

Renz, Florian: Praktiken des Social Networking: Eine kommunikationssoziologische Studie zum online-basierten Netzwerken am Beispiel von openBC (XING). Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg. 2007. ISBN: 978-3-9802643-6-5. 132 Seiten. 21,90 Euro

Mit der ursprünglich als Diplomarbeit verfassten Studie von Florian Renz ist nun erstmals ein wissenschaftliches Werk in deutscher Sprache zum Phänomen der Social Network Sites (SNS) verfügbar. Der Autor untersucht dabei insbesondere die Ausprägungen der aus der Ratgeberliteratur bekannten sozialen Praxis des Networking im online-Bereich auf der SNS openBC (seit 2006 umbenannt in XING). Das in der Arbeit entwickelte Analysemodell für SNS zergliedert zunächst den Beobachtungsraum auf drei herausragende Konzepte, die eine systematische Analyse sozialer Praktiken im „Computerrahmen“ möglich machen: (1) Regeln des Ablaufs und der Stimmigkeit der Praktiken, (2) Relationen zwischen den Nutzern sowie (3) die technische Ebene bilden die drei im Verweisungszusammenhang stehenden Foki, die auf die SNS openBC (XING) gerichtet werden. Die im Rahmen der Studie entfaltenen Begriffe speist der Autor dabei vor allem aus netzwerktheoretischen Annahmen, aus der Makrotheorie der Netzwerkgesellschaft (Castells), aus der Sozialpsychologie der computervermittelten Kommunikation und dem Konzept der virtuellen Gemeinschaft. Ausgewählte Ergebnisse der Fallstudie sind, dass die Erweiterung des sozialen Netzwerks der Nutzer von openBC durch die Plattform nur eingeschränkt stattfindet und sich ein großer Teil der online vernetzten Kontakte aus bereits vor der Nutzung der SNS offline bestehenden privaten und geschäftlichen Kontakten der Nutzer zusammensetzen.

Theorie des Social Networking auf Social Network Sites

Davon ausgehend, dass Nutzer auf SNS zumindest einen Teil ihres sozialen Netzwerkes knüpfen, geht es im Theorieteil der Arbeit (Kapitel 2 und 3) zunächst um die Begriffe „soziales Netzwerk“ und „Netzwerkgesellschaft“ (Kap. 2). Das Konzept des sozialen Netzwerkes bedeutet eine Fokussierung der Verbindungen zwischen Individuen, die im Prozess der Modernisierung durch funktionale Differenzierung fortschreitend komplexer wurden. So „geht also die Veränderung der Relationen der Menschen von eher festeren Beziehungen in wenigen eng gestrickten Netzwerken hin zu Relationen, die tendenziell weniger stark und in mehreren verschiedenen und weniger eng verflochtenen Netzwerken ausgeprägt sind“ (S. 16). Somit werden soziale Formationen in der Studie ohne Rückgriff auf ein Konzept von sozialen Gruppen beschreibbar. In Anlehnung an Castells wird davon ausgegangen, dass die Logik der Vernetzung alle gesellschaftlichen Bereiche und Prozesse durchdringt (S. 17f). In der weiteren inhaltlichen Spezifizierung des Netzwerkbegriffs werden insbesondere „Weak Ties“ (Granovetter) zwischen Knoten in einem Netzwerk hervorgehoben. Diese bieten für Individuen besondere Chancen, da darüber ein Fluss von Informationen und Ressourcen aus divergenten sozialen Welten stattfinden kann. Über familiäre Beziehungen, einem Musterbeispiel für „Strong Ties“, ist hingegen in größerem

kommunikation@gesellschaft, Jg. 9, Rezension 3

http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/R3_2008_Boettcher.pdf

Maß soziale Unterstützung möglich. Im Hinblick auf die Hypothesengenerierung im empirischen Teil werden zudem Begriffe aus der formalen Netzwerkanalyse (z.B. Dichte, Abgrenzung und Reichweite) eingeführt (S. 19f).

