein Mangel an Vertrauen zwischen *regulären* Mitgliedern aus.

Hier spielt erneut die *Nutzenerwartung* eine Rolle: Wer befürchten muss, dass eigene Beiträge nicht zu einer fairen Reaktion führen, wird sich nicht mehr beteiligen. Der Aufbau einer Vertrauenskultur innerhalb der Gemeinschaft ist daher ein zentraler Faktor in der Entwicklung einer Community (Winkler, Reinmann-Rothmeier & Mandl, 2000, S. 38). Die Implikation ist, dass sich Betreiber einer Online-Community bemühen müssen, eine Atmosphäre von Vertrauen und Gemeinschaftlichkeit zu schaffen. Mitglieder müssen in der Lage sein, ihre Ideen und Gedanken zu diskutieren, ohne ständig befürchten zu müssen, dass sie von anderen Mitgliedern dafür angefeindet werden. Dies schafft die Basis für Rollen, die sie in diesen Diskussionen entwickeln können, und für Normen, die sich im Diskurs entwickeln (Palloff & Pratt, 1999, S. 20).

Kooperation basiert auf Vertrauen. Wenn Kooperation stattfindet, wenn die Mitglieder in der Gemeinschaft offen und vertrauensvoll miteinander kommuniziert, wenn die Würde und der Wert von Mitgliedern anerkannt werden, dann sind nach Hough & Paine (1997, S. 106 f.), Rheingold (1998) sowie Palloff & Pratt (1999, S. 32) folgende positive soziale Strukturen möglich:

1. Bereitschaft zum Wissensaustausch
2. Bereitschaft zur Kooperation und zur sozio-emotionalen Unterstützung der Mitglieder untereinander
3. Bereitschaft, sich kritisch mit den Wissensprodukten von Anderen auseinander zu setzen
4. Bereitschaft, Feedback zu geben
5. Einbringen von persönlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten
6. Erreichen von Zielen durch Teamwork und gemeinsamer Partizipation an einem Projekt
7. Anerkennung von individuellen oder gemeinsamen Beiträgen / Erfolgen

8. Übernehmen von Verantwortung für den Erfolg der Kommunikation
9. Aktive Partizipation von Mitgliedern am Diskurs sowohl über Wissen, als auch über sozio-emotionale Aspekte der Gemeinschaft
10. Konstruktion von sozialer Bedeutung durch Zustimmung oder Infragestellen, mit dem Ziel, einen Konsens über Themen zu erreichen, die für Mitglieder interessant und bedeutsam sind
11. Austausch von Ressourcen
12. Respekt gegenüber allen Meinungen von Mitgliedern
13. Aktive Suche nach Stärken von Mitgliedern und Fertigkeiten, mit denen sie Beiträge leisten können

2.3.3 Gemeinsame Identität

Zu den entscheidenden Merkmalen, die eine Community auszeichnen, gehört ferner eine gemeinsame, gruppenbezogene Identität (Reinmann-Rothmeier & Mandl, 1999; Reinmann-Rothmeier, 2000). Sie wird in der angelsächsischen Literatur üblicherweise „common identity“ oder „sense of belonging“ genannt. Renninger & Shumar (2002, S. 84) stellen fest, dass eine Person eine Vorstellung davon haben muss, was eine Community ausmacht, um sich an ihr beteiligen zu können. Sie muss das Gefühl haben, dass es etwas gibt, was sie mit der Community verbindet: „If a person is to participate in a virtual community, he or she needs to have both an image of what a virtual community is and a feeling of connection to, or identification with, that community“.

Hough & Paine (1997, S. 194) nennen mit *Gruppengefühl*, *Ort* und *Einstellungen* drei Bezugspunkte für die Herausbildung einer solchen gemeinsamen Identität:

- *Gruppengefühl*: Dieser Bezugspunkt entsteht vor dem Hintergrund der Beziehungen, die Menschen verbinden und die ein Gefühl der Einheit und Sicherheit erzeugen. Beispiele sind Familie und Verwandtschaft, aber auch Selbsthilfegruppen oder

Interessensgruppen.

- *Ort*: Der Bezugspunkt ist ein Ort, an die Gruppe zusammenkommt.
- *Einstellungen*: Gemeinsame Identität kann sich definieren über Ziele, die die Gemeinschaft verfolgt, Werte, die sie verbinden, oder geteilte Ideen darüber, wie die Welt funktioniert, in der Menschen leben.

Eine gemeinsame Identität hat idealerweise die Eigenschaft, in der Community eingebettet zu sein. Die Partizipanten, deren persönliche Identität durch die Teilnahme an gemeinschaftlichen Aktivitäten geprägt wurde, sind stärker als andere dazu bereit, sich einzubringen und die Gemeinschaft mitzugestalten (Barrett, 2006, S. 8). Mit ihren Beiträgen und ihrem Einsatz nehmen sie Einfluss auf die Identität der Community im Ganzen. Somit gehen das soziale Handeln von Mitgliedern, ihr Wissen und ihre Fertigkeiten in die Community über – vor allem in virtuellen Communities, in denen Informationsgüter gespeichert, archiviert und unmittelbar weiterverarbeitet werden können. Dieser soziale Charakter von Wissen und Handeln ist die Basis zum Verständnis darüber, wie ein soziotechnisches System lernt und wie eine gemeinsame Identität entsteht.

2.3.4 Gemeinsame Ziele

Communities benötigen klare gemeinsame Vorstellungen davon, was sie gemeinsam erreichen wollen und wie die Zukunft ihrer Gemeinschaft aussehen soll. Einzelne Mitglieder müssen sich ihrer Rolle im System bewusst sein und darüber, welche Auswirkungen sie mit ihren Beiträgen auf das System haben. Ein gemeinsames Ziel kann Aktivitäten aller Individuen auf der Mikroebene eine Richtung und einen Sinn geben. Dieses gemeinsame Ziel muss nicht nur ständig angepasst und erneuert, sondern in der Community geteilt und kommuniziert werden. In

Communities mit gemeinsamen Zielen als „angestrebte Zukunft“ (Hough & Paine, 1997, S. 107) besitzen die Mitglieder eine klare Vorstellung davon, warum sie sich zusammenfinden, was der Zweck ihrer Beteiligung ist, sowie davon, was sie gemeinsam erreichen wollen.

Gemeinsame Ziele haben überdies die Eigenschaft, Menschen mit ähnlichen Zielen anzuziehen. Menschen mit ähnlichen Zielen passen gut zueinander. Dies schafft eine stabile Gemeinschaft, in der ein höheres Maß von Vertrauen und offener Kommunikation herrscht (vgl. Kapitel 2.3.2). Gerade deswegen ist es notwendig, Ziele einer Community klar zu kommunizieren. Communities mit einem zu vage gefassten Thema und ohne formulierte Ziele erleben mehr interpersonale Konflikte, weil Teilnehmer unterschiedliche Vorstellungen von und Bedürfnisse an Interaktion haben (Preece, 2006, S. 81). Wenn sie enttäuscht werden, weil sich ihre Erwartungen an die Community nicht erfüllen, führt dies zu Spannungen zwischen Mitgliedern.

2.3.5 Normen und Werte

Williams (2006, S. 4) beschreibt Werte als „the real source of the unwritten rules and traditions, norms and expectations that seem to permeate everything“. In diesem Sinne stellen Werte die Grundlage für Regeln dar. Sie beziehen sich beispielsweise auf den Ton, der in einer Online-Community herrscht, oder auf die Art, wie neue Mitglieder in die Gemeinschaft eingeführt werden. Als „weiche Kriterien“ sind sie nicht mit Mitteln der Informatik zu erfassen (Koch, 2003, S. 3). Hieran zeigt sich, dass für den erfolgreichen Aufbau virtueller Gemeinschaften Erkenntnisse aus den Bereichen der Soziologie und Psychologie herangezogen werden müssen. Die weitgehende Anonymität im Netz ist nämlich ein zweischneidiges Schwert: Einerseits führt sie zu „größerer Offenheit und Ehrlichkeit“, andererseits aber auch zu „verstärkt asozialen Verhaltensweisen“ (Lohse, 2002, S. 67) wie ►Hoaxing, ►Flaming oder

►Spamming. Werte können trotz devianten Verhaltens von Einzelnen ein Ideal der Interaktion sein, das eine Community anstrebt. Hier liegt einer der wichtigsten Ansatzpunkte für den Aufbau erfolgreicher Communities: Betreiber sollten ihre Kräfte auf Mitglieder konzentrieren, die Werte der Community verkörpern, anstatt auf Störenfriede, die den Werten entgegenstehen (Williams, 2006).

Rheingold (1998) liefert mehrere Hinweise, wie Betreiber die selbstorganisierte Entstehung von Normen und Werten ihrer Community initiieren können:

- Am Anfang steht die Einführung klarer Regeln „top-down“, welche von Moderatoren mit Nachsicht, aber auch mit Nachdruck durchgesetzt werden sollen, mit der offenen Erwartung, dass sich Normen und Werte später von selbst, „bottom-up“ bilden. Regeln führen zunächst dazu, dass sich einige Mitgliedern ihnen widersetzen, um dann die Community zu verlassen (vgl. Kapitel 1.4). Dies ist durchaus gewollt, denn auf diese Weise bleiben diejenigen Mitglieder übrig, die ähnliche Einstellungen darüber haben, wie die Interaktion auf der Kommunikationsplattform geregelt sein sollte.
- Die Art der Regeln, die in der Gründungszeit der Community etabliert wurde, determiniert, welcher Typ von Menschen dort später vorzufinden ist. Die Kerngruppe (vgl. White, 2001) hat in diesem Sinne einen immensen Einfluss darauf, welche Menschen sich zu einem späteren Zeitpunkt für einen Beitritt entscheiden.
- Basale Regeln später ohne Ankündigung „top-down“ zu ändern, ist ein Fehler, weil es die etablierte Kerngruppe verstört und ihre Autonomie beeinträchtigt, eigene Regeln, Normen und Werte zu schaffen.
- Es sollte so wenige Regeln wie möglich geben. Sie sollten leicht verständlich sein und sich an Prinzipien normaler menschlicher

Kommunikation orientieren.

- Communities können lernen, sich selbst auf der Basis weithin akzeptierter, expliziter Normen und Werte zu verwalten und zu moderieren. Eine zentrale Institution, die „top-down“ die Einhaltung von Regeln überwacht, ist dann nicht mehr notwendig. Dies gelingt jedoch nur in den wenigsten Communities.

Die Motivation, sich an der Aufrechterhaltung von Normen zu beteiligen, liegt in dem erwarteten langfristigen Nutzen durch die Norm (Lohse, 2002, S. 63). Sie sorgt als gemeinsame Quelle von Vorstellungen und Verhaltensmaßstäben (Hough & Paine, 1997, S. 107) für die Reduktion von Spannungen. „Die Bildung von Normen zielt darauf ab, die direkten und indirekten Wirkungen der Verhaltensweisen Einzelner auf andere Gruppenmitglieder (...) hinsichtlich des langfristigen Nutzenmaximums der Gruppe insgesamt zu optimieren“ (Lohse, 2002, S. 62–63).

2.4 Zusammenfassung

Soziotechnische Communities sind eher informell orientierte Kommunikationsbeziehungen, die darauf basieren, dass ihre Akteure ähnliche Interessen, ähnliche Probleme oder eine Leidenschaft zu einem Themengebiet teilen und ihr Wissen und ihre Erfahrungen auf diesem Gebiet vergrößern wollen, indem sie mehr oder weniger regelmäßig miteinander über das Internet interagieren, ohne formal an das soziotechnische System gebunden zu sein. Sie können jedoch eine persönliche Verbundenheit entwickeln (Jahnke, 2006, S. 100).

Einen möglichen Blickwinkel für die Betrachtung dieser soziotechnischen Systeme liefert die Systemperspektive, die zwischen der Umwelt des Systems, dem System als die gesamte Operationseinheit, sowie seinen Teilen unterscheidet. In der Umwelt von Online-Communities befinden sich alle diejenigen Kommunikationsprozesse, die weder technisch mit der Kommunikationsplattform einer Community zusammenhängen, noch über soziale Beziehungen von Mitgliedern mit dieser verbunden sind. In dem System als Ganzes sind die in Kapitel 1.4 aufgeführten Elemente

subsumiert. Die Elemente als Teile des Ganzen bilden Strukturen aus, die über die Summe aller Teile des Systems hinausreichen.

	Frage nach....	Faktoren	Abhängig von...
Eigeninteresse und Motivation	Anreize zur (längerfristigen) Partizipation	Nutzenerwartung, Involvement, antizipierte Gegenseitigkeit	Anspruchsniveau, Interesse am Thema
Vertrauen und Kooperation	Voraussetzungen für offene Kommunikation	Vertrauen, Offenheit, Empathie	Bereitschaften von Mitgliedern
Gemeinsame Identität	Sozialer Charakter von Wissen und Handeln	Gruppengefühl, Ort, Einstellungen	Vorstellung, was Mitglieder verbindet
Gemeinsame Ziele	Mitgliederbindungen, angestrebte Zukunft	Homogenität von individuellen Zielen	Bewusstsein der eigenen Rolle für Ziele
Normen und Werte	Hintergründe von Regeln und Idealen	Autonomie, Nutzenerwartung	Werte und Normen früherer Kerngruppen

Tabelle 1: Soziale Strukturen einer Online-Community.

