

## Die schweigende Mehrheit – „Lurker“ in internetbasierten Diskussionsforen

### The Silent Majority – “Lurkers” on Mailing Lists

**Christian Stegbauer**

Johann Wolfgang Goethe-Universität, Fachbereich Gesellschaftswissenschaften, Institut für Methodologie,  
D-60054 Frankfurt

**Alexander Rausch**

Johann Wolfgang Goethe-Universität, Hochschulrechenzentrum, D-60054 Frankfurt

**Zusammenfassung:** Obwohl passive Teilnehmer („Lurker“) in den meisten Onlineforen die Mehrheit stellen, ist ihre Rolle weitgehend unerforscht. Dies liegt vor allem darin begründet, dass der empirische Zugang zum Phänomen des Lurking bislang sowohl durch das Fehlen einer operationalisierbaren Definition als auch durch das Fehlen geeigneter Daten verwehrt schien.

Im vorliegenden Beitrag wird ein empirischer Weg zur Untersuchung des Lurking aufgezeigt und auf acht Mailinglisten angewandt, deren Geschichte über einen Zeitraum von 34 Monaten verfolgt wurde. Die angewandte Methode basiert auf dem Vergleich von Merkmalen individueller Teilnehmerkarrieren und setzt diese mit Eigenschaften des Kommunikationsraumes in Beziehung.

Als Ergebnis lässt sich festhalten, dass der Anteil der Lurker in den von uns untersuchten Mailinglisten, abhängig vom Mailaufkommen, zwischen 56 % und 81 % beträgt. Dabei ist festzustellen, dass der Lurkeranteil umso niedriger ist, je höher das Mailaufkommen in der betreffenden Liste ist. Dieser empirische Befund widerspricht der Vorstellung, dass es sich bei Lurkern um Trittbrettfahrer handelt. Unsere Ergebnisse deuten vielmehr darauf hin, dass der Position der Lurker eine wichtige Funktion bei der Kopplung ansonsten unverbundener Kommunikationsräumen zukommt.

#### 1. Fragestellung

Das Internet und internetbasierte Diskussionsforen bilden den Gegenstand zahlreicher Untersuchungen im Bereich der Soziologie und ihrer Randgebiete. Das Spektrum der diskutierten Fragestellungen ist heute schier unüberschaubar geworden; es umfasst Themen wie *Internet und Demokratie* (Buchstein 1996, Rilling 1997, Leggewie 1996, Stegbauer & Rausch 1999), *Herausbildung und Unterstützung von (Spezial-)Kulturen* (Vogelgesang 1999, Wetzstein & al. 1995, Tapscott 1998), *Geschlechterproblematik in internetbasierten Kommunikationsräumen* (Herring 1993), *Spielespezifischer Umgang mit Identitäten* (Turkle 1996), *Freundschaft und Einsamkeit im Internet* (Döring 1996; Parks & Floyd 1996; Walter 1995) und viele andere mehr.

Eine Reihe von Untersuchungen befasst sich mit wissenschaftlichen Mailinglisten und Newsgruppen und fragt nach den Motiven von Wissenschaftlern, die sich an solchen Foren beteiligen. Diese Kommunikationsräume, so wird argumentiert, ermöglichen den Informationsaustausch, sie dienen zur

Konstitution neuer Kontakte zwischen Wissenschaftlern (Sanderson 1996) und seien mit Voraussetzung für die „neue Wissensproduktion“ (Gibbons 1994). Hierarchisch wirkende Zentrum/Peripherie-Effekte würden durch sie reduziert (Gresham 1994, Hiltz & Turoff 1978, Rost 1997). Auf der Grundlage der individualistisch ausgerichteten rational-choice Theorie spekuliert man darüber, welche Parameter das Kommunikationsverhalten der Teilnehmer in diesen Foren beeinflussen (Matzat 1998).

Nur ein geringer Teil dieser Beiträge basiert auf methodisch gesicherten empirischen Untersuchungen, etwa Umfragen oder Auswertungen von Kommunikationsartefakten (z.B. Textarchiven oder Logdateien). Der größte Teil versucht entweder, völlig ohne Datenmaterial auszukommen, oder basiert auf der Verallgemeinerung punktueller Beobachtungen. In beiden Klassen von Beiträgen kommen die „passiven“ Teilnehmer der netzbasierten Kommunikationsprozesse nicht oder nur am Rande vor, obwohl vermutet wird, dass ihre Zahl erheblich ist. Damit wird bei der mediensoziologischen Erforschung des Internet eine ganze Nutzerklasse ausgeblendet; über

die Wirkung der neuen Medien auf diesen Personenkreis weiß man so gut wie nichts.<sup>1</sup>

In der vorliegenden Studie befassen wir uns hingegen mit Teilnehmern, die nach ihrem Eintritt in die Mailingliste<sup>2</sup> zunächst oder dauerhaft nichts zum Kommunikationsgeschehen in diesem Kommunikationsforum beitragen. Dieses Verhalten bezeichnen wir als passive Teilnahme (lurking). Dass in diesem Sinne passive Teilnehmer durchaus eine aktive Rolle hinsichtlich der Übertragung von Inhalten in andere Kommunikationszusammenhänge bzw. bei der Propagierung des Forums übernehmen können, bleibt von dieser Charakterisierung unberührt, da dies ebenso wie das Mitlesen von Beiträgen eine Aktivität darstellt, die der Öffentlichkeit des Forums weitgehend verborgen bleibt.<sup>3</sup>

Lediglich den Teilnehmern Aufmerksamkeit zu widmen, die Diskussionsbeiträge liefern, führt unserer Ansicht nach zu Verzerrungen bei der Übertragung der Beobachtungen auf den gesamten Sozialraum und dessen Wahrnehmung. Etwa dadurch, dass die Ideologien und Stereotype der aktiv(st)en bzw. zentralen Teilnehmer für bare Münze genommen und zur Norm erhoben werden. Vor diesem Hintergrund werden die passiven Teilnehmer (die „Lurker“) in der Regel abschätzig betrachtet. Lur-

ker gelten beispielsweise als Trittbrettfahrer, die zur Entwicklung der Gemeinschaft, ihrem Fortbestand und ihrem Wissen nichts beitragen, sondern diese lediglich zum eigenen Vorteil benutzen (Kollock & Smith 1994) bzw. bloß Bandbreite verbrauchen (Schönberger 1998). Sie werden gelegentlich auch als Kiebitze oder als Voyeure beschimpft<sup>4</sup>.

Darüber hinaus haben wir im WWW eine weitere Auffassung gefunden: dabei wird gefordert, dass ein Neuling innerhalb eines Diskussionsforums zunächst einmal zuhören und erst nach einiger Zeit einen eigenen Beitrag leisten sollte.<sup>5</sup> Mitgemeint, aber nicht mitgeteilt ist hierbei sicherlich nicht nur der sachliche Aspekt, sondern auch eine soziale Forderung. Es wird verlangt, dass neue Teilnehmer sich an die in dem Sozialraum entwickelte Kultur und an den im Prozess der Kommunikation erarbeiteten Normen orientieren. Letztlich werden von den neu hinzugekommenen Teilnehmern aber auch Beiträge erwartet, bloßes Zuhören ist auch hier unerwünscht. Es werden also verlaufsdifferenzierte Verhaltensanforderungen gestellt.

Die Beschimpfung von Lurkern lässt sich als die andere Seite des Mythos von der Auflösung der Grenze zwischen Massen- und Individualkommunikation durch das Internet auffassen.<sup>6</sup> Prinzipiell, so

<sup>1</sup> Dies ist verwunderlich, beschäftigt sich doch die klassische Mediensoziologie, etwa die Medienwirkungsforschung, fast ausschließlich mit den Zuschauern, Zuhörern und Lesern, d.h. mit Personen, die sich des entsprechenden Mediums nicht aktiv zum Austausch von Informationen bedienen.

<sup>2</sup> Eine Mailingliste ist im Prinzip nichts anderes als ein Verteiler: man meldet sich bei einem Listenverwaltungsprogramm mittels einer E-Mail an und erhält von diesem Zeitpunkt an alle Mitteilungen, die an diesen Verteiler gesendet werden, in Form von E-Mails. In vielen Mailinglisten ist es üblich, die eingegangenen Nachrichten wochen- oder monatsweise in Archivdateien abzulegen. Darüber hinaus werden die Mailboxadressen (und gelegentlich auch die Namen) der in der Mailingliste eingetragenen Teilnehmer gespeichert. Die Archivdateien und die Mitgliederliste können über das Listenverwaltungsprogramm angefordert werden. In der letzten Zeit ist man mit der Weitergabe der Mitgliederlisten allerdings restriktiver geworden, weil befürchtet wird, diese könnten zu Werbezwecken missbraucht werden.

<sup>3</sup> Man könnte meinen, die Unterteilung der Teilnehmerchaft einer Mailingliste in „Aktive und Passive“ sei lediglich ein Stereotyp derjenigen, die sich in der Liste durch Beiträge engagieren. Es deutet jedoch vieles darauf hin, dass die „stummen Teilnehmer“ selbst eine Grenzlinie zwischen sich und den „aktiven“ Teilnehmern ziehen, deren Überschreiten einen Positionswechsel markiert. (Vgl. Fußnoten 9 und 10).