Beim „Networking“ als sozialer Praxis wird das „Erstellen und Pflegen von Kontakten“ („weak ties“) als „strategisches Vorgehen“ betrieben (S. 22). Der Autor beschreibt einzelne Praktiken aus Networking-Ratgebern, um eine ideale Kontrastfolie für die Praktiken auf openBC zu haben. Dabei werden einzelne Bestandteile „ganzheitlichen“ Networkings dargestellt, die zusammengenommen definiert werden als „eine Vielzahl von Handlungsrouninen, die auf gegenseitige Unterstützung und Kooperation hinzielen, die so angelegt werden, dass die potentielle Hilfeleistung möglichst langfristig abgerufen werden kann“ (S. 25). Als Hauptmotiv für Networking stellt der Autor „soziales Kapital“ (Bourdieu) heraus, denn durch ein qualitativ hochwertiges soziales Netzwerk können die darin verwobenen Akteure auf gegenseitige Unterstützung zurückgreifen. Verbindungen, die zwischen Akteuren aus von einander entfernten Konglomeraten bestehen sind von besonderem Vorteil, da ein etwaige Informations- und Ressourcenkluft überbrückt werden kann (S. 25-28).

Einschränkungen für das Networking auf SNS bestehen freilich durch die allgemeinen Bedingungen der computervermittelten Kommunikation (CvK) im Vergleich mit körperlicher Kopräsenz. Durch das Fehlen von Gestik und Mimik ist die Kommunikation eingeschränkt, da „beziehungsanzeigende Hinweise“ (Höflich) fehlen. Die „Rahmung“ (Goffman) der Kommunikation auf SNS durch Computer führt zu spezifischen Situationsdefinitionen, in denen sich in der regeltheoretischen Perspektive des Autors Merkmale von Adäquatheit für einen bestimmten Kontext und „prozedurale Regeln“ (Höflich) unterscheiden lassen (S. 34-37). Die Nutzung von Computern als Kommunikationsmittel hat den Vorteil, dass unter Nutzern die „Aufrechterhaltung von Beziehungen [...] leichter fällt“ (S. 38), da die Kosten um Kontakt zu halten sinken (S. 45). Allerdings besteht eine Informationskluft zwischen Nutzern von CvK und Nichtnutzern, die für die letzteren einen Nachteil bedeutet. Auch der alten soziologischen Frage nach Gemeinschaft wird in der Studie nachgegangen, doch im Gegensatz zu klassischen soziologischen Theorien werden die „virtuellen Gemeinschaften“ auf SNS nicht auf ein „Zusammengehörigkeitsgefühl“ zurückgeführt sondern werden als „Interpretations- und Verwendungsgemeinschaften“ verstanden. Die betreffenden Internetnutzer teilen also gewisse Deutungen und Verwendungsregeln (S. 42).

Im dritten Kapitel liefert der Autor zunächst einem allgemeinen Überblick zu „Social Software“, einer Kategorie von Internetanwendungen, die „mehrere Personen kollaborativ nutzen können“ (S. 47). Dabei wird freilich neben Weblogs und Wikis als Beispielen vor allem auf die Besonderheiten von Social Network Sites eingegangen. Die „Vernetzung der Nutzer untereinander“ (S. 51) wird als Eigenschaft von SNS hervorgehoben, da eine gegenseitig bestätigte Verbindung zwischen miteinander vernetzten Nutzern visualisiert wird. Die Profilsseiten der Nutzer informieren über jeweilige Interessen und Tätigkeiten. Plattformen mit „entsprechend großer Nutzerzahl“ haben außerdem für Nutzer den Effekt, dass die Visualisierung deutlich macht, wen man über „eine erstaunlich geringe Zahl an Kontaktpersonen“ kennt (ebd.).

Es wird angenommen, dass „Praktiken des Social Networking“ die online auf SNS ausgeführt werden eine Ergänzung zu Formen „herkömmlichen Networkings“ darstellen (S. 53). Die *kommunikation@gesellschaft, Jg. 9, Rezension 3*