3. Mitglieder in einer Online-Community

Als Fazit der bisherigen Betrachtung lässt sich festhalten, dass das System als Ganzes, soziodynamische Strukturen des Systems, Verhaltensweisen von Mitgliedern und Einstellungen von Mitgliedern miteinander strukturell gekoppelt sind und sich gegenseitig determinieren. Letztlich sind aber immer *Menschen* auf der Mikroebene die Urheber von Strukturen und Soziodynamik. Preece (2006, S. 82) stellt fest: „People are the pulse of any community. Without them, there is no community. Vibrant discussion, new ideas, and continually changing content distinguish online communities from Web pages“. Auch Schorb et al. (2005, S. 210) sprechen von der Abhängigkeit des Erfolgs von Online-Communities von den beteiligten Personen.

3.1 Mitgliedschaft und kritische Masse

Aufbauend auf den sozialen Strukturen aus Kapitel 2.3 lassen sich die Beziehungen zwischen Mitgliedern anhand folgender Fragen beschreiben:

1. Wer kommuniziert?
2. Was wird kommuniziert?
3. Wie finden die Mitglieder zueinander?
4. Was verbindet die Mitglieder?
5. Welchen fachlichen Hintergrund bringen Mitglieder mit?
6. Welche gemeinsamen Ziele haben Mitglieder?

Voraussetzung für Kommunikation ist, dass überhaupt jemand kommuniziert. Die Anzahl von Menschen in einer Online-Community muss ausreichend groß sein, um weitere Mitglieder anzuziehen. Döring (2003) spricht deshalb von der *kritischen Masse*, der Mindestgröße, die eine ursprüngliche Kerngruppe haben muss, um (a) Kommunikation anzuregen und (b) durch dauerhaften Austausch für weitere Interessenten attraktiv zu sein. Subjektiv lohnt es sich also, einer Community

beizutreten, wenn eine kritische Masse von Mitgliedern vorhanden ist und zwischen ihnen in ausreichendem Maße Kommunikationen erfolgen, um dauerhaft das Interesse der Beteiligten an sich zu binden. Sind zu wenige Beteiligte vorhanden, dann wird die Diskussion erlahmen und die Mitglieder werden sich nach neuen Gesprächspartnern außerhalb der Community umsehen. Zu viele Beteiligte, und die Community entwickelt sich chaotisch, der Diskurs beschleunigt sich immer mehr und ist von ständig wechselnden Interessen geprägt (Preece, 2006, S. 171). Dann bilden sich entweder neue Subgruppen oder überforderte Mitglieder verlassen die Online-Community.

Es lässt sich außerdem eine siebte Frage an die Mitgliedschaft ergänzen:

7. Welche Rollen nehmen Mitglieder ein?

3.2 Der Rollenbegriff

Soziotechnische Systeme reproduzieren sich vor allem über Rollen. Kommunikation ist als deren Basiselement identifiziert, denn „wiederkehrende Kommunikationsmuster werden in Form von Rollen sichtbar. Bereits herausgebildete Rollen sind somit die sozialen Strukturen soziotechnischer Systeme“ (Jahnke, 2006, S. 71). Von formalen Rollen, die man in einer Community zugewiesen bekommt oder per Vertrag/Auftrag aufgrund der Struktur der Organisation einnehmen muss, sind informelle Rollen zu unterscheiden, wie man sie in selbstorganisierten Communities erwerben kann.

Beispiele für formale Rollen sind Administrator, Moderator, Mediator oder Experte. Aus der Mitgliederbasis entwickeln sich eher spontan informelle Rollen wie Wortführer, Begrüßer, Vermittler, Aktivist, Informationsbeschaffer, Rebell etc. (Jahnke, 2006, S. 66). In stärker strukturierten Organisationen finden sich hauptsächlich formale Rollen (Moderator, Gruppenleiter etc.), während in Communities eher informelle

Rollen anzutreffen sind.

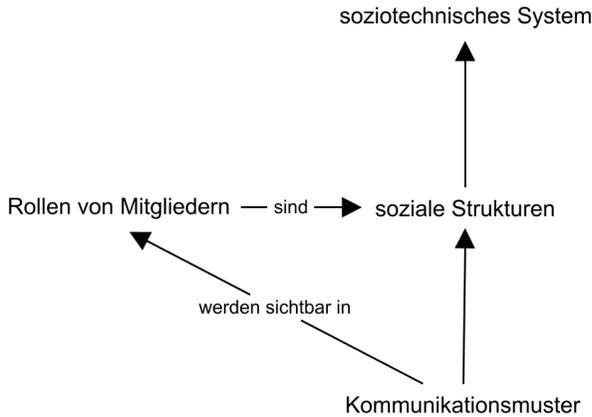


Abbildung 3: Rollen von Mitgliedern als soziale Struktur. (eigene Darstellung)

Das Vorhandensein von Rollen ist somit ein Indikator für die Entwicklung von Gemeinschaft (Palloff & Pratt, 1999, S. 36). So gibt es in Communities Partizipanten, die versuchen, die Diskussion wieder anzuregen, sollte sie ins Stocken geraten sein. Andere spezialisieren sich darauf, die Community mit Quellen von Wissen zu versorgen, das dem Thema und den gemeinsamen Interessen aller entspricht. Rollen wie diese treten auf, weil die Mitglieder damit beginnen, sich gegenseitig zu unterstützen. Gemeinschaft entsteht. „Characters emerge, and relationships form to shape the community. Special roles may also develop, such as an expert, a provocateur, the social conscience, a moderator or mediator, along with various characters“ (Preece, 2006, S. 35).

Rollen als die Strukturen soziotechnischer Systeme bilden sich aufgrund komplexer sozialer Interaktionen. Sie gehen mit Erwartungen einher, die an ein Mitglied aufgrund früherer Aktivitäten gerichtet werden. Wer bereits mehrfach ein Missverständnis zwischen zwei Mitgliedern auflösen konnte, der wird vermutlich in der Zukunft als Mittler angesehen werden.

Die Erwartung ist nicht ausschließlich extern, sondern kann sich auch als interne Erwartungshaltung eines Mitglieds an sich selbst manifestieren.

In dem beschriebenen Beispiel kann der Zuspruch, den ein Mitglied durch den Erfolg der Mittlerrolle von anderen Mitgliedern erhält, bewirken, dass es den Anspruch an sich selbst entwickelt, in ähnlichen Situationen wieder die gleichen Erfolge zu erzielen. In beiden Fällen, der externen wie der internen Erwartung, kann die Verfestigung von solchen Prädispositionen zu einer Rolle werden. Soziotechnische Systeme erzeugen demnach aus Erwartungsbündeln Rollen, die wiederum das ganze System beeinflussen (Jahnke, 2006, S. 41).

Informelle Rollen entwickeln sich auf der Basis von Erwartungsbündeln an Verhaltensmuster oder Personeneigenschaften von Mitgliedern nach Jahnke (2006, S. 68) unter den folgenden Bedingungen:

- Beobachtbare Wiederholungen von Verhaltensmustern oder Eigenschaften
- Ausprägung der sozialen Beziehungen: Bekanntheits- und Kompetenzgrad
- Idealisiertes Meta-Rollenbild

Das letztgenannte Meta-Rollenbild ist ein idealtypisches Bild einer Rolle, wie es implizit in der Vorstellungswelt der Mitglieder einer Community bestehen kann. Es bezeichnet, wie die Rolle in idealer, optimaler Form ausgefüllt werden sollte. Das Meta-Rollenbild tritt in der realen Situation zwar nie auf, stellt mithin aber ein soziales Handeln dar, das nach den Normen, Werten und den gemeinsamen Zielen der Community anzustreben ist. Da diese Strukturen veränderbar sind, wird das Meta-Rollenbild ständig neu angepasst.

Unbedingt erwähnt werden muss im Zusammenhang mit dem

Rollenbegriff, dass auch Rollen in der Online-Community nicht statisch sind. Es handelt sich im Gegenteil um dynamische, veränderbare soziale Phänomene. Individuen können im Laufe ihrer Mitgliedschaft verschiedene Rollen annehmen. Außerdem verändern sich Rollen im Laufe der Zeit. Neue Rollen entstehen im Rahmen von Lern-, Aushandlungs- und Definitionsprozessen.

3.3 Schalen- und Phasenmodell der Mitgliedschaft

Neben dem Begriff der Rolle, der sich auf die soziale Bedeutung eines Mitglieds für eine Community bezieht, lässt sich eine Hierarchie im klassischen Sinne konstruieren, in der sich Mitglieder verorten lassen. Ein solches Modell liefert Döring (2003, S. 522). Es differenziert zwischen einem harten Kern von Nutzern und einer lose gekoppelte Zone der Peripherie. Mitglieder, die sich regelmäßig einloggen und Beiträge verfassen, gehören zum harten Kern der Online-Community. Nutzer, die sich seltener aktiv beteiligen, werden zur Peripherie gezählt. Ganz am Rande des Modells positioniert sind die *Lurker*, die eine lediglich beobachtende Rolle einnehmen. Lurking bedeutet, dass einzelne Teilnehmer sich nicht aktiv am Prozess beteiligen (White, 2001). Sie lesen Beiträge und profitieren von Informationsgütern, halten sich ansonsten jedoch zurück. Durch größere Anonymität in virtuellen Umgebungen können sie sich leichter verstecken als in face-to-face Settings.

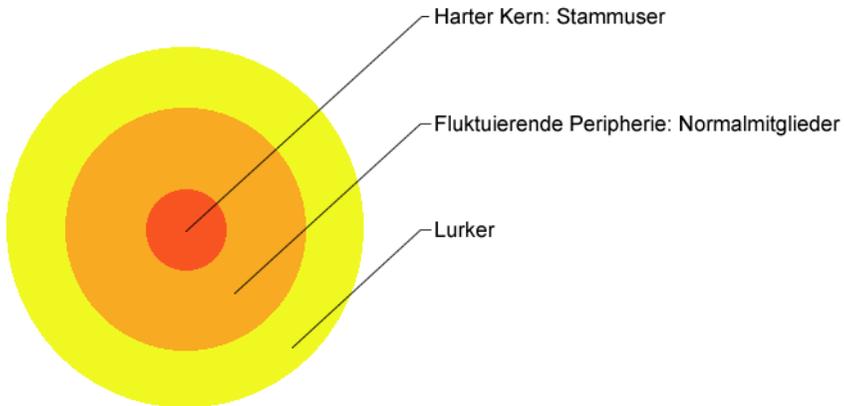


Abbildung 4: Schalenmodell der Mitgliedschaft nach Döring. (eigene Darstellung)

Bei der Einordnung in den harten Kern oder die fluktuierende Peripherie spielen zunächst quantitative Codes eine Rolle. Möglich ist die Bestimmung des Status über die Dauer der Mitgliedschaft (*Neulinge* versus *Senioren*), über Login-Zeiten (*light user* versus *heavy user*), Anzahl der Beiträge oder über die Frequenz von Beiträgen (*Vielschreiber* versus *Wenigschreiber* versus *Lurker*).

Ebenso können qualitative Aspekte herangezogen werden. Mitglieder lassen sich angesichts der Vielfalt individueller Nutzungsweisen noch in diverse Subtypen einteilen, etwas gemäß ihrer Erfahrung im Bezug auf das Thema der Community (*Experte* versus *Novize*) oder gemäß Nutzungsstil im Sinne von aktiv-produktiver Beteiligung (*Lurker* versus *Beitragschreiber*).

Hierarchien lassen sich weiterhin anhand des Kriteriums der sozialen Macht (Döring, 2003) bilden. Soziale Macht beschreibt die Möglichkeiten eines Akteurs, eine Situation zu kontrollieren, in der ein Anderer handelt. Vom Betroffenen wird dies oft als Zwang und Unterdrückung erlebt. Macht im Internet kann aufgebaut werden, indem durch aktive Internetnutzung Sicherheit im Umgang mit dem Medium aufgebaut wird. Dies kann eine Identitätsstärkung beim Nutzer bewirken. Soziale Macht

kann erworben werden durch:

- Technische Kompetenz
- Netzkompetenz
- Netzämter
- Selektive Informationsweitergabe
- Qualitativ hohe Beiträge

Mitglieder mit einer „höheren Stellung“ dürfen ihre Macht nicht ausnützen, sondern müssen die Partizipationschancen aller anderen sichern und mit Differenzen umgehen (Döring, S. 502 ff). Maßgeblich für den Erfolg von Online-Communities ist deshalb ebenso ein prosoziales Verhalten der Mitglieder, um Konflikte zwischen Nutzergruppen mit unterschiedlicher sozialer Macht und Integration in die Gemeinschaft gar nicht erst aufkommen zu lassen. Online-Communities können deshalb oft „ein hohes Maß an gezielter Gemeinschaftspflege“ erfordern (Döring, S. 504). Progression von Phasen der Mitgliedschaft mit sozialer Macht stellen sich in einem Schema linear dar:



Abbildung 5: Phasenmodell der Mitgliedschaft nach Kim. (Kim, 2001, S. 134)

Ein *Besucher* wandelt sich nach dem Eintritt in die Community über ein Mitgliedschaftsritual (etwa eine erste, zögerliche Selbstvorstellung oder einen formalisierten Initiationsritus) zum *Neuling*. Durch Beiträge wird der Neuling zum regulären Mitglied. Bei Konstanz und Qualität von Beiträgen steht nach einiger Zeit die Möglichkeit offen, über ein Führungsritual (etwa öffentliche Bekanntmachung der Aufstufung durch die Community-Betreiber) in die höhere Riege der *Leader* aufzusteigen. Dies bringt oft neue Verantwortlichkeiten mit sich, in jedem Fall aber soziale Macht. *Leader* muss nicht zwingend eine formale Rolle sein, sondern kann auch

als Meinungsführerschaft verstanden werden. Bei *Seniors* handelt es sich um langfristige Mitglieder, die jetzt Erfahrungen und Wissen an die Community weitergeben (Kim, 2001, S. 134 f.).