<sup>4</sup> Ein Beispiel für die diffamierende Definition: „Als Lurker bezeichnet man bei online-Diskussionen (beispielsweise im IRC) jemanden, der sich angemeldet hat, aber zu der Diskussion nichts beiträgt. Dieser Jemand hört oder liest mit, und er wird mit einem gewissen Misstrauen oder Unbehagen rechnen müssen; gibt er sich nicht zu erkennen, wenn er angesprochen wird, so wird das umso deutlicher. Lurker sind normalerweise nicht gern gesehen, im elektronischen, wie im wahren Leben. Das Wort Lurker kommt vom Englischen to lurk, auf deutsch: (heimlich) lauschen.“ <http://www.netwerker.de/glossar/lurker.html>.

<sup>5</sup> Das Lurking als Teil der Netiquette wird in folgender Definition angesprochen: „Lurker: Jemand, der zwar in einer Newsgroup mitliest, sich aber nicht oder nur sehr selten schriftlich beteiligt. Vor dem ersten Posten in eine Gruppe sollte man immer eine Weile ‚lurken‘, um festzustellen, worum es geht und um überflüssige Wiederholungen zu vermeiden.“ (<http://www.ndh.net/home/mil-de/faq/leitfaden.html#abbrev>).

<sup>6</sup> Unseres Erachtens handelt es sich bei der Behauptung dieser Entwicklung um einen Mythos, der bei einer relationalen Betrachtung sehr schnell ausgeräumt wäre, ob schon die Behauptung als Allgemeinplatz gilt (Rössler 1998: 29). Hierzu ein Beispielzitat aus einer anderen Veröffentlichung: „Computer als Forum und Diskussionsmedium: Electronic Bulletin Boards, Newsgroups usw. repräsentieren (neue) Foren öffentlicher Kommunikation, bei denen die Einseitigkeit massenmedialer Kommunikation aufgehoben, der Rezipient oder Leser zum Kommunikator oder Schreiber wird“ (Höflich 1998: 54).

wird argumentiert, könne jeder sowohl als Nutzer als auch als Anbieter auftreten, mit der Einschränkung, dass der individuelle Nutzungsstil über die gerade eingenommene Rolle entscheidet (z. B. Rössler 1998: 30). Bulletin Boards lebten geradezu von den Mitteilungen ihrer Nutzer. Darüber hinausgehend bringen einige Autoren die technischen Möglichkeiten internetbasierter Diskussionsforen gar mit Chancen der Verwirklichung des Ideals der griechischen Agora (Gore 1995) oder eines nicht hierarchischen und nicht expertokratischen Meinungsaustauschs entsprechend dem Ideal des deliberativen Diskurses (Leggewie 1996)<sup>7</sup> in Zusammenhang. In anderen Beschreibungen wird behauptet, bei internetbasierten Kommunikationsforen handele es um eine „elektronische Variante einer auf Egalität basierenden Geselligkeit“ (Höflich 1995: 523). Aus der Vorstellung, ein jeder könne mit jedem in Kontakt treten, wird sehr schnell die Forderung danach, jeder solle dies auch tun, sich also ebenbürtig beteiligen. Aus diesem Selbstbild der Aktiven resultiert eine soziale Grenzziehung, die notwendigerweise das Fremdbild der Lurker mit erzeugt.

Die auf die Einhaltung der Netiquette zielende Interpretation des Lurking lässt sich zur These weiterführen, beim Lurking handele es sich auf der *individuellen Ebene* um ein erwünschtes Durchgangsstadium zu Beginn der Anwesenheit eines Akteurs in einem internetbasierten Kommunikationsraum, wobei die Konstanz des Phänomens auf der *kollektiven Ebene* auf das ständige Hinzukommen und Abwandern von Teilnehmern des Forums zurückzuführen sei. Gegen diese These lässt sich aufgrund

<sup>7</sup> Die deliberative Richtung der Demokratietheorie sieht in ihrem normativen Konzept der Öffentlichkeit eine der Grundlagen für Demokratie. In öffentlichen Diskursen soll eine kollektive Willensbildung stattfinden, wobei vor allem normative Fragen des Ausgleichs von Ansprüchen und Interessen, aber auch Probleme der Definition von gesellschaftlichen Werten behandelt werden (Habermas 1992). Das normative Modell der Öffentlichkeit ist voraussetzungsreich. Es werden drei Voraussetzungen unterschieden: Gleichheit und Reziprozität, Offenheit und adäquate Kapazität und eine diskursive Struktur (Habermas 1990; Peters 1994). Gleichheit und Reziprozität bedeuten, dass „die Beteiligung an öffentlicher Kommunikation im Prinzip jedermann offen steht, der bereit und fähig ist, sich in der Öffentlichkeit verständlich zu äußern. (...) In dieser Bedingung eingeschlossen ist eine Reziprozität von Hörer und Sprecherrollen: Nicht nur die Möglichkeit, zuzuhören und sich privat ein Urteil zu bilden, sondern auch die Möglichkeiten, sich in der Öffentlichkeit zu äußern und Gehör zu finden, sollen gleich verteilt sein“ (Peters 1994: 46).

theoretischer Erwägungen einwenden, dass Lurking vielmehr ein strukturell notwendiges Phänomen sei, um angesichts der Vielzahl der Teilnehmer die „Bedingungen der Möglichkeit von Kommunikation“ zu gewährleisten und damit die Verständigungsmöglichkeiten nicht einem „Information Overload“ zu opfern (Stegbauer & Rausch 1999).<sup>8</sup> Die Vorstellung, dass es sich beim Lurking um ein feststehendes Rollenmuster handelt, wird z. T. auch von den Betroffenen selbst artikuliert. Darauf deuten beispielsweise Betreffs oder einleitende Worte wie „Ein Lurker meldet sich zu Wort.“<sup>9</sup> innerhalb von Mailinglist-Diskussionen hin, die auf einer neutralen, von normativen Vorgaben freien Auffassung des Lurking basieren.<sup>10</sup>

Die angesprochenen Thesen über die Motivation der Lurker lassen sich empirisch prüfen: wäre die These richtig, dass es sich beim Lurking um ein Durchgangsstadium handelt, so müsste man unter den neu hinzugekommenen Akteuren nach einer gewissen Zeit vorwiegend aktive Teilnehmer finden. Hätte man es hingegen bei Lurkern mit Trittbrettfahrern zu tun, die nur von den Informationen anderer profitieren wollen, ohne selbst einen Beitrag zu leisten, so sollte der Lurkeranteil dort am höchsten sein, wo die meisten Beiträge zirkulieren.

Die von uns untersuchten Fragen lassen sich also folgendermaßen zusammenfassen:

1. Bilden Lurker eine verfestigte Position innerhalb des Kommunikationsraumes oder handelt es sich beim Lurking um ein Durchgangsstadium?

<sup>8</sup> Dieses Begrenzungsargument findet sich auch in der Debatte zum *deliberativen Diskurs*, beispielsweise wenn es um das gleichberechtigte Zuwortkommen bei einer Versammlung mit begrenztem Zeithorizont geht (Peters 1994).

<sup>9</sup> Vgl. Thread mit dem Betreff *E-publishing and paper sales* in der Mailinglist *Publishing E-Journals: Publishing, Archiving, and Access* der unter der URL <http://scholar.lib.vt.edu/ejournals/vpiej-l/vpiej-l.log9304.html> archiviert wurde. Hier heißt es im Text einer Mail: „I'm usually just a „lurker“ on this list but I want to make a remark about ...“ und drei Nachrichten weiter beginnt ein Diskussteilnehmer seinen Beitrag mit „Another lurker speaks up. ...“

<sup>10</sup> Derartige Auffassungen sind auch im WWW zu finden: lurker /n./ : „One of the ‚silent majority‘ in a electronic forum; one who posts occasionally or not at all but is known to read the group's postings regularly. This term is not pejorative and indeed is casually used reflexively: „Oh, I'm just lurking.“ Often used in ‚the lurkers‘, the hypothetical audience for the group's flame-emitting regulars. When a lurker speaks up for the first time, this is called ‚delurking‘“ ( [http://www.thp.uni-duisburg.de/~michel/jargon/jargon\\_27.html#TAG1079](http://www.thp.uni-duisburg.de/~michel/jargon/jargon_27.html#TAG1079)).

2. Wie hoch ist der Anteil der Lurker?
3. Sind Lurker Trittbrettfahrer?
4. Kann man aus der Untersuchung von Mehrfachmitgliedschaften in internetbasierten Diskussionsforen etwas über die Rolle von Lurkern lernen?

Der theoretische Rahmen, in dem wir unsere empirischen Ergebnisse reflektieren, basiert auf dem Konzept, den Sozialraum Mailingliste in unterschiedliche Positionen zu gliedern, die jeweils Akteure mit strukturell ähnlichem Beziehungsmuster zusammenfassen (vgl. Stegbauer & Rausch, 1999). Als Positionen lassen sich neben einem Zentrum, das sich meist um den Listenadministrator und/oder die kommunikationsgeschichtlich älteren Teilnehmer gruppiert, die Position der Diskutanten sowie die der Propagandisten und die der Lurker identifizieren. Die Position der Propagandisten ist insofern mit der der Lurker verwandt, als ihre Beiträge nicht auf eine Diskussion zielen, sondern hauptsächlich zur Weitergabe von Ankündigungen und andere Informationen dienen. Die Position der Diskutanten weist vielfach zeitlich begrenzte, multilogisch organisierte Substrukturen auf. Wenn das Zentrum nicht eine Klammer über die ansonsten unverbundenen Multiloge legen würde, hätten diese fast den Charakter eines Forums innerhalb des Forums. Die Position der Lurker bildet hingegen das Potential aller ungenutzten bzw. aktuell nicht nutzbaren Kommunikationsbeziehungen.

