

Mediale Bedingungen für freiwilliges Engagement im Internet

EHRENAMT 2.0?

Udo Thiedeke

Unter den Kommunikationsbedingungen des Internet hat sich eine Beteiligungskultur entwickelt, die unter der Bezeichnung »Web 2.0« Mitmachformen wie Blogs, Foren, Wikis gegenüber vorgegebenen Netzinhalten betont. Unter Bildungsgesichtspunkten ist hierbei von Bedeutung, dass diese meist unentgeltliche Beteiligung nicht selten auf Wissensaufbau und -austausch abzielt und informelle Lernprozesse in Gang setzt. Es macht also Sinn, im »Mitmach-Internet« nach Prinzipien der Ehrenamtlichkeit zu suchen und zu fragen, ob hier ein »Ehrenamt 2.0« entsteht.

Es überrascht wenig, dass bereits in der aktuellen Wirklichkeit, die sich »offline«, jenseits der virtuellen Wirklichkeiten des Internets entfaltet, nur ein diffuser Eindruck davon vorherrscht, was unter »Ehrenamt« zu verstehen ist. Sozialwissenschaftliche Definitionsversuche lösen den Begriff entweder in einem ganzen Bedeutungsfeld auf, das von »Tätigkeit« über »Freiwilligenarbeit« bis hin zur »Produktion kollektiver Güter« reicht, oder sie sind deskriptiv überladen, weil sie versuchen, alle situativen, institutionellen oder motivationalen Aspekte definitorisch zu bündeln, die mit ehrenamtlicher Tätigkeit in Verbindung stehen könnten (vgl. z.B. die Definition bei Schüll 2004, S. 57). Diese definitorische Unschärfe überrascht deshalb kaum, weil ehrenamtliche Tätigkeit in der Regel freiwillig, nicht auf der Grundlage von Arbeitsverträgen, bei fehlender oder nur symbolischer Honorierung ausgeübt wird. Im Vergleich zur Erwerbstätigkeit findet sie somit fast zwangsläufig in einem organisatorischen Randbereich sowie teilweise in einer institutionellen Grauzone statt. Zudem wird häufig übersehen, dass zum Ehrenamt nicht nur Freiwilligkeit und Altruismus motivieren, sondern die soziale Anerkennung, um nicht zu sagen die soziale Sonderschätzung (Prestige),

die erst aus diesem freiwilligen Engagement erwächst. Ehrenämter übernimmt man auch und gerade der »Ehre« wegen, sei es im Kleintierzüchterverein, in der Selbsthilfegruppe, beim THW, und wir vermuten, evtl. auch als hilfreicher »Wizard« in einer Online-Spielwelt oder als Editor des »Wiki-Wissens« der kollaborativen Online-Enzyklopädie »Wikipedia« im Internet.

Es soll daher folgende Definition vorgeschlagen werden: *Ehrenamt bezeichnet die freiwillige, selbstverpflichtende Übernahme und Ausübung einer Funktionsrolle, die bei geringer formeller Organisation dazu dient, weitgehend unentgeltliche Beiträge zu kollektiven Gütern zu leisten, deren freiwillige Erzeugung Sozialprestige verspricht.*

Ehrenamt 1.0

Insoweit können wir uns ein »Ehrenamt« und die Ausübung »ehrenamtlicher Tätigkeit« in der aktuellen Realität, in die wir hineingeboren und in der wir sozialisiert wurden, trotz Ungenauigkeit im Detail wohl noch gut vorstellen. Aufgrund der physischen, physikalischen, besonders aber der sozialen Begrenzungen dieser alltäglichen Wirklichkeit ist eindeutig festzustellen, welche Per-

sonen welche sozialen Rollen, in welcher Art und Weise, in welchen sozialen Kontexten ausfüllen.