3.4 Typisierungsdimensionen

Viele der in den vorangegangenen Kapiteln aufgeführten systemischen Strukturen von Online-Communities lassen sich anhand einer Typologie von Mitgliedern identifizieren und analysieren. Diese Arbeit konstruiert eine solche auf der Basis der Typisierungsdimensionen der Fähigkeiten und Fertigkeiten von Mitgliedern sowie deren Bereitschaften, sich zu beteiligen. Die Typisierungskriterien in den Dimension sind angelehnt an Rothmeier & Mandl (1998, S. 33 f.) sowie an Schorb et al. (2005, S. 231).

3.4.1 Fähigkeiten und Fertigkeiten

In der ersten Typisierungsdimension wird betrachtet, welche Fähigkeiten und Fertigkeiten Partizipanten im Bezug auf den Wissensaustausch mitbringen. Kriterien der Typisierung ergeben sich über eine Differenzierung von Mitgliedern nach ihrer individuellen Kompetenz im Bezug auf das Thema der Community, zur kritischen Bewertung von Informationen und Wissen, zur Informationssuche bzw. Recherche, und ihre Kommunikations- bzw. Sprachkompetenz, um Sachverhalte in Worte zu fassen (Thillosen, 2007, S. 168).

Typisierungsdimension	Typisierungskriterium
Fähigkeiten und Fertigkeiten	Individuelle Kompetenz (Thema der Community)
	Kritisches Bewerten von Informationen und Wissen
	Kommunikations- / Sprachkompetenz
	Informationssuche / Recherche

Tabelle 2a: Typisierungsdimension: Fähigkeiten und Fertigkeiten.

3.4.2 Bereitschaften

Die zweite Typisierungsdimension umfasst Kriterien der Bereitschaft zum Wissensaustausch bzw. Kooperation, zur sozio-emotionalen Unterstützung und die Toleranz gegenüber Widersprüchen in Beiträgen von anderen Mitgliedern.

Typisierungsdimension	Typisierungskriterium
Bereitschaften	Wissensaustausch / Kooperation
	Sozio-emotionale Unterstützung
	Toleranz gegenüber Widersprüchen

Tabelle 2b: Typisierungsdimension: Bereitschaften.

3.5 Zusammenfassung

Ausgehend von der Feststellung, dass Menschen das wichtigste Element einer Community sind (Preece, 2006, S. 82; Schorb et al. 2005, S. 210) formulierte dieses Kapitel sieben Fragen, anhand der sich die Beziehungen zwischen Mitgliedern beantworten lassen. Dabei wurde die *kritische Masse* (Döring, 2003) eingeführt, die Voraussetzung für das Zustandekommen von Interaktion und Kommunikation auf der Plattform.

Abschnitt Zwei thematisierte den Rollenbegriff. Kommunikationsmuster innerhalb einer Online-Community zeigen sich als dynamische, veränderbare Rollen, die Mitglieder spontan einnehmen oder die sie formal zugewiesen bekommen. Da Rollen prägend für die Interaktion sind, stellen sie selbst soziale Strukturen dar, ähnlich der in Kapitel 2.3 vorgestellten Strukturen. Mitglieder sind somit das Fundament jeglicher sozialer Strukturen. Das Vorhandensein von Rollen als soziale Strukturen wiederum kann als Indikator für die Entwicklung von Gemeinschaft aufgefasst werden (vgl. Kapitel 2). Rollen entstehen auf der Grundlage beobachtbarer Wiederholungen von Verhaltensmustern oder

Eigenschaften. Entweder ein einzelnes Mitglied erwartet von sich selbst bestimmte Kommunikationsmuster, oder aber andere Partizipanten der Community, die zu diesem Mitglied in sozialen Beziehungen stehen, nehmen eine Erwartungshaltung an Verhalten ein.

In diesem Zusammenhang ist auch das Meta-Rollenbild zu erwähnen. Bei diesem handelt es sich um ein vorherrschendes Bild davon, wie eine konkrete Rolle in idealer, optimaler Form ausgefüllt wird. Selbstredend wird es in der Realität höchst selten erreicht, es liefert aber Orientierung über den Idealtypus.

Das Schalenmodell von Döring (2003) bringt eine hierarchische Struktur in die Community. Es ordnet um einen harten Kern von Stammusern, die sich ständig beteiligen, eine Peripherie von regelmäßig beteiligten Normalmitgliedern sowie einen Ring von *Lurkern*, die sich überhaupt nicht beteiligen, aber nichtsdestotrotz ausgetauschte Informationsgüter in Anspruch nehmen. Döring (2003, S. 522) weist darauf hin, dass empirischen Erkenntnissen zufolge *Lurker* den größten Anteil in dem Schalenmodell der Mitgliedschaft ausmachen. Dagegen setzt das Phasenmodell von Kim (2001) den Aufstieg eines Neulings in eine lineare Struktur wachsender sozialer Macht: den Möglichkeiten eines Akteurs, eine Situation zu kontrollieren, in der ein Anderer handelt.

Die Typisierungsdimensionen am Ende des Kapitels nehmen eine andere Perspektive ein: sie differenzieren nach den Fähigkeiten und Fertigkeiten eines Mitglieds zum Umgang mit Information und zur Kommunikation sowie dessen Bereitschaft zum Wissensaustausch und zur sozial toleranten Interaktion.

C. Empirisch-praktischer Teil

4. Entwicklung des Forschungsanliegens

Im Folgenden werden nun die Ausgangslage des Forschungsanliegens und die Präzisierung der Fragestellung beschrieben. Hinweise zur Beantwortung soll die qualitativ-empirische Analyse eines Subforums der Online-Community „Through The Looking Glass“ liefern. Das Forschungsobjekt wurde ausgewählt, weil sich die Strukturen der Interaktion unter den Mitgliedern mit elf Jahren vergleichsweise lange entwickelt haben und weil eine klare inhaltliche Ausrichtung besteht.

4.1 Through The Looking Glass

Die Geschichte von Through the Looking Glass (TTLG) reicht zurück bis in das Jahr 1996. Der Name ist von dem gleichnamigen Buch von Lewis Carroll inspiriert. Es handelt es



Abbildung 6: Logo des Forums von TTLG.

sich um ein englischsprachiges Online-Diskussionsforum mit derzeit 36 Subforen über Videospiele und Videospieldesign, mit dem weitere ►Fansites thematisch verknüpft sind. Die Fansites berichten über Neuigkeiten, liefern mediale Inhalte wie Bildschirmfotos, Videos und Audiodateien zu ihren jeweiligen Themenbereichen, und bieten Nutzern die Möglichkeit, selbst erstellte ►Fan Art, ►Fan Fiction und ►Fan Missions veröffentlichen zu lassen. Zur Zeit der Drucklegung dieses Textes sind dies Fansites zu den Videospiele Ultima Underworld, System Shock, System Shock 2, Deus Ex, BioShock sowie eine weitere zu drei Teilen aus eine Serie mit den Titeln Thief: The Dark Project, Thief 2: The Metal Age und Thief: Deadly Shadows.

Weiterhin gibt es eine Hauptseite zu TTLG, die über www.ttlg.com erreichbar ist und nur noch sporadisch aktualisiert wird. Der Mangel an Neuigkeiten liegt in dem Umstand begründet, dass sich die Fansite TTLG einem seit 2002 aufgelösten Produktionsstudio von Videospiele besetzt: Looking Glass Studios (LGS). In jüngster Zeit gab es von Seiten der Administratoren Bestrebungen, das gemeinsame Ziel und die gemeinsame Identität der Community zu überdenken. Es droht ein Nachlassen des Interesses an der Diskussion über die ehemaligen LGS-Titel und die Zersplitterung der virtuellen Gemeinschaft, wird die kritische Masse an Teilnehmern nicht mehr erreicht.

4.2 Untersuchtetes Subforum: The Editor's Guild

Warum das Diskussionsforum von TTLG trotz des Konkurses von Looking Glass Studios auch heute noch mit um 2000 Beiträgen pro Woche ein hohes Ausmaß an Aktivität verzeichnet, ist auf zwei hauptsächliche Gründe zurückzuführen. Erstens wurde der inhaltliche Fokus in den letzten Jahren geweitet; es wird nun auch über Produkte von



Abbildung 7: Architektur aus der Fan Mission „Just Take A Look“. (Uncadonego, 2003)

anderen Videospieleherstellern berichtet. Der zweite Grund für das Fortbestehen des Forums liegt in dem fortgesetzten Interesse an der „Thief“-Videospielereihe. Auf TTLG existiert ein Subforum, das sich dediziert damit auseinandersetzt, wie man eigene ►Levels basierend auf der ►Game Engine der Spiele Thief: The Dark Project und Thief 2: The Metal Age entwickelt. Dieses Subforum trägt den Titel „The Editor's Guild (Thief 1 & 2)“ und dient zum Austausch über Fragen zum Bereich Game

Editing und Design mit ►DromEd, dem Editor für Thief 1 & 2.

Seit 1999 wurden von Anhängern der Thief-Reihe in TTLG und anderen Communities über 500 so genannte ►Fan Missions (FM) veröffentlicht, ►Level mit komplexer Architektur oder ganze ►Kampagnen, die zusätzlich zu den in den Verkaufsversionen von Thief enthaltenen Spielwelten installiert werden können. Weitere Themen, die in der Editor's Guild behandelt werden, sind Herstellung von dreidimensionalen Objekten oder zweidimensionalen ►Texturen für die Implementierung in die Spielwelt, Produktion von Audio- oder Filmmaterial, Schreiben von Storylines, sowie die Koordination von größeren Projekten mit mehreren Beteiligten.



Abbildung 8: Forenbereich "Game Editing and Design".

Kennzeichen des Subforums sind die technikspezifische Sprache, die Beschränkung des inhaltlichen Fokus und der überschaubare Kreis der Partizipanten. Die Editor's Guild von Thief 1 & 2 spricht zusammengefasst eine sehr beschränkte Zielgruppe an: Erforderlich für die Beteiligung sind hohe technische Kompetenzen und das Interesse an einer für heutige Verhältnisse antiquiert wirkenden Game Engine. Die Grafik von Thief 1 & 2 entspricht dem Detaillierungsgrad der späten Neunziger und deshalb nicht mehr dem technisch-ästhetischen Niveau aktueller Produkte auf dem Videospielemarkt.

4.3 Fragestellung

Nachdem mit der Editor's Guild von Thief 1 & 2 der Ausschnitt der Community von TTLG vorgestellt wurde, mit dem sich die Untersuchung beschäftigen möchte, gilt es nun, die Fragestellung zu erarbeiten. Die hier vorgestellten Forschungsfragen stellen eine Präzisierung der in Abschnitt A aufgeführten dar.

1. Was ist die Atmosphäre der sozialen Interaktion in der Editor's Guild, einem Subforum der Online-Community Through The Looking Glass?
2. Welche Bedeutung haben Typen von Mitgliedern in der Editor's Guild für den dauerhaften Austausch von Wissensprodukten und den Erfolg sozio-emotionaler Interaktion? Wie sieht die Zukunft der Editor's Guild aus?
3. Welche Handlungsempfehlungen lassen sich für die Verwaltung von Online-Communities verallgemeinern?

Die Beantwortung soll auf der Basis zweier Modelle erfolgen:

1. einer Typologie der Mitglieder in der Editor's Guild für Thief 1 & 2,
2. einem Modell der Interaktion zwischen den identifizierten Nutzertypen.

Ziel der Analyse des selbstgesteuerten Lernprozesses über Themen des Game Editing und Design in der Editor's Guild von Thief 1 & 2 ist also die Entwicklung einer Typologie von Partizipanten in der Online-Community. Die praktische Community-Realität steht bei der Analyse im Vordergrund. Basierend auf dem Modell der Interaktion zwischen den solchermaßen

Entwicklung des Forschungsanliegens

identifizierten Nutzertypen und ihren Rollen sollen verallgemeinerbare Lösungen für die Praxis der Formierung und Verwaltung von Communities abgeleitet werden.