## 2. Untersuchungsdesign

Ein wesentliches Manko einer jeglichen empirischen Untersuchung des Lurking besteht darin, dass kein brauchbares Kriterium dafür existiert, welche Akteure in internetbasierten Kommunikationsräumen als Lurker zu betrachten sind und welche nicht. Diese Unsicherheit spiegelt sich bereits in dem recht breiten Spektrum von umgangssprachlichen Definitionen des Begriffs Lurker wider, die wir eingangs bereits beispielhaft aufgeführt haben.

Aber selbst wenn ein solches Kriterium existierte, würde dennoch das übliche soziologische Instrumentarium, wie etwa Befragungen oder die Analyse von Textarchiven bzw. Logdateien, bei dem Versuch versagen, den Anteil der passiven Teilnehmer in internetbasierten Kommunikationsräumen zu schätzen oder eine quantitative Analyse ihres Verhaltens durchzuführen:

- Mit einer Querschnittsbefragung lässt sich der Anteil der passiven Teilnehmer nicht bestimmen.

Man erhält hierdurch den Anteil der Lurker bezogen auf alle Antwortenden. Es darf vermutet werden, dass dieser nicht mit dem Anteil der Lurker an allen Befragten übereinstimmt.

- Durch diesen Umstand ist es auch nicht möglich, aus Querschnittsbefragungen annähernd repräsentative Aussagen über das Verhalten von aktiven und passiven Teilnehmern abzuleiten, da eine zu erwartende Verzerrung zugunsten der aktiven Teilnehmer nicht durch Gewichtung ausgeglichen werden kann.
- Bevölkerungsbefragungen liefern dagegen keine verwertbaren Aussagen hinsichtlich einzelner Kommunikationsräume. Des Weiteren ist zu erwarten, dass aktive und passive Teilnehmerschaft ein und derselben Person von Kommunikationsraum zu Kommunikationsraum wechselt.
- Direkte Beobachtungen und die Analyse von Textarchiven (oder Logdateien) lassen nur die Analyse des Verhaltens der aktiven Teilnehmer zu; Hinweise auf Anteil und Verhalten der passiven Teilnehmer vermögen sie nicht zu geben.
- Auch die kombinierte Analyse der Textarchive (oder Logdateien) mit der aktuellen Teilnehmerliste lässt ebenfalls keine Bestimmung des Anteils der passiven Teilnehmer zu, da sich einerseits nicht sagen lässt, wann die Teilnehmer in den Kommunikationsraum eingetreten sind, und andererseits nur darüber spekuliert werden kann, ob und wann sie in der Zukunft einen Beitrag leisten werden.

Das Verhalten der passiven Teilnehmer ist – wenn die Untersuchung ohne Befragung auskommen soll – unserer Ansicht nach nur auf der Basis einer Verlaufsanalyse des Verhaltens aller in einem bestimmten Zeitintervall neu in den Kommunikationsraum eingetretenen Akteure möglich. Im Zentrum unseres Ansatzes steht daher die Rekonstruktion der individuellen Geschichte von Akteuren innerhalb des Kommunikationsraumes. Diese beginnt mit dem Eintritt in den Kommunikationsraum, umfasst die Beiträge zur Kommunikation und endet mit dem Verlassen des Raumes. Alle Zeitangaben sind auf den Eintrittszeitpunkt bezogen, also relativ und damit mit denen von anderen Akteuren vergleichbar.

### 2.1 Datenbasis

Von Mailinglisten sind oft nicht nur Archivdateien zugänglich, in denen alle Beiträge eines Monats oder einer Woche gespeichert sind, sondern auch

das Mitgliederverzeichnis der Mailingliste. Dieses wird automatisch immer auf dem neuesten Stand gehalten, die Veränderungen werden nicht protokolliert; auch werden alte Verzeichnisse nicht archiviert. Neben den Textarchiven verschiedener Mailinglisten besteht die Datenbasis der folgenden Untersuchung aus den Teilnehmerverzeichnissen der Mailinglisten, die in regelmäßigen Abständen (monatlich) abgerufen und archiviert wurden. Um mit derartigem Datenmaterial eine Entwicklung nachzeichnen zu können, müssen die Sequenzen von Teilnehmerlisten einen längeren Zeitraum überdecken. Die benötigte Zeitspanne sprengt allerdings die Möglichkeiten der meisten geförderten Projekte und auch vieler wissenschaftlicher Arbeiten. In den von uns untersuchten acht Mailinglisten haben wir die Teilnehmerdaten über mindestens 34 Monate mitgeführt. Es handelt sich um die folgenden Listen:

**Tabelle 1** Untersuchte Mailinglisten

Listen-namen	eMail-Adresse des Listenservers	Liste besteht seit
Critical-Cafe	majordomo@mjmail.eeng.dcu.ie	November 1995
Descartes-L	listserv@bucknell.edu	Juli 1995
Hegel-L	listserv@bucknell.edu	April 1995
Kant-L	listserv@bucknell.edu	Januar 1994
Logic-L	listserv@bucknell.edu	März 1994
Peirce-L	listproc@ttacs6.ttu.edu	August 1993
Phil-Logic	listserv@bucknell.edu	Juni 1995
Process-Philosophy	mailbase@mailbase.ac.uk	August 1994

Bei der Auswahl der Listen beschränkten wir uns auf solche mit wissenschaftlichen Themen, da hier am ehesten zu erwarten ist, dass bei den Teilnehmern ein inhaltliches Interesse an den Beiträgen besteht und sich Lurking – im Sinne von Trittbrettfahren – am ehesten lohnen würde. Außerdem wurde darauf geachtet, dass die Themen der Listen in einer engen Beziehung zueinander stehen, auf die in der Listenbeschreibung z. T. auch explizit hingewiesen wird<sup>11</sup>. Durch diese Auswahl kann man erwarten,

<sup>11</sup> „Process-Philosophy is an open forum for discussing topics pertaining to Process Thought. Emphasis is on Whitehead's Metaphysics and Hartshorne's Theology, but remarks on historically influential thinkers such as Peirce, Bergson, James, and any contemporary contributors are encouraged“ – so die Index-Datei der Mailingliste Process-Philosophy).

ten, dass ein Teil der Mitglieder einer Liste auch eine oder mehrere der übrigen Listen subskribiert hat. In diesem Falle ließe sich eine Aussage über gleiches oder unterschiedliches Verhalten von Akteuren in unterschiedlichen Kommunikationsräumen treffen. – Alle Listen stammen aus dem Bereich der Philosophie, fünf der Listen werden auf ein und demselben Listenserver (listserv@bucknell.edu) verwaltet.

Die Untersuchung basiert auf dem Vergleich *individueller* Teilnehmerkarrieren über die Dauer von 12 Monaten nach Eintritt in die Liste. Insofern kann man nicht von einem einheitlichen Untersuchungszeitraum für alle Teilnehmer sprechen. Es ist vielmehr so, dass alle Teilnehmer in die Untersuchung eingehen, die sich zwischen September 1996 und Juni 1998 namentlich<sup>12</sup> neu in die jeweilige Mailingliste eingeschrieben haben. Bei einem Entwicklungshorizont von maximal 12 Monaten mussten die Archivdateien bis Juni 1999 in die Untersuchung mit einbezogen werden, da ja auch die Karrieren der Teilnehmer erfasst werden mussten, die zuletzt neu in eine der Mailinglisten eingetreten waren.

**Tabelle 2** Anzahl der neu eingetretenen Mitglieder

Critical-Cafe	170	Logic-L	427
Descartes-L	246	Peirce-L	275
Hegel-L	294	Phil-Logic	144
Kant-L	430	Process-Philosophy	229

Bei der Auswahl der Listen wurde auch darauf geachtet, dass ein genügend großer Abstand zwischen der Gründung (bzw. der Einstellung) der Listen und dem ersten Teil des Untersuchungszeitraums besteht, der zur Bestimmung der neu eingetretenen Mitglieder dient. Damit sollen Verzerrungen gegenüber dem Verhalten in einem etablierten und aktiv genutzten Kommunikationsraum vermieden werden.

Da die Teilnehmerlisten im Abstand von einem Monat erhoben wurden, lassen sich der Zeitpunkt der Subskription und der Zeitpunkt des Ausscheidens nur mit einer Unsicherheit von maximal einem Monat schätzen.

<sup>12</sup> Die Anzahl der Teilnehmer, die namentlich nicht in der Mitgliederliste aufgeführt sind („concealed subscribers“) ist mit unter 1 % vernachlässigbar gering.

## 2.2 Abgrenzung der Untersuchungsmethode

Ein quantitativer Zugang zur Beschreibung der „Dauer der kommunikativen Enthaltbarkeit“ besteht darin, die Verteilungsfunktion  $F(t) = \Pr\{T \leq t\}$  der Zufallsvariablen  $T$  „Zeit bis zum ersten Beitrag“ bzw. die zugehörige Überlebensfunktion  $S(t) = \Pr\{T > t\} = 1 - F(t)$  zu schätzen.<sup>13</sup> Die statistischen Verfahren zur Schätzung der Überlebensfunktion  $S(t)$  fallen in den Bereich der Überlebenszeitanalyse („survival analysis“ im sozialwissenschaftlichen Kontext gelegentlich auch „event history analysis“, genauer „continuous time event history analysis“, genannt).