Damit ist zugleich eine Wirklichkeitserfahrung sozialer Integration beschrieben. Deren Ausmaß kann in Hinblick auf die soziale Bezugsgruppe der Integration zwar erheblich schwanken, zeigt aber bereits dadurch an, welche Handlungserwartungen entwickelt, bestätigt und enttäuscht werden können. Wer wenig integriert ist, von dem wird man wohl schwerlich ausgeprägtes soziales Engagement erwarten dürfen, von gut integrierten hingegen schon.

Wiederum mit Blick auf die Gegebenheiten aktueller Realität meint »Integration« allerdings nicht nur Einbezug, Beteiligung und soziale Wertschätzung. »Integration« meint auch sozial definierte Einschränkungen der Erwartungsbandbreite. So ist etwa für hochintegrierte Gemeinschaften, wie bspw. Freundschaftsgruppen oder Dorfgemeinschaften, ein großes Maß an sozialer Kontrolle typisch. Wer hier integriert ist, auf den kann man sich eben auch deshalb verlassen, weil eine Erwartungsbestätigung positive Folgen hat, ein Enttäuschung aber negative Konsequenzen nach sich zieht. Ehrenamtliche Tätigkeiten können hier also auf identifizierbare Personen bezogen werden, denen so eine herausgehobene soziale Position zugerechnet wird, an die weitere soziale Bestätigungen anschließen.

Das scheint im virtuellen Raum des Cyberspace, wie er sich mit der Internetkommunikation herausgebildet hat, völlig anders zu sein. Im Rahmen des Internets entsteht der Eindruck, dass man gemäß dem Diktum »In internet nobody knows you are a dog!« seine soziale Identität beliebig verschleiern oder konstruieren könne. Mehr noch, im digitalen ‚Nicht-Raum‘ des Cyberspace scheinen alle Grenzen aufgehoben und somit keine stabilen sozialen Verhaltenserwartungen möglich zu sein. Einige Kritiker der Internetkommunikation haben daher nicht nur das Bild irrealer virtueller Welten gezeichnet, sondern auch behauptet, im Cyberspace

könne man allenfalls Pseudogemeinschaften erwarten (vgl. Lockard 1997).

Im Folgenden soll der spezifische mediale Rahmen der Internetkommunikation als Bedingung für eine virtualisierte Form freiwilliger, ‚ehrenamtlicher‘ Betätigung skizziert und nach den Möglichkeiten eines »Ehrenamtes 2.0« gefragt werden.

Mit dem Internet als inzwischen globalem Phänomen medialer Kommunikation hat sich ein neues Medium der gesellschaftlichen Kommunikation etabliert. Von einem »neuen Medium« können wir deshalb sprechen, weil hier Charakteristika der vermittelten Kommunikation auftreten, die so für die bisherigen Kommunikationsmedien nicht typisch waren.

Das Internet ist, wie die zugrunde liegende Computertechnologie, als ein gesteuertes Interaktionsmedium (kybernetisches Interaktionsmedium) zu begreifen, da es Computer, mit denen sich Wirklichkeitseindrücke konstruieren und darstellen lassen, so miteinander verbindet, dass nicht nur Daten hin und her geschickt werden können, sondern sich alle vernetzten Computer wechselseitig fernsteuern lassen (vgl. Thiedeke 2007, S. 39 ff.). Dabei lassen sich für das Internet folgende charakteristische Kommunikationsbedingungen feststellen (vgl. ebd., S. 92 ff.):

- **Anonymität/Pseudonymität:** Die Beteiligung erfolgt »aus der sozialen Deckung« einer selbstgewählten und -gestalteten Identität.
- **Selbstentgrenzung:** Bisherige soziale und normative Grenzen können aufgehoben und neu verhandelt werden.
- **Interaktivität:** Die Kommunikation im Netz verändert als sozio-technische Interaktion sowohl das Netz als auch die Interaktionsumwelten im Netz.
- **Optionalität:** Mit der Kommunikation im Internet vervielfältigen sich Wahlmöglichkeiten ebenso, wie sich der Druck zur Auswahl erhöht.
- **Fluidität:** Typisch für den Sinnhorizont des Cyberspace ist eine potenzielle Entgrenzung und Veränder-

barkeit von Weltgrenzen; es tritt ein Eindruck von »Virtualisierung« bzw. permanenter »Vermöglichung« der Realität ein.