5. Methodisches Vorgehen

In der vorliegenden Untersuchung wird die Methode der typologischen Analyse verwendet (Mayring, 2002, S. 130 ff; Flick, 2005, S. 338; Lamnek 1995, S. 367), da sie sich für die Bearbeitung umfangreicher Daten besonders eignet. Leitidee dieser Technik ist es, das Material auf typische Merkmale und näher erklärte Aspekte zu reduzieren. Ziel ist die kompakte Präsentation des Materials durch Typenbildung wesentlicher Gesichtspunkte, wobei möglichst wenige Details aus dem Material verloren werden sollen. Dazu werden vorab Typisierungsdimensionen und -kriterien darüber festgelegt, welche Bestandteile herausgefiltert und detailliert dargestellt werden sollen. Die Typisierungskriterien werden während der Auswertung des Datenmaterials in mehreren Durchgängen präzisiert. Die typologische Analyse kommt vor allem in explorativen Szenarien zum Einsatz, in denen es darum geht, ein Forschungsfeld zu erschließen und Ansatzpunkte für zukünftige Theoriemodelle und Konzeptionen zu konstruieren. Im Fall der Editor's Guild lassen sich typische Mitglieder aus der Diskussion herausarbeiten, die sie in besonderer Weise repräsentieren, und auf die sie Einfluss haben.

5.1 Erschließung des Datenmaterials

Zentrale Quelle war der Korpus aus in der Editor's Guild eröffneten Themen des Zeitraums vom 1. Januar bis 31. März 2007, wobei die spezielle Situation des Diskussionsforums eine nachträgliche Analyse ohne Eingriff in das Forschungsfeld ermöglichte. Das Archiv enthält insgesamt 323 Themen, an denen sich 183 Mitglieder beteiligen. Alle ►Threads sind in den Dateinamen mit einer eindeutigen Identifizierungsnummer (ID) versehen.

Um das Datenmaterial besser erschließen zu können, wurde zunächst eine quantitative Analyse durchgeführt. Dabei wurde in sämtlichen 323 Themen gemessen, wie viele Antworten Themen erhalten, wie viele

Beiträge welche Mitglieder schreiben, und außerdem, wie viele Themen sie jeweils eröffnen. Ergebnisse dieser Auswertung sind die folgenden:

Antworten pro Thema	0 Antwort.	1-2 Antwort.	3-5 Antwort.	6-10 Antwort.	11-20 Antwort.	21-50 Antwort.	> 50 Antwort.
Themen	7	29	81	98	77	28	3

Tabelle 3a: Anzahl Antworten pro Thema.

Aus Tabelle 3a ist ersichtlich, dass die meisten Themen zwischen drei und 20 Antworten erhalten. Länger wird eher selten diskutiert. Sieben Themen erhielten keine Antwort, während sich in drei der Themen eine rege Diskussion mit jeweils über 50 Antworten ergab. Bei dem ersten davon (112 Beiträge; ID: 112232) handelt es sich um technische Unterstützung für einen besonders engagiert wirkenden Einsteiger in DromEd. Im zweiten Thema (79 Beiträge; ID: 111964) wird über einen Wettbewerb der FM-Autoren untereinander diskutiert. Im dritten (179 Beiträge; ID: 112565) entwickelt das Forum gemeinsam auf Initiative eines einzelnen Mitglieds ein Paket von animierten Modellen, Texturen und Tondateien für Designer mit DromEd.

Beiträge pro Mitglied	1 Beitrag	2-5 Beiträge	6-10 Beiträge	11-20 Beiträge	21-50 Beiträge	50-100 Beiträge	> 100 Beiträge
Mitglieder	50	50	20	24	19	13	7

Tabelle 3b: Anzahl Beiträge pro Mitglied.

Die Mehrheit der 183 Mitglieder, die sich in den drei Monaten des Untersuchungszeitraumes in Form von Beiträgen an der Editor's Guild beteiligten, schrieb nur relativ wenig: einen bis fünf Beiträge (Tabelle 3b). Über Nutzer, die lesend die Diskussion verfolgen und von ihr profitieren, ohne sich zu beteiligen, können hierbei keine Aussagen getroffen werden. Empirische Erkenntnisse (Döring, 2003; Preece, 2006) weisen allerdings darauf hin, dass eine stumme Mehrheit von *Lurkern* (vgl.

Kapitel 3.3) die Majorität einer Online-Community stellt. Demgegenüber kann man, was die Kerngruppe der Editor's Guild betrifft, im Bezug auf ihre Größe von einer ausgesprochen kleinen Gemeinschaft sprechen. 83 Mitglieder gehören dieser Kerngruppe an. Allein sieben Mitglieder schrieben über hundert Beiträge. Zwei davon kommen sogar auf 359 respektive 431 Beiträge. Bemerkenswert ist, dass jeder dieser sieben *Heavy User* bereits mehrere Jahre bei TTLG registriert ist.

Eröffnete Themen	0 Themen	1 Thema	2 Themen	3-5 Themen	6-10 Themen	11-20 Themen	> 20 Themen
Mitglieder	88	42	17	17	13	5	1

Tabelle 3c: Anzahl eröffneter Themen pro Mitglied. (Nur diejenigen 183 Mitglieder, die im Untersuchungszeitraum mindestens einen Beitrag schrieben.)

Was das Eröffnen neuer Themen anbelangt (Tabelle 3c), so ist erkennbar, dass von denjenigen 183 Mitgliedern, die im Untersuchungszeitraum mindestens einen Beitrag schrieben, etwas weniger als die Hälfte überhaupt keine Themen eröffnete. 42 von ihnen eröffneten ein Thema, insgesamt 47 von ihnen 2–20 Themen. Nur sechs Mitglieder haben einen noch größeren Gesprächsbedarf. Hervorstechend ist ein einzelnes Mitglied, das insgesamt 24 Themen initiierte.

5.2 Typologische Analyse

Aufbauend auf der Fragestellung (Abschnitt A) und deren Präzisierung (Kapitel 4.3), der Festlegung von Typisierungsdimensionen und -kriterien (Kapitel 3.4), sowie der quantitativen Erschließung des Datenmaterials (Kapitel 5.1), erfolgte der Materialdurchgang der Typenkonstruktion. Er orientierte sich hierbei – in Abgrenzung zur Konstruktion von Idealtypen – an realen Typen von Mitgliedern und strebte die Identifikation tatsächlicher Fälle als typisch an. Es folgte die Deskription dieser Typen von Mitgliedern. Parallel dazu schloß sich die Rücküberprüfung der Verallgemeinerbarkeit der Typen anhand des quantitativ erschlossenen

Materials und der Fragestellung an. Die Typendeskription musste anhand von Forschungsfrage und Material verifiziert werden, um die Zulässigkeit einer Verallgemeinerung überprüfen zu können.

Zusammenfassend gestaltete sich der konkrete Ablauf der typologischen Analyse wie in Abbildung 8 dargestellt.

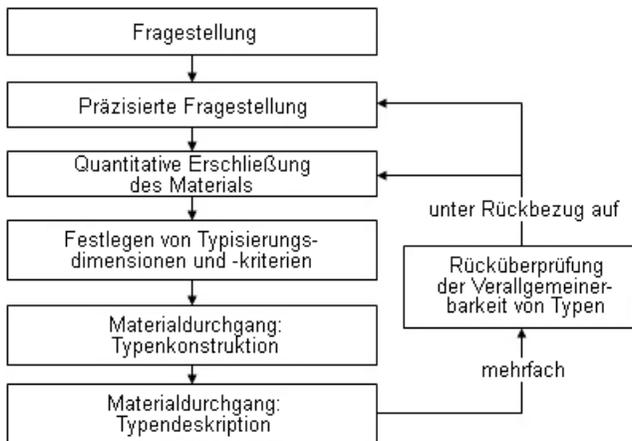


Abbildung 9: Ablauf der typologischen Analyse. (eigene Darstellung)

Der Konstruktion der Typen zugrunde liegt das Konzept der Legitimate Peripheral Participation (Mandl, Gruber & Renkl 1994; Alvarez, 2006; Wenninger, 2007). Es geht davon aus, dass Mitglieder über Partizipation kontinuierlich ihr Involvement (Kapitel 2.3.1) und die Komplexität ihres Engagements steigern, worauf sie auf dem Kontinuum vom Neuling zum Experten in der Community aufsteigen – ähnlich zum Phasenmodell von Kim (Kapitel 3.3). Dieser Prozess ist fundamental sozial orientiert (Mandl et al., 1994, S. 10).

Eine Community ist außerdem, ob nun Erwerb von Wissen oder soziale Interaktion im Vordergrund stehen, ähnlich dem Schalenmodell von Döring (Kapitel 3.3) strukturiert: Partizipanten steigen mit zunehmenden Wissen und sozialer Einbindung auf aus einer Peripherie von Einsteigern und Normalmitgliedern zu den Experten der Kerngruppe. Legitimate

Peripheral Participation erlaubt, sich langsam mit der gemeinsamen Identität, den Zielen, den Normen und Werten der Community vertraut zu machen und sich dann mit den komplexeren Aspekten des Themas der Community zu beschäftigen.

6. Ergebnisse der typologischen Analyse

Generell handelt es sich bei den Mitgliedern der Editor's Guild um informationsorientierte Pragmatiker (vgl. Schorb et al., 2005, S. 211 f.). Sie nehmen das Internet bzw. die Gemeinschaft der Internetnutzer und das verbindende Potenzial des Internets als Wissensspeicher wahr. Die Online-Community auf ttlg.com und das dazugehörige Forum sehen sie als Teil dieses Speichers. Hier suchen und finden sie das gesammelte Wissen anderer Nutzer. In erster Linie suchen sie die Editor's Guild im Speziellen auf, um nach Erfahrungen, praktischen Hinweisen und Lösungsansätzen zu suchen. Die Editor's Guild betrachten sie als Ort, an dem die Beteiligten ihre gemeinsamen Ziele verfolgen, Erfahrungen austauschen, Problemlösungen vermitteln und innovative Konzepte verwirklichen können. Die Teilnehmer bringen dazu ein hohes Maß an Engagement, Know-how und Verantwortung mit.

Die Kommunikation verläuft ausgesprochen zielorientiert ab. In keinem einzigen der analysierten Themen aus dem Untersuchungszeitraum griff ein Moderator in die Diskussion ein. Konflikte traten nur bei zwei Anlässen auf: Im ersten Fall reagierten Teilnehmer eines Wettbewerbs gereizt auf den Kommentar eines weiteren Beteiligten, keiner der anderen Autoren könne das Niveau seiner Fan Mission erreichen, was Qualität der Architektur und Stimmigkeit des Designs betreffe. Er müsse sich nicht einmal anstrengen, um die übrigen Teilnehmer zu schlagen. Dieser Konflikt ist nicht unbedingt negativ zu bewerten, zeugt der Wettbewerb unter den Mitgliedern doch von einer gewissen Dynamik der sozialen Interaktion. Zudem konnte der Konflikt nach weniger als zehn Beiträgen einvernehmlich beigelegt werden.

Der zweite Konflikt ereignete sich im Anschluss an den ersten Beitrag eines Neulings in der Editor's Guild. Ein Veteran unter den Mitgliedern mokierte sich über den verkürzten und seiner Ansicht nach unbeholfenen Sprachstil des Neulings und verweigerte dann die Antwort auf die

Sachfrage. Die übrigen Mitglieder nahmen dies teils mit Belustigung auf, teils kritisierten sie den Veteranen für seine harschen Worte. Diese Unterstützung ermutigte das neue Mitglied, seine Fragestellung zu verbessern, was wiederum dazu führte, dass seine Fragen schließlich doch beantwortet werden konnten. Entscheidend war der freundliche (aber bestimmte) Hinweis auf sprachliche Normen des Forums:

Es sind nicht nur die hohe Bereitschaft zum Wissensaustausch und die Toleranz gegenüber Nicht-Muttersprachlern, was Moderation in den Diskussionen des Untersuchungszeitraums überflüssig macht, es ist das

19.02.2007 (Thread-ID: 112197)

You will find this group quite forgiving of bad English as we are an international community. However we don't much like "leet-speak," so please don't learn your English in Internet chat rooms.

stillschweigende Übereinkommen zwischen der Kerngruppe, den Wert jedes Mitgliedes mitsamt seinen Ideen zu respektieren (vgl. Kapitel 2.3.2). Das erklärt, warum auch hoffnungslose Projekte, mit denen sich ein unerfahrener Designer überfordert, und die höchstwahrscheinlich nicht zu verwirklichen sind, in den meisten Fällen viel Feedback erhalten – selbst wenn sich die etablierten Mitglieder der Editor's Guild nicht viel von dem Einfall versprechen.

Was alle Typen eint, ist die Liebe zu Thief und den Fan Missions. Das Videospiel ist der Bezugspunkt für die gemeinsame Identität der Beteiligten. Bei erfahrenen Mitgliedern kommt die Liebe zu DromEd hinzu.