Das Problem der Überlebenszeitanalyse besteht nun darin, dass das in Rede stehende Ereignis, im vorliegenden Fall das Senden des ersten Beitrages an die Mailingliste, innerhalb des zur Verfügung stehenden Untersuchungszeitraumes nicht notwendigerweise für alle untersuchten Personen eintreten muss. Der Grund dafür kann darin bestehen, dass Listenmitglieder

1. die Mailingliste (innerhalb) des Untersuchungszeitraums verlassen, ohne einen Beitrag zur Diskussion geleistet zu haben,
2. zwar aktiv werden, aber lediglich, um Hinweise zu erhalten, wie die Mailingliste verlassen werden kann,
3. bis zum Ende des Untersuchungszeitraumes keinen Beitrag leisten, ohne dass man weiß, ob sie es danach nicht doch noch tun werden.

Für die Fälle, bei denen das Ereignis eintritt, ist exakt bekannt, wie lange es dauert, bis der erste Beitrag geleistet wird. Für die übrigen Fälle, die sog. *zensierten Fälle*, kann man lediglich *eine untere Schranke* für die Dauer der kommunikativen Enthaltbarkeit angeben, nämlich ihre Verweildauer in der Liste bis maximal zum Ende des Untersuchungszeitraumes. Damit tragen aber auch die zensierten Fälle eine Information, die zur Schätzung der Überlebensfunktion genutzt werden könnte. Diese Information sollte nicht leichtfertig verworfen werden. Andererseits ist es für die Nutzung der in den zensierten Fällen enthaltenen Information für die Schätzung der Überlebensfunktion notwendig, dass gewisse Modellannahmen erfüllt sind.

<sup>13</sup> Dabei bedeutet  $\Pr\{x\}$  die Wahrscheinlichkeit des Ereignisses  $x$ . Die Verteilungsfunktion  $F(t)$  gibt also die Wahrscheinlichkeit an, bis zum Zeitpunkt  $t$  einen Beitrag an die Mailingliste geschickt zu haben, und die Überlebensfunktion  $S(t)$  die Wahrscheinlichkeit, bis zum Zeitpunkt  $t$  noch keinen Beitrag an die Liste geschickt zu haben.

Zentral für die Verwendung von Sterbetafeln und der Punkt-Limit-Methode nach Kaplan und Meier sind die folgenden Annahmen (vgl. z. B. Motulsky 1995, Chapter 6)<sup>14</sup>:

1. Innerhalb der Untersuchungszeitraums darf sich die Verteilungsfunktion der Zufallsvariablen  $T$  nicht ändern.
2. Der Zensierungsgrund muss unabhängig vom untersuchten Ereignis sein.
3. Die Verteilungsfunktion der Zufallsvariablen  $T$  muss bei den unzensierten und den zensierten Fällen identisch sein.

Falls die erste Annahme verletzt ist, wofür wir im Laufe der Analyse einige Argumente liefern werden, könnte dieses Problem dadurch umgangen werden, dass das Untersuchungskollektiv in Gruppen unterteilt werden, für die diese Annahme jeweils (näherungsweise) erfüllt ist. Dass die zweite und dritte Bedingung beim vorliegenden Untersuchungsgegenstand erfüllt sind, erscheint uns jedoch nicht begründbar. Die Mailingliste zu verlassen, ohne zuvor einen Beitrag geleistet zu haben, oder eine Nachricht lediglich zu dem Zweck an die Liste zu schicken, um sich aus der Liste auszutragen, sind Kommunikationskarrieren, die handlungslogisch alternativ zu der von uns untersuchten stehen, und somit ist in diesen Fällen der Zensierungsgrund nicht unabhängig vom untersuchten Ereignis. Damit sind diese Bedingungen auch beim dritten Zensierungsgrund (Erreichen des Untersuchungsendes,

<sup>14</sup> Motulsky (1995) nennt u.a. folgende Annahmen:

- „Time of censoring is unrelated to survival. The survival of the censored patients must be identical (on average) to the survival of the remainder. If there are many censored subjects, this assumption is critical to the validity of the results. There is no reason to doubt that assumption for patients still alive at the end of the study. Patients who dropped out of the study are a different matter. You must ask why the patients left the study. If the reason is related to survival, then the survival curve would be misleading. A survival curve would be misleading, for example, if many patients quit the study because they were too sick to come to the clinic or because they felt too well to take medication. In well-run studies, a very small fraction of patients leave the study. When looking at papers reporting survival curves, check what fraction of the patients dropped out of the study and why.“
- Average survival does not change during the course of the study. If patients are enrolled over a period of years, you must assume that overall survival is not changing over time. You can't interpret a survival curve if the patients enrolled in the study early are more (or less) likely to die than those who enroll in the study later.“

ohne einen Beitrag geleistet zu haben) nicht gegeben, da unbekannt bleibt, ob diese Personen einen Beitrag leisten werden, bis zu ihrem Ausscheiden aus der Liste passiv bleiben oder lediglich fragen, wie man sich aus der Liste austragen kann. Es ist leicht einsichtig, dass es keinen Sinn macht anzunehmen, die Verteilungsfunktion der Zufallsvariablen  $T$  („Zeit bis zum ersten Beitrag“) sei für die Fälle der beiden erstgenannten Zensierungstypen (und damit implizit auch für die Fälle des dritten Zensierungstyps) mit der Verteilungsfunktion der Zufallsvariablen  $T$  für die unzensierten Fälle identisch.

Unter diesen Umständen muss in der vorliegenden Untersuchung auf die Anwendung eines der Standardverfahren der Überlebenszeitanalyse verzichtet werden und damit auch auf die Schätzung von Kenngrößen der Zufallsvariable  $T$ , die zu einer empirischen Charakterisierung des Verhaltens der passiven Teilnehmer ohne vorherige Einschränkung durch eine operationale Definition des Begriffs „Lurker“ hätte dienen können.

Stattdessen setzen wir als Untersuchungsrahmen und als operationale Definition des Begriffs Lurker fest:

- (1) *Als Untersuchungskollektiv betrachten wir alle Teilnehmer die mindestens 12 Monate in die Liste eingeschrieben sind.*
- (2) *Ein Lurker ist ein Teilnehmer, der sich innerhalb dieses Zeitraumes nicht zu Wort gemeldet hat.*
- (3) *Das Kollektiv der Teilnehmer, die vor dem Ablauf von 12 Monaten aus der Liste wieder ausgeschieden sind, wird getrennt analysiert.*

Die Länge des individuellen Entwicklungshorizonts von 12 Monaten stellt sicher, dass von jedem neu in die Liste eingetretenen Teilnehmer festgestellt werden kann, ob es sich bei ihm um einen Lurker handelt oder nicht. Darüber hinaus ist die Definition so gewählt, dass zwischen dem Lurking als passage-rem Phänomen einerseits und dem Lurking als feststehendem Rollenmuster andererseits unterschieden werden kann.

Der Ansatz, für die Akteure in einem Kommunikationsraum individuelle Zeitskalen aufzustellen, die mit dem Zeitpunkt der Subskription beginnen und auf denen die Aktivitäten der jeweiligen Akteure verzeichnet sind, erlaubt unserer Ansicht nach eine differenziertere Typisierung der Teilnehmer von Mailinglisten als lediglich die Unterscheidung zwischen aktiven und passiven Teilnehmern; doch wollen wir uns an dieser Stelle auf die Untersuchung des Lurking beschränken.

### 3. Ergebnisse

#### 3.1 Anteil der Lurker

Verwendet man die obige operationalisierte Definition, lässt sich der Anteil der Lurker fundiert schätzen. In der folgenden Grafik ist, getrennt nach Listen, der Anteil der Teilnehmer eingetragen, die bis zum  $n$ -ten Monat ihrer Mitgliedschaft noch nicht aktiv geworden sind.

Dabei zeigt sich, dass der Anteil der Lurker an den zwischen September 1996 und Juni 1998 neu eingetretenen Mitgliedern in den verschiedenen Mailinglisten unterschiedlich groß ist; er beträgt, je nach Liste, zwischen 56 und 81 Prozent. Geht man davon aus, dass sich die früher eingetretenen Mitglieder ähnlich verhalten wie die neu eingetretenen, so ergibt sich im Mittel ein Lurkeranteil von ca. 70%.<sup>15</sup>

Neben einer Abschätzung des Lurkeranteils gibt Abbildung 1<sup>16</sup> Einblick in den Verlauf der kumulierten individuellen Teilnehmerkarrieren. Damit wird nachvollziehbar, wann Teilnehmer im Mittel ihren ersten Beitrag leisten: Neu eingeschriebene Mitglieder senden entweder relativ kurz nach Eintritt in den Kommunikationsraum eine erste Nachricht, oder aber sie bleiben mit hoher Wahrscheinlichkeit passiv. Denn mit jedem weiteren Monat inaktiver Mitgliedschaft schwächt sich die Erwartung eines Beitrages weiter ab. Von den innerhalb des Entwicklungshorizonts von 12 Monaten aktiv gewordenen Teilnehmern, senden, je nach untersuchter Liste, zwischen 2/3 bis 4/5 ihren ersten Bei-

<sup>15</sup> Den Anteil der Lurker an den zwischen September 1996 und Juni 1998 neu eingetretenen Mitglieder betrachten wir als Schätzwert für den unbekanntem Lurkeranteil in der jeweiligen Mailingliste.