Diese Charakteristika sind typisch für das Interaktionsmedium, das sich so deutlich von Individualmedien (etwa Sprache, Schrift, Telefon) und Massenmedien (etwa Buchdruck, Film, Rundfunk, Fernsehen) unterscheidet, die diese Charakteristika nicht oder nur teilweise aufweisen.

Vom Web 1.0 zum Web 2.0

Derzeit lässt sich eine geradezu euphorische Berichterstattung zum »neuen Mitmachinternet« verfolgen, für das der Verleger und Unternehmensberater Tim O'Reilly 2004/05 die Bezeichnung »Web 2.0« in Umlauf brachte. Das Anhängsel 2.0 soll an die Kennzeichnung einer grundsätzlich überarbeiteten Neuauflage alter Software erinnern. Hier wird also suggeriert, es sei ein Internet entstanden, das im Gegensatz zum ‚alten‘ »Web 1.0« der 1980er und 1990er Jahre von den Beiträgen, besonders aber von der freiwilligen Mitarbeit der Nutzer an Inhalten und Strukturen des Netzes geprägt ist. Nicht mehr die vorgegebenen Inhalte (»push content«), kritiklose Downloads oder der Konsum auf den Internetplattformen großer Organisationen und Firmen, sondern der »user generated content« soll nun den Ausbau des neuen Netzes vorantreiben. Alle vernetzen sich mit allen und schaffen so wiederum neue individuelle Partizipationsmöglichkeiten, so die Vision. Schlagwortartig lässt sich das Web 2.0 deshalb vom Web 1.0 abgrenzen (siehe Tab. 1).

Obwohl viele der Charakteristika, die dem neuen Web 2.0 zugeschrieben werden, bereits das ‚alte‘ Internet der Expansionsphase kennzeichneten, lässt sich heute zumindest feststellen, dass das Internet des Jahres 2008 von seiner Zugänglichkeit her massentauglich geworden ist (derzeit sind etwa 1,2

Milliarden oder circa 17 Prozent der Weltbevölkerung online – vgl. Internetworldstats 2007). Daher lässt sich die Fülle an Beiträgen oder Strukturveränderungen, die fortwährend stattfinden, kaum noch überblicken, geschweige denn kontrollieren. Zudem stehen inzwischen Programme, Netzdienste und Kommunikationsangebote zur Verfügung, die soziale Netzwerkbildung automatisch unterstützen (»social software«) und weitgehend frei erhältliche Gestaltungs- und Strukturierungsfunktionen bieten (etwa »Google«, »Free-Software«), die es den Nutzenden leicht machen, mit eigenwilligen Beiträgen zu partizipieren (z.B. »Flickr«, »YouTube«, »Wikipedia«). Beides fördert ein Wachsen des Netzes jenseits der Vorgaben von Pioniergruppen, Hackern oder großen Unternehmen. Und es begünstigt das Auftreten evolutionärer Auswahlmechanismen, die aufgrund der großen Menge an Beteiligungen, d.h. an Variationen, immer wieder erstaunlich tragfähige Ergebnisse hervorbringen. Was

Tab. 1: Charakteristika von Web 1.0 und Web 2.0

Web 1.0	Web 2.0
Veröffentlichung	Beteiligung
Repräsentation	Kollaboration
Homepage	Blog
vorgegebene Verzeichnisse („Taxonomie“)	Bewertung durch die Nutzenden („Folksonomy“)
Planung	Evolution
Rechteverwertung	Open-Source
Große Firmen	Mehrzahl der Nutzenden („the long tail“)
Gemeinschaften	Netzwerke

(Quelle: eigene Darstellung)

hat all das nun aber mit der »ehrenamtlichen Beteiligung« im Netz zu tun? Zunächst ist festzustellen, dass sich die Beteiligung der Mehrzahl der Nutzenden freiwillig ergibt. Die Beiträge etwa zur kollaborativen und nicht repräsentativ von Experten erstellten Online-Enzyklopädie »Wikipedia« oder zur Bilderplattform »Flickr«, die Erzeugung und Veröffentlichung von Videos auf »YouTube«, die Veröffentlichung eigener