30.01.2007 (Thread-ID: 111456)

I tried a lot of other games -- usually get bored with them (...) Thief is still the most fascinating and engrossing game I ever played -- mainly because of the fan missions. Every time I step into a fan mission I'm stepping into someone else's world -- their psyche. The huge variety of environments, gameplay, stories, AI-types and sounds make it a game that's hard to put away.

Die Antwort auf erste Forschungsfrage dieser Arbeit (*Was ist die Atmosphäre der sozialen Interaktion in der Editor's Guild, einem Subforum der Online-Community Through The Looking Glass?*) zeichnet sich bereits ab: Bei dem relativ überschaubaren Kreis von Kontribuenten in dem Subforum handelt es sich um eine Gemeinschaft mit klaren gemeinsamen Zielen und einer gemeinsamen Identität über das Videospiel Thief. Die Editor's Guild hat erkennbare Normen und Werte entwickelt. Partizipanten bringen nicht nur hohes Eigeninteresse und Motivation ein, sondern besitzen darüber hinaus Vorstellungen über angestrebte Formen der Kooperation in der Gemeinschaft. Dazu zählen Bereitschaft zum Wissensaustausch, Erwartungen an das sprachlichen Niveau von Beiträgen, sowie das Vorhandensein von kompetenten Gesprächspartnern, die in der Lage sind, bei Problemen weiterzuhelfen oder Ideen mit kreativen Vorschlägen anzureichern.

Die Atmosphäre in der Editor's Guild ist freundlich und von einer Vertrautheit geprägt, die auf die jahrelange Kommunikation in einem kleinen Kreis von Kontribuenten zurückzuführen ist. Negative Tendenzen zeigen sich, wenn das Bewusstsein des elitären Status der Editor's Guild in Zynismus gegenüber unerfahrenen Neulingen umschlägt. Allgemein sind die Mitglieder aber auch in der Kommunikation mit neuen Mitgliedern bemüht und tolerant. Vermutlich liegt dies unter anderem daran, dass es so wenige neue Mitglieder gibt.

6.1 Unerfahrener Neuling

Der Typ „unerfahrener Neuling“ hat mindestens einen der beiden ersten Teile der Thief-Serie gespielt und mit einiger Sicherheit mehrere Fan Missions. Die Level der Amateur-Autoren haben ihn zu einigen – davon ist er überzeugt – bahnbrechenden Ideen inspiriert, die er mit dem Editor DromEd umsetzen möchte. Sein Level soll mindestens genauso professionell werden wie diejenigen aus den Verkaufsversionen der Spiele – wenn nicht noch besser.

Allerdings hat er noch keine klaren Vorstellungen davon, welche Fertigkeiten er sich aneignen muss, bevor er damit beginnen kann, seine Träume umzusetzen. ►Tutorials für DromEd hat er meist noch keine gelesen und wenn, dann hat er bisher nur die grundlegenden Funktionen des Programms erfasst. Oft sind seine Erwartungen deshalb zu hoch und Projekte scheitern, wenn er erkennt, dass seine Fertigkeiten für die Umsetzung nicht ausreichen.

28.03.2007 (Thread-ID: 112981)

I need wepons inspiration

Does anybody have any cool new wepons like glowing crystle swords or flaming swords or mayby a bloody skiked mace I need help I want to do a basic mission seeing as I am new to this drom ED thing. and so far I really Suck at this.

Die übrigen Mitgliedertypen reagieren auf die enthusiastischen, hochfliegenden Ideen des unerfahrenen Neulings meist mit Nachsicht. Es gibt selten frische Interessenten für DromEd. Statt Neulinge zu entmutigen, versucht die überwiegende Mehrheit der Editor's Guild, sie dazu zu animieren, zuerst die grundlegenden Tutorials zu lesen und sich auf einige leichter umzusetzende Ideen zu beschränken. In der Regel akzeptieren sie sprachliche Schwächen oder mangelnde Recherchekompetenzen, wo Tutorials und andere Ressourcen gefunden werden könnten. Gleichwohl zeichnet es den Typ des unerfahrenen Neulings aus, dass er nur geringe Bereitschaft zur Kooperation entwickelt – in selteneren Fällen zur Frustration der eingesessenen Mitglieder.

29.03.2007 (Thread-ID: 112981)

FLAMING SWORDS OLOL!!!

God damn, kid. If you're new to DromEd, you should stick to doing simple things. Save advanced topics like weapon replacement for when/if you get good. Maybe do a mission that's about, gee, stealing things, and not about waving around KEWL L33T WEAPNZ!!!

Solche Zurechtweisungen haben in einigen Fällen den Effekt, dass sich Neulinge ausgeschlossen oder unverstanden fühlen. Daraufhin ziehen sie sich von der Community zurück. Selten nehmen sie ein zweites Mal Kontakt auf.

6.2 Aufstrebender Novize

Was den aufstrebenden Novizen vom unerfahrenen Neuling unterscheidet, ist seine Fähigkeit zur Informationssuche und Recherche. Bevor er Fragen an die Community richtet, hat er sich mit der Bedienung von DromEd vertraut gemacht. Über Tutorials hat er eine Vorstellung davon erworben, dass die Erstellung einer Fan Mission viel Zeit, Energie und Können erfordert. Seine Konzepte sind daher wesentlich realistischer und eher zu verwirklichen als die des unerfahrenen Neulings. Des Weiteren sind seine Fragen deutlich präziser.

29.01.2007 (Thread-ID: 111907)

Hey, do you guys have any tips on starting an fm like it is better to wait until after all the architecture to put in furniture...things like that.

Einerseits liegt dies an seiner schon fortgeschrittenen (aber dennoch immer noch niedrigen) Kompetenz im Fan Mission Design, andererseits an einer gegenüber dem unerfahrenen Neuling höheren Kommunikationskompetenz. Es ist eine bemerkenswerte Erkenntnis

dieser typologischen Analyse, dass in der Editor's Guild sprachliche Fähigkeiten entscheidend für den Aufstieg im Kontinuum vom Neuling zum Experten sind. Von der Online-Community werden Beiträge von aufstrebenden Novizen wegen seiner Fähigkeit zur Informationssuche und zur Kommunikation wohlwollend aufgenommen.

02.07.2007 (Thread-ID: 111907)

Nice to see new blood taking an interest and keeping this old game well and truley alive...praise the builder.

Dem aufstrebenden Novizen fehlt noch die Fähigkeit, von anderen Mitgliedern vermitteltes Wissen kritisch zu bewerten. Ob seine Bestrebungen erfolgreich sind und er seine erste eigene Fan Mission veröffentlicht wird, hängt wesentlich vom Input der erfahreneren Designer ab. Seine Entschlossenheit mag noch so groß sein, wegen der begrenzten Dokumentation von DromEd und den vielen Programmfehlern des Interface ist er auf Ratschläge angewiesen.

Nicht zuletzt wird DromEd wegen dieser Unausgereiftheit von den Mitgliedern „our buggy little friend“ genannt: unser kleiner, fehlerbehafteter Freund.

Die Bereitschaft zum Wissensaustausch und zur Kooperation ist beim Typ des aufstrebenden Novizen recht hoch. Sie wird durch die positiven Reaktionen der Community befördert. Auf der Gegenseite ist die soziale Einbindung nicht besonders ausgeprägt. Weil ihm andere Mitglieder noch fremd sind, gibt er selten sozio-emotionale Unterstützung. Ebenso reagiert er empfindlich auf Widerspruch. Ihm fehlt in der sozialen Interaktion Vertrauen und Sicherheit.

6.3 Etablierter Praktiker

Die Mitgliedschaft des etablierten Praktikers in der Editor's Guild währt

bereits einige Zeit. Er ist seitdem zu einem regelmäßigen Kommunikationspartner geworden, hat seine Kompetenz im Umgang mit DromEd erheblich steigern können und eine oder mehrere Fan Missions veröffentlicht. Es war ein hartes Stück Arbeit, bis er so weit gekommen ist. Der etablierte Praktiker ist damit auch bereits dazu befähigt, Ideen und Konzepte von anderen Mitgliedern kritisch zu bewerten. Diese neu gewonnenen Kompetenzen erlebt er als positiv. Seine Zufriedenheit kommuniziert er in der Editor's Guild.

Der etablierte Praktiker steht nach wie vor in regem Austausch mit der

01.02.2007 (Thread-ID: 111964)

I know exactly what I'm doing and what I still need, it's just a matter of finally

01.02.2007 (Thread-ID: 111964)

so thats all of february, march and april to build, and i've already built 27 objects for my mission. this is fun.

Online-Community. Sein Wissen ist bei Weitem nicht allumfassend, andere Mitglieder sind erfahrener als er. Trotzdem fühlt er sich kompetent genug, um Neulingen Ratschläge und Tipps geben. Außerdem profitiert die Editor's Guild von den Erfahrungen und den Problemen des etablierten Praktikers. Denn noch kommt es regelmäßig vor, dass er sich mit Aufgaben übernimmt oder zu Beginn eines Projekts fehlerhafte Planungen vornimmt, die später fatale Auswirkungen haben. So berichtet ein Mitglied davon, dass es eines Tages beschloss, regelmäßige Sicherheitskopien aufzugeben, um schneller Arbeiten zu können. Ein Programmfehler sorgte schließlich dafür, dass die aktuelle Arbeitsversion unbrauchbar wurde, und ohne Sicherheitskopien bestand keine Möglichkeit, zu einer früheren Version zurückzukehren, um den kleinen aber folgenschweren Fehler auszubessern. Dies bedeutete den Verlust wochenlanger Arbeit.

Ein anderes Mitglied erzählt von den Schwierigkeiten, sich bei eigenen Projekten zu begrenzen. Oft können Projekte durch ihre auswuchernde

Größe nicht ordentlich getestet werden. Ein typischer Fehler, der aus nicht ausreichenden Erfahrungen mit Planung und Konzeption resultiert.

17.03.2007 (Thread-ID: 111964)

Mine's got a bit carried away. I've been feverishly going at it like mad and now have a level a bit smaller than the Lost City. I just hope I can get all the technical gubbins done on time...

6.4 Erfahrener Experte

Die höchste individuelle Kompetenz im Bezug auf das Thema der Community weisen die erfahrenen Experten auf. Es handelt sich im konkreten Fall der Editor's Guild um eine Gruppe von geschätzt 20 Personen. Sie zeichnen sich aus durch die hohe Befähigung zum kritischen Bewerten des Wissens und der Vorschläge von Neulingen, aufstrebenden Novizen und etablierten Praktikern. Sie recherchieren äußerst effizient Informationen aus früheren Forenbeiträgen und aus externen Datenquellen. Sie strahlen in der Kommunikation Sicherheit aus und verwenden häufig technikspezifische Termini. Für Außenstehende sind ihre Beiträge zu Sachthemen – und um solche handelt es sich in der Editor's Guild hauptsächlich – kaum noch nachzuvollziehen.

03.01.2007 (Thread-ID: 111062)

When I resize doors, they don't hinge at their edge anymore. I searched for this problem, and tried changing COG offset, but that just crashes dromed when I process the mission or try to open the door in-game.

I added scale factors of 1.5 in x, y, and z to a 4x8 door, and changed cog offset from 2 to 3. The hinge is half the door's width from the center, and the resized door is 6x12, right?

Glücklicherweise sind erfahrene Experten in hohem Maße dazu bereit, anderen Benutzer mit Verständnis für deren Probleme entgegenzukommen und sie mit ihrem reichlich vorhanden

(Erfahrungs-)Wissen zu unterstützen.

Bis eine Fan Mission veröffentlicht werden kann, dauert es Wochen, Monate, bei besonders anspruchsvollen Projekten sogar Jahre. Eine aktuelle Mission namens „Lord Alan's Factory“ (Andrea Aleotti, 2007) befand sich zweieinhalb Jahre in Entwicklung. Der Autor gibt an, er habe 1200 Stunden seiner Freizeit in das Projekt investiert. Vor diesem Hintergrund ist es kaum verwunderlich, dass einige der erfahrenen Experten dazu übergegangen sind, ihr Zeitbudget für DromEd und die Welt von Thief zu beschränken. Sie veröffentlichen eher weniger Fan Missions und geben stattdessen mehr Einsteigern Hilfestellungen. Andere haben die Beteiligung an den regelmäßigen Wettbewerben aufgegeben.

02.02.2007 (Thread-ID: 111964)

will be happy to help anyone who needs technical advice or assistance. Feel free to email me (preferred to PM) with questions.

16.03.2007 (Thread-ID: 111964)

I'm through with contests. There's enough stress in my life without having to meet a deadline for my hobby!

6.5 Inaktiver Veteran

Die Tendenz, sich nach und nach von den arbeitsintensiven Arbeiten an Fan Missions zurückzuziehen, führt zu dem letzten Mitgliedertyp, dem inaktiven Veteranen. DromEd ist ein äußerst anspruchsvolles Hobby, das den Beteiligten viel Freude bereitet, mit Kompetenzerfahrung und Anerkennung verbunden ist, gleichzeitig aber einen großen Teil des Lebens der Autoren einnimmt.

04.02.2007 (Thread-ID: 112262)

I think that most of us tend to forget that there is a real world out there and people just don't have 24 hours a day to dromed.