<sup>16</sup> Abbildung 1 lässt sich auch als Darstellung der Überlebensfunktion der Sterbetafel interpretieren, die entsteht, wenn man nur die Fälle von Teilnehmern betrachtet, die mindestens 12 Monate in der Liste eingeschrieben waren und die Fälle zensiert werden, bei denen innerhalb der ersten 12 Teilnehmemonate keine Mitteilung an die Mailingliste geschickt wurde. Bezogen auf diese Grundgesamtheit kann man die Ordinate auch als kumulative Überlebenswahrscheinlichkeit interpretieren, d. h. als den Schätzwert der Wahrscheinlichkeit, bis zum Ende des  $n$ -ten Monats noch keinen Beitrag geleistet zu haben. Der Übersichtlichkeit halber haben wir für die Darstellung nicht, wie beispielsweise in SPSS üblich, eine Treppenfunktion, sondern einen Polygonzug benutzt. Außerdem haben wir den Funktionsverlauf nach dem 12-ten Monat abgeschnitten. – Zur Benutzung eines Polygonzuges statt einer Treppenfunktion vgl. Herrmann 1998: Abb. 2.4. Analoges gilt für Abbildung 4.

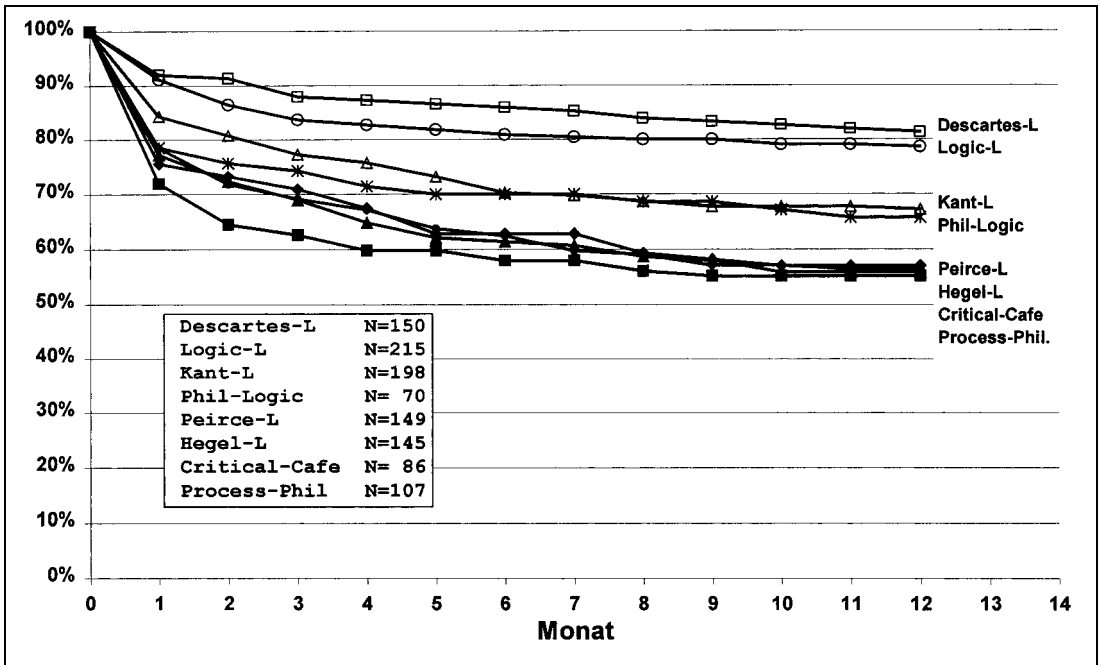


Abb. 1 Anteil der im n-ten Monat noch nicht aktiv gewordenen Teilnehmer nach Listen. (Basis: neu eingetretene Teilnehmer, die mindestens 12 Monate eingeschrieben waren)

trag innerhalb der ersten vier Monate nach Listeneintritt.

Es zeigt sich, dass die von uns festgelegte Definition von Lurkern konservativ gewählt ist. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Teilnehmer, der 12 Monate lang keinen Beitrag geleistet hat, sich danach noch beteiligt, scheint äußerst gering zu sein.

### 3.2 Lurker als Position im Sozialraum

Lurker stellen offensichtlich in allen virtuellen Kommunikationsräumen die Mehrheit. Ob sie sich dabei an die Netiquette halten, erscheint aufgrund der bisherigen Ergebnisse zweifelhaft. Die Netiquette schreibt vor, neue Teilnehmer sollten zunächst mitlesen oder sich anhand der Archive auf den Stand der Diskussion bringen. Auch wenn nicht ausgeschlossen werden kann, dass sich die neu eingetretenen Teilnehmer relativ schnell über den bisherigen Verlauf des Kommunikationsprozesses orientieren, so legt Abbildung 1 doch nahe, dass sich höchstens eine Minderheit an die Netiquette hält. Es scheint vielmehr so zu sein, dass die Entscheidung darüber, ob ein Teilnehmer aktiv wird, sehr bald nach dem Eintritt erfolgt. Ein allzu langes Abwarten führt hingegen zu einer Verfestigung der

Passivität und mithin der Übernahme der Lurkerrolle.<sup>17</sup> Diese Deutung steht im Einklang mit der These, dass die Lurker eine innerhalb des Sozialraums notwendige Position bilden.<sup>18</sup>

### 3.3 Abhängigkeit des Lurkeranteils vom Mailaufkommen

In Abbildung 2 betrachten wir den Zusammenhang zwischen Lurkeranteil und mittlerem monatlichen Mailaufkommen (über den gesamten Erhebungszeitraum von 34 Monaten). Dabei deutet sich an, dass der Anteil der Lurker in einer Liste um so geringer ist, je weniger Nachrichten im Mittel über diese Liste verteilt werden. Allerdings kann die Orientierung am Nachrichtenvolumen einzelner Mailinglisten nur einen Hinweis auf den Zusammen-

<sup>17</sup> Zur Analyse von Rollen und Positionen siehe schon Linton 1967 und Nadel 1957.

<sup>18</sup> Hierbei ist zwischen der individuellen und der strukturellen Ebene zu unterscheiden. Beispielsweise wäre es durchaus möglich (aufgrund der Daten aber widerlegt), dass Lurking auf der individuellen Ebene ein Durchgangphänomen darstellt, strukturell jedoch als permanente Position gelten kann, die lediglich durch unterschiedliche Individuen repräsentiert wird.



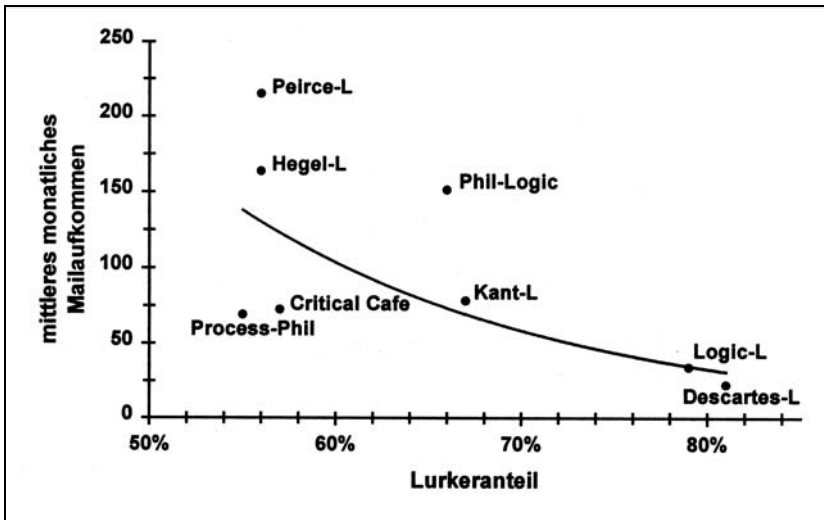


Abb. 2 Lurkeranteil versus mittleres monatliches Mailaufkommen (Das mittlere monatliche Mailaufkommen bezieht sich auf den gesamten Untersuchungszeitraum von 34 Monaten.)

hang zwischen Lurkeranteil und Mailaufkommen geben, denn dieses schwankt im Untersuchungszeitraum beträchtlich.

Die folgende Graphik belegt beispielsweise, dass das mittlere monatliche Mailaufkommen bei den Listen *Hegel-L* und *Phil-Logic* im Laufe der Untersuchung stark ansteigt bzw. stark abfällt. Je nach Eintrittszeitpunkt ist ein neu eingeschriebener Teilnehmer also mit einem stark unterschiedlichen Nachrichtenaufkommen im Verlauf konfrontiert. Eine differenziertere Betrachtung des Zusammenhangs zwischen mittlerem monatlichem Mailaufkommen und der Passivität der Teilnehmer erscheint uns daher angebracht.