»Ehrenamt 2.0?«

Internettagebücher und Informationsdienste (Weblogs, kurz: Blogs), die Unterstützung virtueller Gemeinschaftsbildungen, Gruppen oder Netzwerke, etwa in Spielen wie »World of Warcraft« oder den sozialen Netzwerkplattformen »Facebook«, »Xing« oder »StudiVZ«, werden den Nutzenden nicht bezahlt. Diese sind auch nicht über Arbeitsverträge verpflichtet, ihre Beiträge nicht nur einmal, sondern relativ kontinuierlich zu leisten. Die Beteiligung oder gar die Gestaltung und Pflege solcher oder noch aufwändigerer Netzangebote, wie bspw. eines selbstgemachten Radio- (Podcast) oder Fernsehsenders (Vidcast), basieren vielmehr auf der konstanten Selbstverpflichtung.

Ohne, dass sich die Nutzenden selbst dazu verpflichten, immer wieder ihre freiwilligen Leistungen zu erbringen und so auch Funktionsrollen (»Netzämter«) zu übernehmen, würden die meisten Netzangebote oder -dienste weder attraktiv sein noch Gemeinschaften oder Netzwerke lebendig halten. Wer etwa einen Blog betreibt, betätigt sich im Grunde in der Rolle von Journalist/inn/en oder Agenturbetreiber/inne/n, hat also einen beträchtlichen sowohl zeitlichen als auch fachlichen Aufwand zu treiben. Auch die Mitwirkung an Online-Spielen oder virtuellen Selbsthilfegruppen, um nur zwei Beispiele zu nennen, erfordert einiges Engagement, vor allem aber die Aneignung spezifischer Kompetenzen – hier hat sich der

Slogan vom »lebenslangen Lernen« also bereits realisiert.

»Reputationseffekte«

Wo aber bleibt der Aspekt der sozialen Stuserhöhung und Gratifikation über Reputationseffekte, die das Ehrenamt in der aktuellen Welt sowohl durch die private, informelle Anerkennung als auch durch öffentliche, formelle Ehrungen oder massenmediale Berichte verspricht?

Gerade die Charakteristika der Anonymität und Pseudonymität sowie der normativen Selbstentgrenzung des Interaktionsmediums Internet scheinen dem diametral entgegen zu stehen. So sind Hinweise auf Effekte des »Trittbrettfahrens« (»Freeriding«), wobei man die anderen die Arbeit machen lässt und selbst nur konsumiert (vgl. Haug/Weber 2003), wie auch Hinweise auf die »Lurker« in virtuellen Gemeinschaften, die als Netz-Voyeure nicht partizipieren, sondern nur zuschauen, für das Netz nicht neu (vgl. Stegbauer/Rausch 2001). Die normative Selbstentgrenzung lässt wiederum kaum erwarten, dass ehrenamtliche Beiträge im Netz getätigt werden, weil die Bestätigung der Normen sozialer Anerkennung unsicher erscheint.

Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass solche Unsicherheiten Anlass für die erwähnten Probleme des Trittbrettfahrens, der Passivität oder gar für betrügerisches Verhalten im Netz geben. Andererseits lässt sich aber für das Internet zum einen ein fördernder Effekt für freiwillige Beteiligung feststellen (vgl. Thiedeke 2007, S. 105). Dieser resultiert aus der wahrgenommenen »sozialen Deckung«. Viele, die in aktuellen Kontexten aufgrund ihres Alters, Geschlechts, sozialen Status, Handicaps oder ethnischen Herkunft marginalisiert oder stigmatisiert sind, erfahren hier eine Demarginalisierung und Destigmatisierung (ebd., S. 105 f.). Sie fühlen sich frei, wirklich freiwillig beizu-

tragen, weil sie nicht befürchten müssen, dass ihre Beiträge bereits vorab abgelehnt werden. Das betrifft vor allem auch die Gründung und Entwicklung von virtuellen Gemeinschaften, die Foren und Hilfsangebote für sexuelle Minderheitengruppen, gesellschaftliche Randgruppen, Kranke oder Behinderte, allerdings auch für politisch radikale und andere deviante Gruppen anbieten (ebd., S. 107).