Neben veränderten Prioritäten darüber, wie sie ihre Freizeit verbringen möchten, spielen veränderte Lebensbedingungen eine Rolle, wenn erfahrene Experten zu inaktiven Veteranen werden. So erzählt ein langjähriges Mitglied von seiner Heirat und den Forderungen seiner jüngst angetrauten Ehefrau, er müsse sich zwischen ihr und DromEd entscheiden. Einem anderen Mitglied ermöglichten seine Fähigkeiten mit DromEd den Einstieg in ein Studium der Architektur. Der Wechsel auf die professionelle Ebene bedeutete jedoch, dass fortan nicht genug Zeit für

17.02.2007 (Thread-ID: 112262)

Yes, designing "real" architecture has its perks over dromed. No brush limits, palette limits, pathfinding or roombrushing errors. But you've got things like fire stairs, handicap access ramps, and hvac systems to worry about. I'd rather deal with a hundred of dromed's 'can't divide by zero' insanities than calculate another R value for a wall. (...) I miss mission design.

das geliebte Hobby blieb.

Inaktive Veteranen sind an Fan Missions nicht mehr beteiligt und melden sich nur noch sporadisch. Der Verlust ihrer gesammelten Erfahrungen und ihres Wissens ist fatal. Das Verschwinden der Experten bewirkt das weitere Schrumpfen der Kerngruppe. Es besteht die Gefahr, dass in naher Zukunft (a) nicht mehr genügend Fan Missions produziert werden, um neue Interessenten an die Community zu binden und (b) keine kritische Masse von Mitgliedern mehr erreicht wird, die über mindestens fortgeschrittene Fähigkeiten und Fertigkeiten im Umgang mit DromEd verfügen, um Neulinge in die Materie einführen können. Zwar kehrten im Untersuchungszeitraum mehrere inaktive Veteranen in die Gemeinschaft zurück, dies kehrt den Trend aber nicht um.

01.02.2007 (Thread-ID: 111964)

Since I've been away from DromEd for some time now, could I get some help on what taffers are using for resources these days? The last mission I built used DromEd Deluxe (1?). I'm sure a lot has been created since then. Any new patches/scripts that are pretty standard these days?

6.6 Vollständige Typologie

Typisierungsdimension	Typisierungskriterium	Unerfahrener Neuling	Aufstreben der Novize	Etablierter Praktiker	Erfahrener Experte	Inaktiver Veteran
Fähigkeiten und Fertigkeiten	Individuelle Kompetenz (Thema der Community)	niedrig	niedrig	fortgeschritten	hoch	hoch
	Kritisches Bewerten von Informationen und Wissen	nicht befähigt	nicht befähigt	begrenzt befähigt	befähigt	befähigt
	Informationssuche / Recherchekompetenz	nicht befähigt	befähigt	befähigt	befähigt	befähigt
	Kommunikations- / Sprachkompetenz	unsicher	sicher	sicher	sicher	sicher
Bereitschaften	Wissensaustausch / Kooperation	niedrig	fortgeschritten	hoch	hoch	niedrig
	Sozio-emotionale Unterstützung	niedrig	niedrig	hoch	hoch	niedrig
	Toleranz gegenüber Widersprüchen	niedrig	niedrig	hoch	hoch	hoch

Tabelle 4: Vollständige Typologie. (In Anlehnung an Reinmann-Rothmeier & Mandl (1998) und Schorb, Kaelcke & von Holten (2005).)

6.7 Modell für die Analyse kollektiver Aktivitäten im Netz

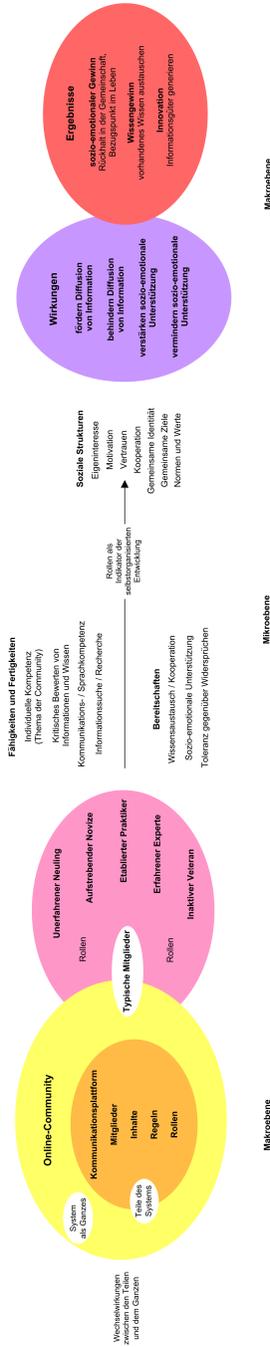
Die folgende Grafik fasst die Erkenntnisse aus den vorangegangenen Kapiteln und die Ergebnisse der typologischen Analyse zusammen. Es liefert damit ein theoretisch fundiertes Modell für die Analyse internetbasierter kollektiver Nutzeraktivitäten, das mit der Untersuchung angestrebt wurde.

Es zeigt auf der linken Seite die Betrachtung des Systems von der Makroebene der Online-Community als Ganzes aus. In dem System enthalten sind dessen Teile: Kommunikationsplattform, Mitglieder, Inhalte, Regeln und Rollen. Wechselwirkungen zwischen Teilen und Ganzem bilden Strukturen aus.

Dann wechselt die Betrachtungsweise auf die Mikroebene. Die typischen Mitglieder der Online-Community sind anhand ihrer Rolle aufgeführt als unerfahrener Neuling, aufstrebender Novize, etablierter Praktiker, erfahrener Experte und inaktiver Veteran. Jeder dieser Typen von Mitgliedern verfügt über individuell unterschiedliche Fähigkeiten und Fertigkeiten. Durch ihre Partizipation haben sie Möglichkeiten, ihre individuelle Kompetenz im Bezug auf das Thema der Community, ihre Sachkenntnis zum kritischen Bewerten von Informationen und Wissen, ihre Kommunikations- bzw. Sprachkompetenz und ihr Vermögen zur Informationssuche bzw. Recherche zu verbessern.

Ihre Bereitschaft zum Wissensaustausch und zur Kooperation steigt mit zunehmender Sachkenntnis. Mit wachsender Einbindung in die Community sind sie außerdem eher dazu bereit, selbst sozio-emotionale Unterstützung zu geben, sollten andere Mitglieder ihrerseits über Probleme und Unsicherheiten berichten. Ähnliches gilt für die Bereitschaft zum Tolerieren von Widersprüchen in Beiträgen von anderen Mitgliedern. So bleibt der Diskurs eher an Sachfragen orientiert und ufer nicht zu Konflikten aus.

Ergebnisse der typologischen Analyse



Die in dem Modell aufgeführten Rollen, die Mitglieder in der Online-Community einnehmen können, stellen einen Ansatzpunkt für weitere Differenzierungen in ähnlichen Online-Communities dar. Festzuhalten ist in jedem Fall, dass die Herausbildung von Rollen ein Indikator ist für selbstorganisierte Entwicklung einer echten Gemeinschaft mit eigenen sozialen Strukturen: Eigeninteresse und Motivation, Vertrauen und Kooperation, gemeinsame Ziele und Identität, Normen und Werte.

Rollen und soziale Strukturen haben Wirkungen auf die Diffusion von Information, die sie fördern oder behindern, sowie auf das Ausmaß sozio-emotionaler Unterstützung, die sie verstärken oder vermindern. In letzter Konsequenz haben sie damit Auswirkungen auf die Ergebnisse kollektiver Aktivitäten im Netz auf der Makroebene: sozio-emotionalen Gewinn der Mitglieder, ihren Wissensgewinn oder die Innovation von Informationsgütern.

6.8 Empfehlungen für die Praxis

Aus der Mitgliedertypologie und dem Modell für die Analyse kollektiver Aktivitäten im Netz lassen sich folgende Empfehlungen für die praktische Community-Realität verallgemeinern:

- *Administratoren müssen ihre Mitgliederbasis kennen.* Das Sich-Bewusst-Sein der besonderen Rollen, die Mitglieder einnehmen, ist für die Verwaltung und Moderation eminent wichtig, weil Rollen starke positive oder negative Effekte auf die Online-Community im Ganzen haben können. Wenn Administratoren die Entwicklung ihrer Mitgliederbasis kultivieren möchten, müssen sie ihre Energien auf diejenigen Mitglieder bzw. Mitgliedertypen konzentrieren, die positive Werte verkörpern. Anstatt sich mit negativen Einflüssen auseinander zu setzen, sollten sie die Position derjenigen Mitgliedertypen stärken, die die Diffusion von

Information fördern und andere Mitglieder zu unterstützen bereit sind. Da sich Soziodynamik selbstorganisiert entwickelt, können sie nur für fruchtbare Ausgangsvoraussetzungen sorgen oder sich darum bemühen, der Entwicklung eine neue Richtung zu geben.

- *Administratoren müssen ein Bild von der Zukunft ihrer Community haben.* Notwendig sind klare Vorstellungen von den angestrebten gemeinsamen Zielen der Community. Administratoren müssen ferner eine Balance halten zwischen einer kritischen Masse von Veteranen und neuen Mitgliedern. Sollen sich auf der Kommunikationsplattform künftig viele unerfahrene Neulinge tummeln oder sollen die bestehenden Experten gebunden werden, damit sich der inhaltliche Fokus nicht in Richtung der Interessen der Neulinge verschiebt? Gelingt es nicht, Balance zu halten, besteht die Gefahr, dass Interessenten die Plattform wieder verlassen, weil nicht genügend kompetente Interaktionspartner vorhanden sind.

Ebenfalls von Bedeutung ist das Spannungsfeld zwischen zu schnellem Wachstum und Stagnation. Wächst die Community zu schnell, wird die gemeinsame Identität fragmentiert (vgl. Kapitel 3.1), mit Folgen für die Interaktionen der Mitglieder untereinander. Stagnation dagegen führt zu einem Mangel an frischen Ideen und Innovation. Gerade für kollektive Aktivitäten, bei denen die Interessen einer Menge von Nutzern gebündelt werden, ist es notwendig, ein Mindestmaß an Innovation zu erzeugen. Es hat sich gezeigt, dass einmal enttäuschte Nutzer die Dienste einer Plattform in der Regel nicht wieder in Anspruch nehmen (Lohse, 2002, S. 106). Da mit dem Engagement in einer Community Investitionen der Mitglieder verbunden sind, muss ein entsprechender Nutzen der gemeinsamen Aktivitäten gewährleistet sein.

- *Zielgruppenorientierung.* Wenn Administratoren eine falsche Zielgruppe ansprechen, kann dies die Soziodynamik der Community negativ beeinflussen. Werden beispielsweise in einem bestimmten Themenforum hauptsächlich unerfahrene Neulinge angesprochen, die dann die meisten Themen innerhalb der Community okkupieren, kann deren Attraktivität für die etablierten Praktiker und erfahrenen Experten bedeutend sinken, so dass die Qualität der Beiträge nachlässt. Wenn möglich, sollten Community-Betreiber die gemeinsamen Ziele deutlich kommunizieren. Zu ihren Aufgaben gehört deshalb auch, Beiträge ohne Relevanz für die gemeinsamen Ziele und die Interessen der Kerngruppen auszufiltern. Dabei darf allerdings nicht innovatives Potential ausgefiltert werden, schließlich sind Ziele veränderbar.
- *Kooperation folgt aus Vertrauen.* Menschen können in Online-Communities überraschend offen miteinander kommunizieren. Der Nachteil von Anonymität und Pseudonymen ist allerdings, dass diese Offenheit schnell in verletzende oder aggressive Kommentare umschlagen kann. Wer befürchten muss, vom anderen mit seinen Ideen nicht akzeptiert und beleidigt zu werden, wird kaum zur Kooperation bereit sein. Es ist deshalb erforderlich, Mitglieder dazu zu ermutigen, die Gefühle, das Wissen und die Ideen anderer anzuerkennen, Unterstützung zu geben, wo sie gebraucht wird, und positive soziale Beziehungen zu stärken.
- *Gemeinschaft fußt auf sozialen Beziehungen.* Online-Communities erfordern mehr als eine Kommunikationsplattform und eine kritische Masse von Gesprächspartnern. Nicht nur Kommunikation von Wissen und Erfahrungen, sondern auch soziale Beziehungen und Emotionen stiften eine gemeinsame Identität. Das Potential dieser sozialen Beziehungen liegt darin, dass emotionale

Gebundenheit und persönliche Verbundenheit die Bereitschaft fördern, Wissen auszutauschen und Lösungen für Probleme auf dem Weg zu gemeinsamen Zielen zu finden.

7. Diskussion und Ausblick

Zum Abschluss der Betrachtung sollen nun noch einmal die Befunde der typologischen Analyse im Bezug auf die Forschungsfragen diskutiert werden.