Zu diesem Zweck ignorieren wir die Zuordnung der Teilnehmer zu Mailinglisten und betrachten lediglich das mittlere monatliche Mailaufkommen, dem diese Teilnehmer während ihrer Mitgliedschaft in der Liste (maximal aber den ersten 12 Monaten ihrer Mitgliedschaft) ausgesetzt waren. Diese Daten benutzen wir, um die Teilnehmer neu zu klassifizieren, in solche, die einem niedrigen, einem mittleren und einem hohen Mailaufkommen ausgesetzt waren. Genauer gesagt: wir benutzen als Trennpunkte (cutpoints) der Kategorien das 10 %, 25 %, 50 %, 75 % und 90 %-Perzentil des mittleren individuell erfahrenen monatlichen Mailaufkommens der Teilnehmer. Durch diese Klassifi-

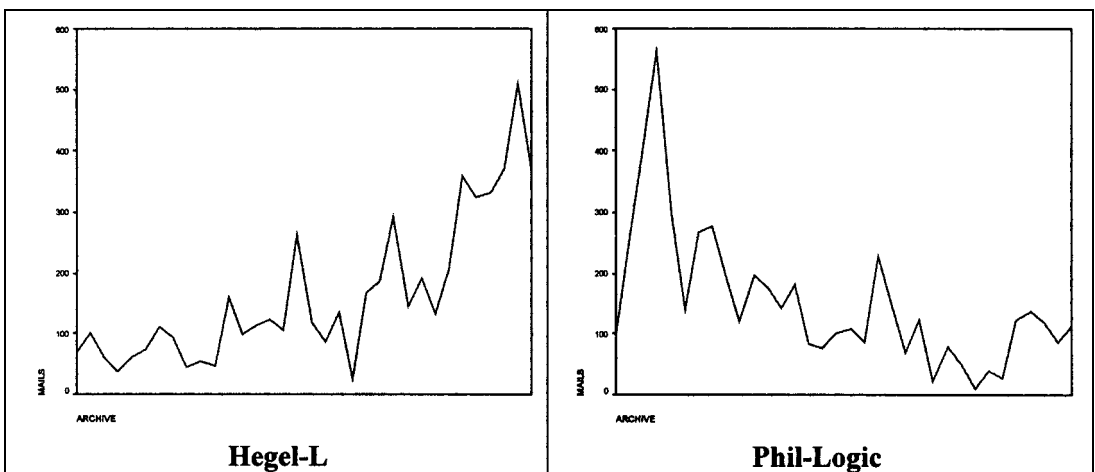


Abb. 3 Unterschiedliche Entwicklung des Mailaufkommens in den Listen Hegel-L und Phil-Logic

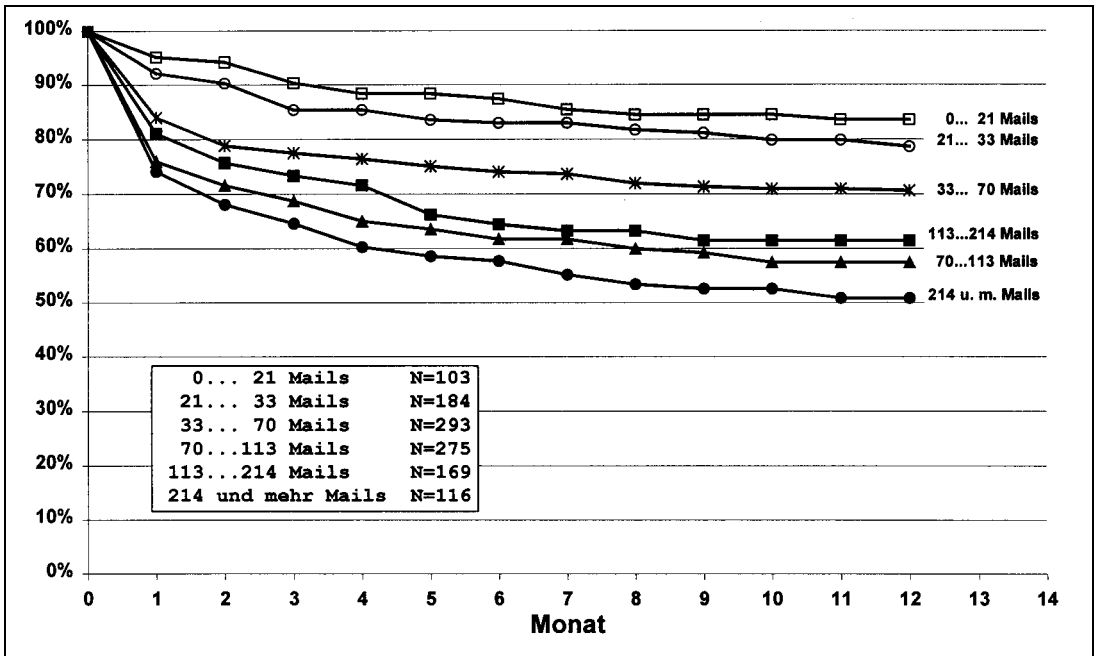


Abb. 4 Anteil der im n-ten Monat noch nicht aktiv gewordenen Teilnehmer nach mittlerem monatlichen Mailaufkommen. (Basis: neu eingetretene Teilnehmer, die mindestens 12 Monate eingeschrieben waren)

zierung lassen sich die Probleme vermeiden, die durch die unterschiedliche Entwicklung der einzelnen von uns untersuchten Mailinglisten entstünden. Betrachtet man als einziges relevantes Merkmal das Nachrichtenvolumen einer Liste, so ließen sich die Ergebnisse zwanglos auf Listen mit durchgängig niedrigem, mittlerem oder hohem Mailaufkommen übertragen.

Das Ergebnis unterstützt unseren Befund, dass nämlich der Anteil der passiven Teilnehmer mit dem mittleren individuell erfahrenen Mailaufkommen zusammenhängt. Die Vertauschung der Werte für die Kategorien „70...130 Mails“ und „130...214 Mails“ führen wir auf andere, listenspezifische Faktoren zurück. Hierfür spricht die Analyse der Mischungsverhältnisse der Listen bezüglich der aus dem mittleren individuell erfahrenen Mailaufkommen abgeleiteten Kategorien.

### 3.4 Lurker sind keine Trittbrettfahrer

Unter den unterschiedlichen Wertungen des passiven Verhaltens findet sich auch, wie oben bereits bemerkt, die Zuschreibung, bei den Lurkern han-

dele es sich um Trittbrettfahrer,<sup>19</sup> die sich die Informationen, aber auch die Ideen, welche von den aktiven Teilnehmern in den Diskussionsraum hinein getragen werden, zu Nutze machten, ohne selbst etwas zu dessen Entwicklung zu tun oder etwas Inhaltliches beizutragen. Diese Behauptung lässt sich empirisch prüfen: Wenn es zuträfe, dass passive Teilnehmer die Gemeinschaft in der beschriebenen Weise ausbeuteten, müssten Lurker dort am ehesten zu finden sein, wo sie am meisten profitieren könnten, nämlich in Foren mit hohem Nachrichtenaufkommen. In Abbildung 4 wird der Zusammenhang zwischen individuell erfahrenem mittleren monatlichen Nachrichtenaufkommen und dem Anteil der bis zum n-ten Mitgliedsmonat passiv gebliebenen Teilnehmer dargestellt. Das Ergebnis ist nicht mit der Annahme vereinbar, dass es sich bei Lurkern um Trittbrettfahrer („freerider“) handelt. Je mehr Beiträge innerhalb des Kommunikationsraumes zirkulieren, desto geringer ist der Anteil der Lurker. Wäre die Überlegung richtig,

<sup>19</sup> Diese Behauptung von Kollock & Smith (1994) spielt auch in der gegenwärtigen Diskussion immer noch eine Rolle (Wellman & Gulia 1999).

dass Lurking auf die bequeme Abschöpfung von Ideen und Informationen zielt, wäre ein Zusammenhang in umgekehrter Richtung zu erwarten gewesen.

Aber ist die herabsetzende Deutung der Motivation der Lurker überhaupt haltbar? Dies erscheint zweifelhaft, denn in ihr wird das Verhalten der Lurker aus der Perspektive der aktiven Teilnehmer verkürzt interpretiert, nämlich als bloßes Abschöpfen der von ihnen eingebrachten Ideen und Informationen. Dabei vernachlässigen sie, wie viel Aufwand *generell* notwendig ist, um den Beiträgen einer Mailingliste zu folgen: dies erfordert zumindest regelmäßiges Mitlesen, um sich auf dem Laufenden zu halten. Bei hohem Nachrichtenaufkommen und erst recht, wenn mehrere Listen parallel abonniert wurden,<sup>20</sup> besteht überdies die Gefahr eines E-Mail Overload (Whittaker & Sidner 1997; Tuten 1997), also eines Zustandes, in dem kaum noch wichtige und unwichtige Nachrichten zu unterscheiden sind. Auch ist es äußerst mühevoll, stets zwischen thematisch interessanten Mitteilungen und weniger interessanten Ankündigungen oder administrativen Mitteilungen zu trennen. Schließlich ist laufend darüber zu entscheiden, was mit einer eingegangenen Nachricht geschehen soll: Ist die Information so bedeutsam, dass sie archiviert werden sollte? Findet sich die Zeit, sie zu einem späteren Zeitpunkt zu lesen? Oder kann sie gleich im virtuellen Papierkorb entsorgt werden? Es erscheint äußerst unplausibel, dass ein Lurker diese Arbeit auf sich nähme, wenn es ihm hauptsächlich um das effiziente Abschöpfen von Ideen und Informationen ginge. Er übt selbst ja keinerlei Einfluss auf die Richtung der Diskussion und auf die Art der Beiträge aus und hat damit auch keine Möglichkeit, gezielt an Informationen zu kommen. Daraus lässt sich wohl der Schluss ziehen, dass sich Lurking insbesondere bei hohem Nachrichtenvolumen nicht lohnt.