Darüber hinaus bieten die dezentrale Struktur des Internets, die Optionalität der Themen und Gruppen sowie die Fluidität seiner Strukturen Anreize dafür, selbst die eigenen Anliegen zu vertreten. Was nicht selten zunächst als Projekt der Selbstverwirklichung gestartet wurde, kann dann im Netz zu einem Schwerpunkt der Interessen und Meinungen werden und so eine Vielzahl von Gleichgesinnten oder Betroffenen in einem neu entstandenen Netzwerk bündeln, das zu weiterem freiwilligen Engagement Anlass gibt. So können sich um private Blogs Gemeinschaften zum Tierschutz (z.B. <http://findigkeiten.blogspot.com/2007/09/deutsche-hunde-community-dogspotde.html>), zur Verteidigung der Pressefreiheit (z.B. <http://de.wordpress.com/tag/pressefreiheit>) oder für politische Initiativen gegen Vorratsdatenspeicherung (z.B. www.dimido.de/2007/11/14/blogger-uber-vorratsdatenspeicherung-und-autoren-streik) bilden.

Andererseits haben die Ausbreitung des Netzes und die heute verfügbare *social software*, die im sogenannten Web 2.0 automatisch soziale Netzwerke schaltet, dazu beigetragen, den Einzelnen nicht nur ein Massenpublikum, sondern auch die Grundlage für erweiterte Sozialkontakte zu schaffen. Hierbei werden automatisch Links zu Personen angezeigt, die einen Beitrag abgerufen haben. Verbindungen zwischen ähnlichen Interessenprofilen oder Beiträgen werden ebenso von der Software hergestellt, wie Möglichkeiten für das Indizieren und Bewerten von Beiträgen eröffnet werden (vgl. Hildebrand/Hofmann 2006; Schmidt 2006). Damit ist aber nicht nur eine beliebige

Erweiterung von Kontaktmöglichkeiten gemeint. Da wegen der hohen Optionaltät und Komplexität der Netzkontakte unter Unbekannten ausgewählt werden muss, was man realisiert, wen man kontaktiert und wo man mit welchen Beiträgen wann präsent ist, sind Bewertungssysteme entstanden, die durch die Nutzenden selbst teilweise beiläufig aktualisiert und kumuliert werden. Wer etwa auf »eBay« konstant gute Angebote

»Positive Bewertungen«

macht und seine Verpflichtungen einhält, erhält positive Bewertungen von den Auktionspartnern zugesprochen, die den sozialen Status in den virtuellen Gemeinschaften von eBay erhöhen. Wer auf »YouTube« interessante Filme veröffentlicht, wird dadurch weiterempfohlen, was beispielsweise dazu führen kann, dass ein Rentner, dessen selbstgemachtes Video auf »YouTube« seinen tristen Alltag dokumentiert, weltweit bei Millionen Interessenten Beachtung und Zuspruch erfährt. Beitragende zur Online-Enzyklopädie Wikipedia erfahren eine positive Bestätigung durch die Art, wie ihre Beiträge aufgenommen und verlinkt werden, was sie selbst dann zum Weiterschreiben und Überarbeiten anregt, wenn sie ihre Beiträge dort nur anonym einstellen (vgl. Thiedeke 2007, S. 273). Dieses Phänomen einer evolutionären Auswahl der besten Beiträge, die durch die Masse der Bewertungen, Korrekturen und Ergänzungen erzeugt wird, basiert auf einem als »Folksonomy« bezeichnetem Auswahlprinzip (siehe oben die Charakteristika des Web 2.0). In dem Begriff sind das englische »Folk«, was man hier frei mit »Netznutzende« übersetzen kann, und »Taksonomy«, was für Bewertung oder Einteilung steht, zusammengezogen. Gemeint ist eine konstante Selbstindizierung der Netzkommunikation, in deren Verlauf sich Meinungsballungen bilden, wo viele etwas als wichtig hervorheben und somit Netzknoten der

Aufmerksamkeit erzeugen (vgl. Kroski 2005).