1. *Was ist die Atmosphäre der sozialen Interaktion in der Editor's Guild, einem Subforum der Online-Community Through The Looking Glass?*

Wesentliche Determinanten der Atmosphäre in der Editor's Guild sind (a) der kleine Kreis von Kontribuenten und (b) die gemeinsame Basis der langjährigen Mitglieder von Identität, Zielen, Normen und Werten. Die sozialen Strukturen ermöglichen Vertrauen und Kooperation. Dazu bringen die Mitglieder viel Eigeninteresse und eine hohe Motivation mit. Moderation wird praktisch nicht benötigt, da Konflikte nur selten auftreten. Respekt der Mitglieder für die Person und die Ideen des jeweils Anderen verhindern dies. Auch neuen Mitgliedern wird dieser Respekt entgegengebracht. Negative Tendenzen zeigten sich lediglich in einem Fall, als sich ein unerfahrener Neuling in der Editor's Guild mit zynischen Kommentaren konfrontiert sah (vgl. Kapitel 6).

2. *Welche Bedeutung haben Typen von Mitgliedern in der Editor's Guild für den dauerhaften Austausch von Wissensprodukten und den Erfolg sozio-emotionaler Interaktion? Wie sieht die Zukunft der Editor's Guild aus?*

Die Kapitel 6.1 bis 6.6 beschreiben den Einfluss von Mitgliedertypen, die nach dem Modell der Legitimate Periphral Participation über mehr und mehr Kompetenzen verfügen. Die Zukunft der Editor's Guild ist jedoch ungewiss (vgl. Kapitel 6.5). Deutlich zeichnet sich die Tendenz ab, dass sich erfahrene Mitglieder aus der aktiven Beteiligung zurückziehen und

demnach nicht mehr genügend kompetente Gesprächspartner vorhanden sind, um unerfahrene Neulinge oder aufstrebende Novizen anzuleiten und zu fördern.

Die Verallgemeinerbarkeit und die Repräsentanz⁵ der Befunde aus der Analyse könnte verifizieren werden, indem man die Editor's Guild Stellung zu den Ergebnissen nehmen lässt. Für quantifizierbare Erkenntnisse über die tatsächlichen Wirkungen der in dieser Arbeit ermittelten Typen von Mitgliedern auf den Diskurs eignet sich Interaktionsanalyse nach Bales⁶. Das Kodieren von Forenbeiträgen – selbst aus einem vergleichsweise kurzen Zeitraum von drei Monaten (1. Januar bis 31. März 2007) – ist aufwändig. Trotzdem wäre es nun weiterführend aufschlussreich, die Beiträge vom Beginn des Datenmaterials (Mai 2001) an zu analysieren, um Veränderungen der Mitgliederbasis über die Zeit betrachten zu können. Außerdem gibt es ein weiteres Subforum namens „Thief Fan Missions“, in dem sich auch Mitglieder versammeln, die Fan Missions nur spielen, aber keine eigenen erstellen. Es wäre interessant zu sehen, unter welchen Fällen diese Mitglieder den Sprung in die Editor's Guild wagen. Gerade vor dem Hintergrund des Verschwindens der erfahrenen Experten und etablierten Praktiker ist die Editor's Guild auf neue Designer angewiesen.

3. Welche Handlungsempfehlungen lassen sich für die Verwaltung von Online-Communities verallgemeinern?

Kapitel 6.7 liefert ein Modell für die Analyse kollektiver Aktivitäten im Netz. Aus diesem wird ersichtlich, dass soziale Strukturen der

5 Im Unterschied zur Repräsentativität (Eigenschaft von Zufallsstichproben, die der Struktur der Gesamtheit im statistischen Sinne entspricht) kommt es bei der Repräsentanz darauf an, dass typische Fälle erfasst werden.

6 Bales, R. F. (1967). *Die Interaktionsanalyse: Ein Beobachtungsverfahren zur Untersuchung kleiner Gruppen*. In R. König (Hrsg.), *Beobachtung und Experiment in der Sozialforschung*. (5. Ausgabe). (S. 148–167). Köln, Berlin: Kiepenheuer & Witsch.

Mitgliederbasis sowie Fertigkeiten und Fähigkeiten und Bereitschaften der Mitglieder Wirkungen auf die Ergebnisse der Online-Community haben. Als verallgemeinerbare Handlungsempfehlungen ergeben sich wie in Kapitel 6.8 beschrieben: Kenntnis der Mitgliederbasis, Bewusstsein über angestrebte Zukunft, Zielgruppenorientierung, Förderung von Vertrauen als Basis von Kooperation und Pflege sozialer Beziehungen als Grundlage von Gemeinschaft.

Menschlichen Lebenswelten können allerdings über Modelle und theoretische Handlungsempfehlungen nicht abschließend beschrieben werden. Sie sind immer komplexer, dynamischer und unvorhersehbarer in ihrer Entwicklung als in einer Theorie erfasst werden kann (Barrett, 2006, S. 75). Dies liegt an der Verschiedenheit der Menschen. Genauso haben Rollen oder Kategorien, wenn sie für die Beschreibung einer Gemeinschaft eingeführt werden, den Effekt, ein dynamisches soziales System sprachlich in einen Bereich der Stasis zu rücken.

Gerade deshalb wurde in dieser Arbeit der Aspekt der Selbstorganisation von Communities betont und die Mitgliedertypen im Modell für die Analyse kollektiver Aktivitäten im Netz bewusst auf relativ weit gefasste Typen beschränkt. Es ist davon auszugehen, dass andere Online-Communities abweichende Mitgliederrollen entwickeln. Weitergehende Forschungsansätze ergeben sich aus der Analyse von virtuellen Gemeinschaften, in denen Wissensgewinn und Innovation gegenüber Prozessen der Sozialisation und der sozio-emotionalen Unterstützung eher untergeordnete Bedeutung haben.

„The beauty of the Internet is that it connects people. The value is in the other people“ stellt Lanier (2006) fest. Menschen schließen sich Online-Communities aus vielerlei Gründen an: um neue Freundschaften zu schließen, um über ein für sie interessantes Thema zu diskutieren, um

Informationen zu erhalten und ihr Wissen zu teilen, um Hilfe für ein Problem zu erhalten, um neue Informationsgüter zu generieren (Preece, 2006, S. 34). Zu den angestrebten Rahmenbedingungen des Diskurses muss es deshalb gehören, dass Teilnehmer Rollen einnehmen, in denen sie ihre eigenen Beiträge anbringen können. Einzelne dominante Teilnehmer dürfen den Wissensaustausch nicht für sich vereinnahmen. Wer über Informationen verfügt und nicht bereit ist, den Lernprozess zuzulassen, verhindert auf lange Sicht den Fortbestand der Gruppe, weil Novizen nicht mehr zu Experten aufsteigen können. Wenn sie dagegen mit anderen im Gespräch sind, werden sie durch Fragen, die sie sich untereinander stellen könnten, sich und der Gemeinschaft eine vertiefte Reflexion ermöglichen. Durch gemeinsames Lernen baut jeder ähnliches Wissen auf, durch gemeinsames Problemlösen entwickeln sich verschiedene Expertisen. Hier bildet die Editor's Guild einen „funktionierenden“ Diskurs ab.

Das Beispiel der Editor's Guild zeigt noch ein weiteres Potential von Online-Communities, das abschließend erwähnt werden soll: Autoren produzieren künstlerische Werke, die ohne die Beteiligung der Gemeinschaft selten verwirklicht werden könnten. Gleichzeitig sind die Autoren Konsumenten der Fan Missions, die sie mit Feedback im Forum unterstützt haben. Sie haben ein Interesse daran, anderen Mitgliedern zum Erfolg zu verhelfen, da sie von einer unterhaltsamen und künstlerisch anregenden Fan Mission selbst profitieren. In diesem Sinne sind die Mitglieder der Editor's Guild *Prosumenten*.

Der von Toffler (1980) geprägte Begriff setzt sich zusammen aus den Wörtern *Produzent* und *Konsument*. Er geht davon aus, dass Produzent und Konsument im Zuge der industriellen Revolution getrennt wurden, sieht aber eine mögliche Zukunft voraus, in der die beiden Funktionen wieder vereint werden. In den Online-Communities wird der Konsument,

wie das Beispiel der Editor's Guild zeigt, zum Co-Designer der Produkte. Er ist nicht mehr nur Käufer, der Informationsgüter benutzt, sondern hat über das Internet die Möglichkeit, zu ihrer Fortentwicklung und Verbesserung beizutragen. Diese Formen der prosumptischen Kooperation mögen heute zwar noch nur in einem kleinen Teil der Internetgemeinde vorherrschen, doch symbolisieren zunächst marginale Veränderungen des menschlichen Alltags mitunter gewaltige historische Umbrüche (Toffler, 1980, S. 272). Da Information die Möglichkeiten eines Individuums erweitert, seine Lebenswelt zu beeinflussen, ist es wahrscheinlich, dass kollektive, netzbasierte Aktivitäten um Informationsgüter in Zukunft zu einer neuen Treibkraft gesellschaftlicher Veränderungen reifen.

D. Literaturverzeichnis

Alvarez, H. L. (2006). *Distributed collaborative learning communities enabled by information communication technology*. Ph.D. Series Research in Management, 80. (Dissertation). Erasmus Research Institute of Management, RSM Erasmus University; Erasmus Research Inst. of Management (ERIM). Rotterdam.

Barrett, A. M. (2006). *Organizational learning and communities of practice in a high-tech manufacturing firm*. Lampeter: The Edwin Mellen Press.

Dittler, U., Kindt, M., & Schwarz, C. (2007). *Online-Gemeinschaften als soziale Systeme: Erneuerung und Bedrohung institutioneller Bildung*. In U. Dittler, M. Kindt, & C. Schwarz (Eds.), *Medien in der Wissenschaft: Vol. 40. Online-Communities als soziale Systeme. Wikis, Weblogs und Social Software im E-Learning* (S. 7-15). Münster: Waxmann.

Döring, N. (2003). *Sozialpsychologie des Internet: Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen* (2. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Göttingen: Hogrefe.

Flick, U. (2005). *Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung*. (3. vollständig überarbeitete und erweiterte Neuauflage). Rowohlt's Enzyklopädie, 55654. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt; Rowohlt-Taschenbuch-Verlag

Hough, M., & Paine, J. (1997). *Creating Quality Learning Communities*. South Melbourne: MacMillan Education Australia PTY.

Kim, A. J. (2001). *Community Building: Strategien für den Aufbau erfolgreicher Web-Communities*. Bonn: Galileo Press.

Kneer, G. & Nassehi, A. (1994): *Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme. Eine Einführung*. 2. Auflage. München: Wilhelm Fink.

Koch, J. H. (2003). *Unterstützung der Formierung und Analyse von virtuellen Communities*. Europäische Hochschulschriften – Reihe XLI – Informatik, 39. Frankfurt/Main: P. Lang.

Kyanka, R. (2005, 8. Oktober). *Enabling the Online Community Through Vertical PSOTs and Automated Adverse Content Delivery Systems*. Vortrag anlässlich der 11th annual student computing conference, University of Illinois.

Lamnek, S. (1995). *Qualitative Sozialforschung. Methoden und Techniken*. Band 2. (3. korrigierte Auflage). Weinheim: Beltz, Psychologie Verlags Union.

Lanier, J. (2006). *Digital Maoism: The Hazards of the New Online Collectivism*. Online verfügbar unter: <http://www.edge.org/documents/archive/edge183.html>. Zuletzt geprüft am 11.09.2007.

Lohse, C. (2002). *Online Communities: Ökonomik und Gestaltungsaspekte für Geschäftsmodelle*. (Dissertation). Technische Universität. München.

Mandl, H., Gruber, H., & Renkl, A. (1994). *Communities of practice towards expertise: The role of social interaction in learning*. (Research report No. 28). München: Ludwig-Maximilians-Universität, Institut für Pädagogische Psychologie und Empirische Pädagogik.

Mayring, P. (2002). *Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken*. (5. Auflage). Weinheim und Basel: Beltz.

Moursund, J. (1997): *SANCTUARY: Social support on the Internet*. In Behar, J. (Ed.), *Mapping cyberspace* (S. 53–78). Oakdale: Dowling College Press

Ohne Namensangabe (o. J.). *Through The Looking Glass*. Online verfügbar unter <http://www.ttlg.com>. Zuletzt geprüft am 20.06.2007.

Ohne Namensangabe (o. J.). *Liste veröffentlichter Fan Missions*. Online verfügbar unter <http://www.thiefmissions.com>. Zuletzt geprüft am 06.09.2007.

Palloff, R. M., & Pratt, K. (1999). *Building Learning Communities in Cyberspace: Effective Strategies for the Online Classroom*. San Francisco: Jossey-Bass.

Preece, J. (2006). *Online Communities: Designing Usability, Supporting Sociability* (Reprinted). Chichester: John Wiley & Sons; Wiley.

Reinmann-Rothmeier, G. (2000). *Communities und Wissensmanagement: Wenn hohe Erwartungen und wenig Wissen zusammentreffen* (Forschungsberichte No. 129). München: Ludwig-Maximilians-Universität, Lehrstuhl für Empirische Pädagogik und Pädagogische Psychologie.