potentiellen individuellen Vorteile von SNS im „Networking-Prozess“, die Renz referiert, lassen sich mit einigen Stichworten wiedergeben: Selbstdarstellungsmöglichkeit, Zugang zu „kollektiver Weisheit“, erleichterte Suche nach relevanten Kontakten, gesteigertes Vertrauen durch Visualisierung von Relationen, größeres Maß an Informationen über Personen aus dem Netzwerk, Konversationsmöglichkeit, Ortsunabhängigkeit (vgl. S. 54). Subsummiert man diese Punkte, ergeben sich also „Potenziale in der Verwendung von Social Software [...] vor allem im Bereich des Networkings“ (S. 55). Als „wichtige Eigenschaften von Social Network Sites“ werden erstens Einschränkungen und Ermöglicungen in den Kontaktaufnahme- und Suchfunktionen genannt, die zwischen verschiedenen SNS differieren (S. 55-56). Zweitens zeigen sich Unterschiede in der „Größe des Netzwerkes“ auf individueller Ebene, aber auch als Teilnehmerzahl der SNS und drittens gibt es Differenzen dahingehend, wie die Kontakte im Einzelnen definiert und kategorisiert werden können (S. 56-58). Je nach Ausrichtung der SNS stehen den Nutzern verschiedene Eingabefelder zur Verfügung. Während der Fokus bei „freundschaftlich-orientierten Angeboten“ wie MySpace auf der „Beschreibung von privaten Bedürfnissen und Angewohnheiten, Hobbys und Freizeitbeschäftigungen“ liegt, bieten „business-orientierte Plattformen eher die Möglichkeiten, das berufliche Arbeitsfeld, bisherige Tätigkeiten und gesuchte geschäftliche Interessen zu hinterlegen“ (S. 59). Motivationen für und gegen detaillierte persönliche Angaben auf Nutzerprofilen sind leichte Auffindbarkeit und „Befürchtungen in den Bereichen Datenschutz und Spam“ (ebd.). Durch die angezeigten Verbindungen zwischen nicht-anonymisierten Nutzern auf SNS werden „Identitäten verifiziert“. Die teilweise Offenlegung der sozialen Kontakte hat außerdem Einfluss auf die Reputation, da die Personen über ihre Vernetzung bewertet werden können – sowohl positiv als auch negativ (vgl. S. 60-61).

Die Ergebnisse der Fallstudie zu openBC

In Kapitel 4 wird schließlich die Fallstudie zu openBC (XING) vorgestellt, die nach Maßgabe des Analysemodells die (1.) technische Umgebung, (2.) die Relationen und (3.) die Regeln der Plattform in den Blick nimmt. Dabei kommt ein Mix aus Methoden der qualitativen empirischen Sozialforschung zum Tragen, der wenig etabliert, aber auf den Gegenstand bezogen angemessen ist. Die dargestellten Erhebungen umfassen eine Analyse der technischen Funktionalitäten der Plattform, in mehreren Wellen durchgeführte E-Mail-Experteninterviews, eine Inhaltsanalyse des „openBC Feedback Forums“ um das „Zusammenspiel von Technik und Regeln“ zu untersuchen sowie ergänzend offline durchgeführte teilnehmende Beobachtungen auf zwei „openBC Treffs“ (S. 68-77). Ein herauszuhebendes Ergebnis ist, dass Nutzer vorherrschend (hypothetisch, denn eine klarere Aussage lässt die Datenmenge nicht zu) eine Mischung aus privaten und geschäftlichen Kontakten, die schon vor der Nutzung von openBC Bestand hatten, pflegen (im „Ausblick“ des Buches wird der Mangel an neu generierten Kontakten durch die quantitative Studie eines Marktforschungsunternehmens gestützt). Dies widerspricht der „Idealvorstellung“ der Seitenbetreiber, dass in großem Maß neue Geschäftskontakte über die Plattform geknüpft werden (S. 93). Das Hauptmotiv, das einer der befragten Nutzer äußerte, nämlich „mit Leuten in Kontakt zu bleiben“ (S. 91), könnte sich in einer quantitativen Studie bewähren.

Die Ergebnisse zusammenfassend wird „Networking“ auf openBC „nicht im Sinne einer Kombination aus dem Knüpfen und Instandhalten von Kontakten“ praktiziert, sondern das Pflegen von bestehenden Kontakten, die bereits aus „der realen Welt“ bekannt sind, überwiegt bei weitem (S. 111). Wenn die SNS im Networking-Prozess eine Rolle spielen, dann liegt diese in „der Anbahnung eines Kontaktes“ und nicht in der Vertiefung (S. 112). In dieses Bild passt auch, dass openBC vor allem in der „Herstellung von Verbindungen zu fachlichen Kräften“ und bei der „Suche nach Jobangeboten [...] von den Befragten als nützlich angesehen“ wird (S. 114).