Für die Reputationsperspektive des »Ehrenamtes 2.0« bedeutet das: Die »Ehre« wird nicht mehr von besonders geschätzten Bekannten, anerkannten Institutionen oder den Massenmedien zugemessen. Prestige wird selbst dann, wenn man sich nur mit einer virtuellen Identität beteiligt, vom Netz selbst generiert. Das Netz, und das heißt, potenziell alle, die dort kommunizieren, zeichnet besondere Beiträge, vorbildliches Engagement, konstante Leistungen und kreative Ideen dadurch aus, dass eben diese Beteiligungen umfassend wirksam werden und die Kommunikation des Netzes verändern, indem sie einen Schwerpunkt seiner Nutzung bilden. Die Netzkommunikation suggeriert somit: Wer das »Ehrenamt 2.0« erfolgreich ausfüllt, der wird potenziell von der ganzen Welt geschätzt.

Literatur

Haug, S./Weber, K. (2003): Tauschnetzwerke im Internet und im Freundeskreis. Eine empirische Untersuchung der Wirksamkeit der Reziprozitätsnorm beim Tauschen. Teil II Ergebnisse. URL: www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B7_2003_Haug_Weber_II.pdf (Stand: 04.03.2008)

Hildebrand, K./Hofmann, J. (2006): Social Software. Heidelberg

Internetworldstats (2007): URL: www.internetworldstats.com (Stand: 04.03.2008)

Kroski, E. (2005): The Hive Mind: Folksonomies and User-Based Tagging. URL: <http://infotangle.blogspot.com/2005/12/07/the-hive-mind-folksonomies-and-user-based-tagging/> (Stand: 04.03.2008)

Lockard, J. (1997): Progressive Politics. Electronic Individualism and the Myth of Virtual Community. In: Porter, D. (Hrsg.): Internet Culture. New York, S. 219–232

O'Reilly, T. (2005): What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. URL: www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html (Stand: 04.03.2008)

Rheingold, H. (1993): The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. New York

Schmidt, J. (2006): Social Software: Onlinegestütztes Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement. In: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen, H. 2, S. 37–46

Schüll, P. (2004): Motive Ehrenamtlicher. Eine soziologische Studie zum freiwilligen Engagement in ausgewählten Ehrenamtsbereichen. Berlin

Stegbauer, Ch./Rausch, A. (2001): Die schweigende Mehrheit – »Lurker« in internetbasierten Diskussionsforen. In: Zeitschrift für Soziologie, H. 1, S. 48–64

Thiedeke, U. (2007): Trust, but test! Das Vertrauen in virtuellen Gemeinschaften. Konstanz

Abstract

Im Internet hat sich eine Beteiligungskultur entwickelt, die unter dem Stichwort »Web 2.0« breit diskutiert wird und die in diesem Beitrag auf Prinzipien der Ehrenamtlichkeit befragt wird. Hierzu legt der Autor zunächst eine Definition von Ehrenamt in der »offline«-Wirklichkeit vor, bevor er die Kommunikationsbedingungen des Netzes klärt, an die die Konzeption von Ehrenamt angelegt werden kann. Dabei zeigt sich: Reputation kann im Prinzip jeder gewinnen, der dank entsprechender Leistungen oder kreativer Ideen breit wirksam wird. Prestige wird so schließlich vom Netz selbst generiert.

Dr. phil. habil. Udo Thiedeke arbeitet zur Soziologie der Medien und der virtualisierten Vergesellschaftung und vertritt derzeit am Institut für Soziologie der Johannes Gutenberg Universität Mainz die Professur für Bildungssociologie und qualitative Methoden.

Kontakt: thiedeke@uni-mainz.de