Wenn diese These zutrifft, sollte sich das individuell erfahrene Mailaufkommen ebenfalls für das Verhalten jener Teilnehmer einer Mailingliste als relevant erweisen, die kürzer als 12 Monate eingeschrieben sind.

### 3.5 Vorzeitiger Austritt in Abhängigkeit vom Mailaufkommen

Zur empirischen Prüfung dieses Zusammenhangs erfolgt die Beschreibung des Kollektivs der vorzeitig ausgeschiedenen Listenteilnehmer ebenfalls aufgrund synthetischer Kategorien, die die Höhe des während der Mitgliedschaft individuell erfahrenen mittleren monatlichen Mailaufkommens reflektieren. Als Trennpunkte werden gleichfalls das 10 %-, 25 %-, 50 %-, 75 % und das 90 %-Perzentil dieses Merkmals innerhalb des Kollektiv benutzt.

Abbildung 5 zeigt, dass die Teilnehmer, die während ihrer Mitgliedschaft mit einem sehr hohen Mailaufkommen konfrontiert waren, die betreffende Liste schneller verlassen, als die Teilnehmer mit niedrigem bis hohem Mailaufkommen. Zwar kann man erwarten, dass Teilnehmer (etwa durch Mitgliedschaft in mehreren Mailinglisten) individuell einem unterschiedlichen Nachrichtenvolumen ausgesetzt sind; dennoch scheint jenseits der Grenze von 7 Mails pro Tag von einer Liste der E-Mail Overload zu beginnen. Dieses Ergebnis unterstützt die These, dass für das Verhalten der Teilnehmer der Aufwand von großer Bedeutung ist, der betrieben werden muss, um die einlaufenden Mitteilungen zu bearbeiten.

### 3.6 Mehrfachmitgliedschaften in internetbasierten Diskussionsforen

Zieht man die oben bereits erwähnte These von der strukturellen Notwendigkeit des Lurking in Betracht (Stegbauer & Rausch 1999), so ergibt sich die Frage, ob diese Position von Akteuren aufgrund ihrer individuellen Disposition eingenommen wird oder ob nicht aktive Positionen bereits bei Eintritt in den Kommunikationsraum besetzt erscheinen. Eine Antwort hierauf könnte der Vergleich des Verhaltens von Lurkern in unterschiedlichen Kommunikationsräumen geben, etwa durch die Analyse von Mehrfachmitgliedschaften in den von uns untersuchten Mailinglisten oder durch die zusätzliche Betrachtung anderer internetbasierter Diskussionsforen wie der Newsgruppen des Usenet. Sollte sich erweisen, dass die Lurker eines Kommunikationsraums aktive Rollen in einem anderen Kommunikationsraum übernehmen, spräche dies gegen die These, dass Lurking das Ergebnis einer individuellen Disposition der Akteure ist. Einen ähnlichen Schluss müsste man ziehen, falls sich ergäbe, dass sich aktive und passive Teilnehmer hinsichtlich ihrer Teilnahme im Usenet nicht wesentlich unterscheiden.

<sup>20</sup> In Befragungen taucht die Frage nach der Anzahl abonniertener Mailinglisten öfters auf. Bosnjak et al. (1998) z. B. teilen mit, dass die Teilnehmer in durchschnittlich 5,5 Listen eingeschrieben sind.

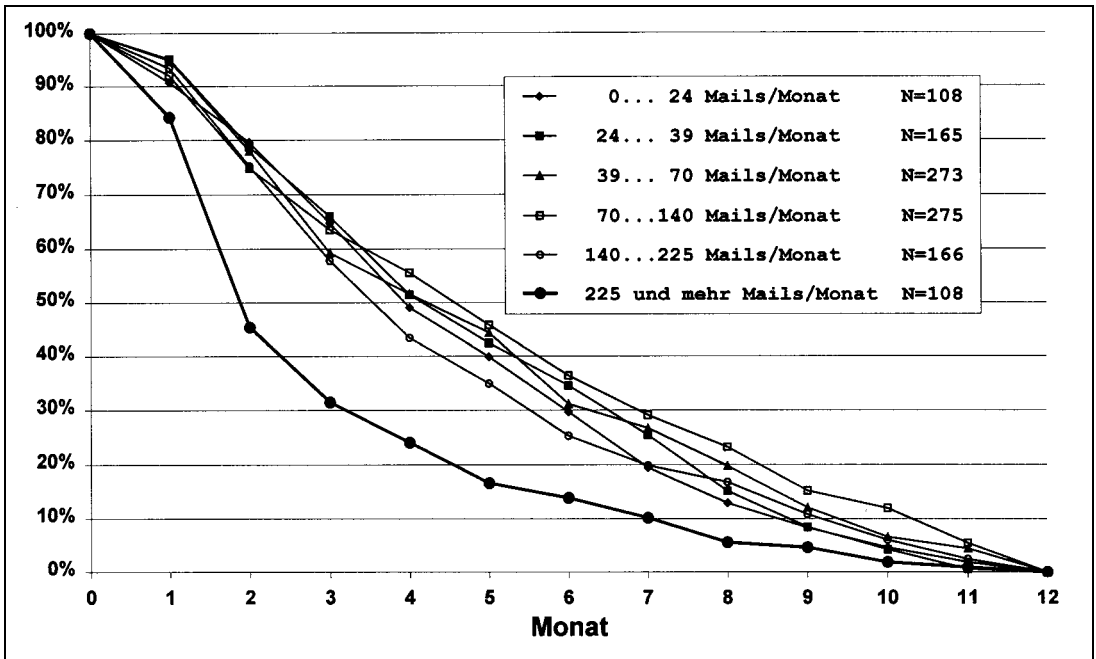


Abb. 5 Anteil der Teilnehmer, die die Liste bis zum n-ten Monat verlassen haben. (Basis: alle neu eingeschriebenen Teilnehmer, die die Liste bis zum 12. Teilnehmemonat verlassen haben.)

Tabelle 3 Teilnehmerverhalten in unterschiedlichen Kommunikationsräumen. (Es werden nur die Teilnehmer betrachtet, die mindestens 12 Monate in eine Mailingliste eingeschrieben waren.<sup>22</sup>)

Anzahl Listen	Position	Zeilenprozente		ins-ges.	Spaltenprozente		N	
		aktiv in Newsgruppen nein	ja		aktiv in Newsgruppen nein	ja		
genau eine	Lurker	83 %	17 %	100 %	62 %	51 %	60 %	616
genau eine	Poster	76 %	24 %	100 %	31 %	41 %	33 %	342
mehrere	überall Lurker	83 %	17 %	100 %	5 %	4 %	4 %	46
mehrere	überall Poster	57 %	43 %	100 %	0 %	1 %	1 %	7
mehrere	sowohl Lurker als auch Poster	72 %	28 %	100 %	2 %	2 %	2 %	18
insgesamt		825	204	1029	100 %	100 %	100 %	1029

Tabelle 3 fasst die hierzu von uns gewonnenen Daten<sup>21</sup> zusammen. Aus dem mit „Zeilenprozente“ überschriebenen Teil der Tabelle, ist zu ersehen, dass Teilnehmer, die innerhalb von 12 Monaten nach ihrem Eintritt aktiv wurden („Poster“), insgesamt eine etwas höhere Tendenz besitzen, auch in

Newsgruppen Beiträge zu leisten als Lurker. Bei Betrachtung des individuellen Verhaltens kann man annehmen, dass individuelle Dispositionen, etwa Kontaktfreudigkeit o.ä., durchaus eine Rolle hin-

<sup>21</sup> Die Daten über die Aktivitäten der von uns betrachteten Akteure in Newsgruppen haben wir aus automatisierten Recherchen in den Archivdatenbanken des WWW-Servers <http://www.dejanews.com> gewonnen.

<sup>22</sup> Überschneidungen werden nur zwischen den Mailinglisten gezählt, die der jeweilige Teilnehmer mindestens 12 Monate subskribiert hatte, denn nur für diese lässt sich aufgrund des von uns benutzten Kriteriums entscheiden, ob es sich bei dem Teilnehmer in dem betreffenden Kommunikationsraum um einen Lurker handelt oder nicht.

sichtlich der Aktivität auch in anderen Bereichen des Internet spielen. Allerdings ist die Differenz zwischen Lurkern und Postern nicht so groß, dass individuelle Ursachen als einziges in Betracht gezogen werden könnten. Die strukturelle These scheint als Erklärung also keineswegs abwegig.

Sieht man jedoch von den individuellen Akteuren ab und begreift „Poster“ und „Lurker“ als soziale Positionen,<sup>23</sup> dann lässt sich Tabelle 3 auf eine ganz andere Weise interpretieren. Betrachtet man nämlich die Spaltenprozentage, so zeigt sich, dass die Mehrheit der Teilnehmer des von uns gewählten Untersuchungskollektivs, die in Newsgruppen aktiv sind, in den von uns betrachteten Mailinglisten passiv bleibt. Nimmt man ferner an, dass Mehrfachmitgliedschaften eine notwendige Bedingung für den Informationsaustausch zwischen ansonsten gegeneinander abgeschotteten Kommunikationsräumen sind, dann findet sich das größte Potential für die Übertragung von Inhalten bei den Lurkern. Da die Lurker die Mehrheit aller Teilnehmer von Mailinglisten stellen, ist es diese Position, die über die meisten Kontakte zu anderen Kommunikationsräumen verfügt.