Florian Renz schließt seine Studie damit, dass sich die Nutzung von openBC (XING) als eine Erweiterung des herkömmlichen „Social Networking“ verstehen lässt, dies aber keinesfalls ersetzen kann. Die Vorteile, die sich jedoch über die Nutzung der SNS für Praktiken des Networking ergeben führen dazu, dass im Umkehrschluss ein Nachteil für Nichtnutzer entsteht, da diese in einen Wissensrückstand geraten können (S. 117-118).

Fazit

Die Untersuchung überzeugt vor allem durch das ausgearbeitete Analysemodell für Social Network Sites, das angelehnt an Jan Schmidts Studie zu Weblogs (2006), einen guten Rahmen für weitere Studien über SNS bieten könnte. Hervorzuheben ist auch die gelungene Verknüpfung verschiedener neuer Methoden der qualitativen Sozialforschung, die zur Identifizierung der Sinndimensionen und zur Entwicklung teilweise überraschender Hypothesen führt. In diesem Zusammenhang stellt sich allerdings die Frage, warum vielfach nur konstatierende Kernaussagen aus den Interviews über Nutzungspraktiken aufgegriffen wurden und nicht klar wird, wie eine typische Nutzungsepisode von openBC im Detail verläuft. Vielleicht ist dies der Reizarmut von E-Mail-Interviews geschuldet, die wohl nur eingeschränkt dafür geeignet sind, Interviewpartner in einen Erzählfluss zu bringen. Andererseits hätten Face-to-Face-Interviews in Ergänzung zu den anderen methodischen Arbeitsschritten einen zu großen Aufwand bedeutet, der im Rahmen einer Diplomarbeit nicht zu leisten war.

Die im Text häufig verwendeten Quantifizierungen von Aussagen der 15 bzw. 17 Befragten bilden zwar keine repräsentativen Kennwerte für Nutzer von openBC ab, doch kann man dies als Hinweis einer Forschungslücke deuten, die durch quantitative Studien gefüllt werden könnte. Das Ergebnis, dass der Anteil an privaten Kontakten im Verhältnis zu geschäftlichen Kontakten so hoch ausfiel, konnte allerdings durch den Nachvollzug von Networking-Aktivitäten auf openBC-Treffs untermauert werden. Als Hauptkritikpunkt ist vor allem die das Buch einleitende Prämisse zu nennen, dass die sozialen Praktiken auf openBC als „Social Networking“ zu bezeichnen und zu analysieren sind. Der Leser bekommt nicht den Eindruck als hätte Florian Renz tatsächlich im Sinne der Grounded Theory, auf die ja im Methodikteil (S. 68) verwiesen wird, die theoretischen Aspekte der Arbeit gegenstandsbezogen entwickelt. „Networking“ als ideale Praxis, die in der Studie aus Ratgeberliteratur hergeleitet wird, ist vielleicht nicht der Begriff, unter den man die Praktiken auf openBC zusammenfassen kann, zumal dies anscheinend auch nicht in den Interviews hinterfragt wurde. Der deutliche Einbezug des privaten Netzwerkes auf der Plattform, wie ja auch in der Studie ausgeführt, spricht nicht für „Networking“ im Aspekt des Knüpfens von Kontakten.

Insgesamt ist das Buch jedoch hilfreich, um einen analytischen Blick für das in den Medien mittlerweile gehypte Thema der Social Network Sites zu finden und sich über den (eingeschränkten) Nutzen eines Online-Geschäftsnetzwerkes klar zu werden.

Literaturhinweis

Schmidt, Jan (2006). Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie. Konstanz. UVK.

Kontakt zum Autor

Thies W. Böttcher
Justus-Liebig-Universität Giessen
International Graduate Centre for the Study of Culture (GCSC)
Alter Steinbacher Weg 38, 35394 Gießen
thies.boettcher@gcsc.uni-giessen.de

kommunikation@gesellschaft, Jg. 9, Rezension 3

http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/R3_2008_Boettcher.pdf