Reinmann-Rothmeier, G., & Mandl, H. (1998). *Wissensmanagement: Eine Delphi-Studie* (Forschungsberichte No. 90). München: Ludwig-Maximilians-Universität, Lehrstuhl für Empirische Pädagogik und Pädagogische Psychologie.

Reinmann-Rothmeier, G., & Mandl, H. (1999). *Die Entwicklung von Learning Communities im Unternehmensbereich am Beispiel eines Pilotprojekts zum Wissensmanagement* (Forschungsberichte No. 110). München: Ludwig-Maximilians-Universität, Lehrstuhl für Empirische Pädagogik und Pädagogische Psychologie.

Renninger, K. A. & Shumar, W. (2002). *Community Building with and for Teachers at the Math Forum*. In: Renninger, K.A. & Shumar, W. (Eds.), *Building Virtual Communities. Learning and Chance in Cyberspace* (S. 60–95). Cambridge: Cambridge University Press.

Rheingold, H. (1998). *The Art of Hosting Good Conversations Online*.
Online verfügbar unter:
<http://www.rheingold.com/texts/artonlinehost.html>. Zuletzt geprüft am 18.08.2007.

Schorb, B., Kaelcke, A.-K., & Holten, S. von. (2005). *Kompetenzentwicklung durch Internetkommunikation: wie Weiterbildner ihre fachliche Kompetenz mit Mailinglisten, Foren und Chats erweitern*. In: Arbeitsgemeinschaft Betriebliche Weiterbildungsforschung e.V./Projekt Qualifikations-Entwicklungs-Management (Hsg.), *Schriften zur beruflichen Weiterbildung: Vol. 92. E-Lernen: Hybride Lernformen, Online-Communities, Spiele. QUEM-report* (S. 187–239). Berlin.

Seufert, S. (2004). *Virtuelle Lerngemeinschaften: Konzepte und Potenziale für die Aus- und Weiterbildung*. In G. Zinke, & A. Fogolin (Eds.), *Online Communities – Chancen für informelles Lernen in der Arbeit* (S. 28–38). Bonn: Bundesinstitut für Berufsbildung.

Seufert, S., Moisseeva, M., & Steinbeck, R. (2002). *Virtuelle Communities gestalten*.
Online verfügbar unter:
<http://www.scil.ch/seufert/docs/virtuelle-communities.pdf>.
Zuletzt geprüft am 04.09.2007.

Thilloßen, A. (2007). *Schreiben und Lesen in (fachlichen) Mailinglisten – Sozialisation für eine neue akademische Kultur?* In U. Dittler, M. Kindt, & C. Schwarz (Eds.), *Medien in der Wissenschaft: Vol. 40. Online-Communities als soziale Systeme. Wikis, Weblogs und Social Software im E-Learning* (S. 165–180). Münster: Waxmann.

Toffler, A. (1980). *Die Zukunftschance. Von der Industriegesellschaft zu einer humaneren Zivilisation*. München: C. Bertelsmann.

Tu, C.-H. (2004). *Online Collaborative Learning Communities: Twenty-One Designs to Building an Online-Collaborative Learning Community*. Westport: Libraries Unlimited.

Wenninger, B. (2007). *Die Professional Community als sozio-virtuelles System: ein Ausbildungskonzept für Lehrerinnen und Lehrer*. In U. Dittler, M. Kindt, & C. Schwarz (Eds.), *Medien in der Wissenschaft: Vol. 40. Online-Communities als soziale Systeme. Wikis, Weblogs und Social Software im E-Learning* (S. 147-163). Münster: Waxmann.

White, N. (2001). *Community member roles and types*. Online verfügbar unter: <http://www.fullcirc.com/community/memberroles.htm>. Zuletzt geprüft am 04.09.2007.

Williams, R. B. (2006). *36 Tools for Building Spirit in Learning Communities*. Thousand Oaks: Corwin Press.

Winkler, K., Reinmann-Rothmeier, G., & Mandl, H. (2000). *Learning Communities und Wissensmanagement: Beschreibung einer firmenübergreifenden Learning Community am Beispiel einer Wissensmanagement-Fallstudie* (Forschungsberichte No. 126). München: Ludwig-Maximilians-Universität.

E. Glossar

DromEd: Der Editor, mit dem ►Fan Missions für die Videospiele „Thief: The Dark Project“ und „Thief 2: The Metal Age“ erstellt werden können. Der Hersteller, Looking Glass Studios, erteilte freien Autoren die Erlaubnis, Objekte und Prozeduren aus den Spielen zu manipulieren und ihre Kreationen weiterzuverbreiten, solange sie damit kein Geld verdienen. DromEd ermöglicht die Erstellung von kompletten Spielwelten mit Gebäuden und Bewohnern.

Fan Art: Selbst erstellte Grafiken von Fans, die Figuren oder Plotelemente einer Vorlage aus der Popkultur aufgreifen.

Fan Fiction: Erzählungen und Gedichte, die die Figuren und Plotelemente einer Vorlage aus der Popkultur aufgreifen. Fans spinnen die Geschichte ihrer Lieblingsfiguren weiter, wobei auch Überschneidungen zwischen mehreren Vorlagen (etwa Star Trek und Star Wars) möglich sind.

Fan Mission: Ein kostenfreies ►Level, das von freien Autoren für die Fans eines Videospieles erstellt wurde. Es kann von jedem geladen werden, der eine originale Verkaufsversion des jeweiligen Spieles besitzt.

Fansite: Von Anhängern eines Produkts oder einer Person aus der Popkultur gestaltete, inoffizielle Website, die Informationen für Interessierte bereithält. Häufig sind Fansites Sammelpunkt für weitere Anhänger des Objekts, mit dem sich die Seite beschäftigt.

Flaming: Der Versuch, über einen Beitrag eine aggressive Auseinandersetzung zwischen Mitgliedern zu provozieren (Flame War).

Hoaxing: Schilderung erfundener, persönlicher Probleme, mit der Hoffnung, bei Mitgliedern Anteilnahme und betroffene Reaktionen hervorzurufen.

Game Engine: Die Software, auf der ein Videospiel basiert. Dazu zählen grundlegenden Mechanismen der internen Repräsentation von Elementen der Spielwelt, die Verwaltung von Spielereingaben, sowie Möglichkeiten der Ausgabe von Signalen über den Bildschirm und Lautsprecher.

Kampagne: Eine zusammenhängende Serie von mehreren ►Levels.

Level: Ein einzelner Spielabschnitt.

Spamming: In einem Online-Diskussionsforum bezeichnet man als solches unerwünschte Beiträge die (a) Werbung für Produkte und Dienstleistungen enthalten oder (b) vom aktuellen Thema eines ►Threads deutlich abweichen.

Textur: Eine zweidimensionale Grafik, die über ein virtuelles, dreidimensionales Objekt gespannt wird. Textur simuliert die Oberflächenstruktur eines zunächst glatten, farblosen Gegenstandes.

Thread: Ein einzelnes Thema in einem Online-Diskussionsforum. Mitglieder antworten auf den ersten Beitrag in einem Thread. Alle Antworten werden an den ersten Beitrag „angehängt“. So ergibt sich ein zusammenhängender Diskussionsstrang über das Thema.

Tutorial: Eine Anleitung für eine Software, die Schritt für Schritt einzelne Prozeduren der Bedienung erläutert. Tutorials stammen entweder vom Hersteller bzw. Autoren der Software oder von Anwendern, die ihr durch Erfahrung angesammeltes Wissen vermitteln wollen.

F. Anhang

Anhang I: Beiträge pro Mitglied im Untersuchungszeitraum

<Username>	2	Dinksmallwood	1
Acolyte6	1	DinkyDogg	1
Aja	2	Displacer	18
And	4	dlw6	27
Asgaroth	71	d0om	1
baeuchlein	7	DrK	17
bassmanret	5	Dr Sneak	41
Beauty-Man	9	Drysils Chosen	61
Beleg CÄthalion	6	d'Spair	9
Bikerdude	3	dyald	5
Bobotsin	6	Edversion	4
BrendaEM	8	eepcat	24
Brianetta	1	Eigenface	76
Broken Arts	3	Elentari	23
bronze eye	1	EmperorSteele	2
Bronze Griffin	1	Eshaktaar	9
Brother Renault	12	Ethne	1
Bulgarian_Taffer	1	ffox	17
Calibrator	1	Fidcal	157
cardia1	141	Francine	1
Catman	10	Garrett	1
Cavalorn	4	Gerlock	2
Christine	2	Gestalt	2
clearing	16	ghost_in_the_shell	31
codereader	4	Gingerbread Man	1
Dario	8	G'len	1
darthsLair	15	GORT	5
Dark Arrow	25	gumdrop	2
David	1	Guybrush Thiefwood	1
demagogue	40	Haegan	1
Digital Nightfall	36	harley	6

Anhang

Hemebond	1	nicked	77
Iceblade	19	Nielsen74	20
Jabberwocky	4	nightshifter	65
JACKofTrades	2	Nightstroll	41
Jarkko Ranta	4	Novellus40	2
jesps	1	olwi	2
JewelThief	2	OnionBob	1
john89	1	OrbWeaver	1
john9818a	178	Ottoj55	90
jtr7	1	Paz	1
Jusal	4	P Forth	1
Krenim	2	Phantom0914	1
Krush the Second	5	philou	4
Lady Rowena	51	poison_the_well	1
Lightningline	4	Procession	6
Lost Soul	19	qolelis	11
Maddermadcat	1	Quant	3
madwolf	1	Ramirez' old fat Burrick	3
Malachi	5	Random_Taffer	45
malau	8	raph	1
marshall banana	66	Ravenhook	17
Maurits	3	redface	3
Melan	13	redleaf	18
metal dawn	1	Ricebug	32
MH.TheFreak	11	R Soul	182
Mighty Hammer	3	Saturnine	1
mmax	5	Schattentänzer	1
MOG	6	Schwaa2	60
Moi Dox Mois	1	Sensut	14
Mortal Monkey	38	Shadow Creepr	2
Mossfrog	1	shadowrevan	1
Muzman	2	Shadowspawn	14
mxleader	8	siegella	1
Nameless Voice	359	Silent_Warrior	1
New Horizon	10	SinisterShadow	1

Anhang

slipknot	6	The-Moon	1
Sliptip	59	TheNightTerror	28
Sluggs	176	The Phantom	12
SlyFoxy	50	The Pixie	2
smithpd	1	THE_THIEF	11
snakehunt3r	7	thief0	17
sNeaksieGarrett	3	Thief-Playah	2
snowcap21	1	Troutpack	1
sparhawk	11	Ultraviolet	2
Spike14	2	uncadonego	5
Spitter	3	Vanir	1
StealthThief	27	Vhilhu	1
sterlino	75	Vigil	32
taffer9	12	Vlad Midnight	3
Taffer36	2	Vogelfrei	18
TafferMonkeys!	2	Volca	3
tdbonko	11	Weasel	1
Telliamed	45	Wille	15
TF	7	Winter Cat	23
The Brain	1	Wizer	3
TheCapedPillager	1	Yandros	431
The_Dude	25	zacharias	4
The Fire Eater	8	Ziemanskye	1
theImmortalThief	14	Zontik	85
thelostsoul	1	ZylonBane	38
The Mike	2		

Anhang II: Eröffnete Themen pro Mitglied im Untersuchungszeitraum

<Username>	1	ghost_in_the_shell	6
Acolyte6	1	GORT	1
And	1	harley	1
Asgaroth	10	Iceblade	2
baeuchlein	1	Jabberwocky	1
bassmanret	1	Jarkko Ranta	1
Beauty-Man	3	john89	1
Bikerdude	1	john9818a	3
Bobotsin	3	Lady Rowena	7
BrendaEM	3	Lost Soul	3
bronze eye	1	madwolf	1
Brother Renault	1	marshall banana	16
cardia1	24	Maurits	2
Catman	2	Melan	2
clearing	2	MH.TheFreak	1
codereader	1	Mighty Hammer	1
Dario	2	mmax	1
Dark Arrow	2	Mossfrog	1
darthsLair	3	Muzman	1
demagogue	2	mxleader	3
Digital Nightfall	2	Nameless Voice	3
Displacer	1	nicked	6
DrK	1	nightshifter	4
Dr Sneak	7	Nightstroll	2
Drysils Chosen	17	Novellus40	1
d'Spair	1	olwi	1
Edversion	1	Ottoj55	3
eepcat	6	philou	1
Eigenface	19	poison_the_well	1
Elentari	2	Procession	1
Fidcal	10	Random_Taffer	2
ffox	1	Ravenhook	3
Gerlock	1	redface	1

Anhang

redleaf	3	The_Dude	2
Ricebug	8	theImmortalThief	4
R Soul	6	The-Moon	1
Schwaa2	3	The Phantom	1
Sensut	1	THE_THIEF	1
slipknot	1	thief0	4
Sliptip	5	Thief-Playah	1
Sluggs	10	Vogelfrei	1
SlyFoxy	3	Wille	1
snakehunt3r	2	Winter Cat	7
sparhawk	1	Wizer	2
Stealth Thief	2	Yandros	7
sterlino	11	Zontik	13
taffer9	2	ZylonBane	1
tdbonko	1		