#### 4. Diskussion

Das Verhalten von Lurkern lässt sich im Verlauf gut prognostizieren: Wenn sich ein neuer Teilnehmer während der ersten drei oder vier Monate nicht äußerte, besteht nur noch eine geringe Wahrscheinlichkeit, zu einem späteren Zeitpunkt noch aktiv zu werden. Zahlreiche Hinweise deuten darauf hin, dass dieses Verhalten demjenigen ähnelt, welches in Versammlungen und Konferenzen beobachtet wurde (Rauch 1983). Rauch konnte an zahlreichen Beispielen eine Struktur beobachten, in der die Sitzung – anders als in Kleingruppen, in denen ein starker Konsensdruck zu beobachten war – in unterschiedliche Fraktionen mit verfestigten Haltungen zerfiel. Immer ließen sich zentrale Sprecher und ein (relativ) stummes Publikum unterscheiden. Wer die Positionen des Sprechers übernahm und wer zum Publikum gehörte, differenzierte sich immer innerhalb relativ kurzer Zeit aus.<sup>24</sup> Die Sprecherposition ver-

festigte sich und schränkte die Aktivitätsspielräume für zunächst Inaktive immer stärker ein. Meldete sich später einmal ein Akteur aus dem „Publikum“ zu Wort, dann bedurfte es dazu eines wichtigen Anlasses, und es handelte sich im Gegensatz zu den Beiträgen der Hauptsprecher fast immer um inhaltlich sehr präzise Bemerkungen.

Andererseits unterscheiden sich Mailinglisten und Großgruppen im realen Raum in wichtigen Eigenschaften: In letzteren findet in der Regel eine, wenn gleich oft schwache, Rückkopplung zwischen Sprecher und Publikum statt, etwa durch Zwischenrufe, Gestik, Mimik und verschiedene andere Formen von Beifalls- oder Missfallensbekundungen. Diese Rückkopplung trägt auch zur Strukturierung der Beziehungen zwischen den Diskutierenden bei. Eine inhaltliche Position, die vom Publikum nicht auf die eine oder andere Weise mitgetragen wird, hat keine Chance, sich im Diskussionsprozess durchzusetzen. Mit dem Wegfall einer solchen *inhaltlichen* Position ändert sich aber auch die Zusammensetzung der *sozialen* Positionen des durch die Kommunikationsbeziehungen gebildeten Netzwerkes: durch die Reaktion des Publikums finden sich ein oder mehrere Akteure aus ihrer Zugehörigkeit zur Position der Hauptsprecher gedrängt (Rauch 1983: 260). – Eine Rückkopplung durch das Publikum wäre in Mailinglisten hingegen nur dadurch möglich, dass Akteure die Position des Publikums verlassen und sich explizit äußern.

Mailinglisten und Großgruppen unterscheiden sich auch hinsichtlich der zur Verfügung stehenden Zeit. In Großgruppen ist aufgrund des begrenzten Zeitbudgets und der Möglichkeit der unmittelbaren Reaktion auf einen Beitrag die Kommunikation weit dichter als in Mailinglisten, bei denen es allein schon aufgrund der Asynchronität des Mediums zu einer Verlangsamung des Kommunikationsprozesses kommt. Diese wird dadurch verstärkt, dass in Mailinglisten im Gegensatz zu Großgruppen die strikte Sequenzialität gelegentlich durchbrochen wird und sich temporär mehrere nebeneinander bestehende Diskussionszirkel herausbilden können. Die Kommunikation in Mailinglisten ist im Gegensatz zu der in Großgruppen nicht auf eine zuvor vereinbarte Themenabfolge, ein Ziel oder ein Ende hin orientiert, sondern verläuft eher assoziativ und weitgehend ungeplant. Aufgrund der vergleichsweise hohen Fluktuation in Mailinglisten werden bereits abgehandelte Themen oft erneut aufgegriffen

<sup>23</sup> Der von uns verwendete Begriff der sozialen Position geht auf Nadel (1957) zurück. Für die Interpretation von Blockmodellen in der Netzwerkanalyse gewann dieser Begriff in der Folge enorme Bedeutung.

<sup>24</sup> Hinsichtlich des zur Verfügung stehenden Zeitbudgets bestehen zwischen Großgruppen und Internetforen zwar beträchtliche Unterschiede; so haben letztere in der Regel einen von vorn herein nicht beschränkten Zeithorizont.

Dennoch verläuft die Grobstrukturierung des Kommunikationsraums in „Lurker“ und „Poster“ trotz fehlendes Zeit- und Entscheidungsdruckes relativ zügig.

und bereits ausgehandelte Regularien wieder zur Disposition gestellt. Hingegen stellt sich der Verlauf der Kommunikationsgeschichte einer Großgruppe viel stringenter dar.

Trotz dieses Unterschieds lässt sich in Mailinglisten ebenso wie in Großgruppen die relativ schnelle Ausprägung der Position der Sprecher und der des Publikums beobachten. Und wie in diesem Aufsatz an Beispielen gezeigt, überwinden Lurker beim Ergreifen des Wortes eine Schwelle, die den Positionswechsel vom Zuhörer zum Diskussionsteilnehmer markiert.<sup>25</sup>

Hieran kommen zwei unterschiedliche Ebenen der Betrachtung von Lurkern zum Ausdruck: einerseits die bereits anhand der Ergebnisse diskutierte Akteursperspektive; zum anderen eine strukturelle Perspektive.<sup>26</sup> Verharrt man auf der Akteursperspektive, sind beispielsweise Kosten/Nutzen-Fragen entscheidend.<sup>27</sup> Für einen Akteur wird es subjektiv

von Bedeutung sein, wie zentral die Inhalte eines Kommunikationsraumes seinen eigenen Interessen entgegen kommen. Es ist zu erwarten, dass hierbei nicht nur sachliche Erwägungen wichtig sind; Teilnehmer, die in irgend einer Weise persönliche Beziehungen eingegangen sind, werden stärkere Bindungskräfte hervorbringen, als solche, denen es nur auf Beobachtung ankommt. Eine weitergehende als eine rein inhaltlich orientierte Bindung kann sich aber nur entwickeln, wenn aktive Beteiligung erfolgte. Dies kann als Hinweis darauf angesehen werden, dass Aktive eher in einem Kommunikationsraum verbleiben als passive Teilnehmer, zumindest, wenn ihre erste Mitteilung beachtet wurde. Die meisten neu eingeschriebenen Mitglieder einer Mailingliste sind relativ schnell in der Lage, den Wert des Kommunikationsraumes für sie selbst abzuschätzen – dies lässt sich anhand unserer Abbildung 1 zeigen.

Andere schreiben sich ein und verbleiben in der Passivität. Die andauernde Passivität kann in einer individuellen Motivation begründet sein, wahrscheinlicher sind jedoch strukturelle Ursachen. Folgt man beispielsweise der Argumentation von Rauch (1983) weiter, dann zeigt sich, dass die aktiven Rollen relativ schnell besetzt sind.<sup>28</sup> Insofern scheint es gar nicht so leicht für Neulinge, einen Platz zwischen den bereits Etablierten zu finden. Hierzu findet sich bei Baym (1997:111) ein Beispiel: Es handelt sich um die Antwort auf einen übermittelten

<sup>25</sup> Dieses Ergebnis spricht auch gegen die Annahme, dass die schnelle Herausbildung von Positionen in Großgruppen und deren klare Abgrenzung die Folge der in diesen bestehenden Zeitbeschränkungen und des auf den Teilnehmern lastenden Ergebnisdruks sei.

<sup>26</sup> Die Gegenüberstellung von Akteursperspektive und struktureller Sichtweise (im Sinne der „Harvard-Strukturalisten“, vgl. Jansen 1999) schafft für uns lediglich einen analytischen Zugang, obwohl beide Elemente tatsächlich untrennbar verbunden sind: „Man wird die historischen Erscheinungen im ganzen auf drei prinzipielle Standpunkte hin ansehen können: auf die individuellen Existenzen hin, die die realen Träger der Zustände sind; auf die formalen Wechselwirkungsformen, die sich freilich auch nur an individuellen Existenzen vollziehen, aber jetzt nicht vom Standpunkte dieser, sondern dem ihres Zusammen, ihres Miteinander und Füreinander betrachtet werden; auf die begrifflich formulierbaren Inhalte von Zuständen und Geschehnissen hin, bei denen jetzt nicht nach ihren Trägern oder deren Verhältnissen gefragt wird, sondern nach ihrer rein sachlichen Bedeutung, nach der Wirtschaft und der Technik, nach der Kunst und der Wissenschaft, nach den Rechtsnormen und den Produkten des Gefühlslebens“ (Simmel 1992: 29–30, erstmals 1908).

<sup>27</sup> Nach, Matzat (1998) fielen für neue Mitglieder aufgrund ihrer Unkenntnis der Kommunikationsgeschichte und des –niveaus höhere Kosten an, um an der Diskussion teilzunehmen. Matzat beschäftigt sich aber nicht ausdrücklich mit dem Lurking-Phänomen, sondern eher mit der Frage, welche Parameter für die Art und Weise, in der sich Teilnehmer in einer Mailingliste äußern, von Bedeutung sind. Hierbei kommt er unter anderem zu der Auffassung, dass von neu eingetretenen Teilnehmern eher das Stellen von Fragen zu erwarten wäre, wohingegen Antworten und Diskussionsbeiträge eher von denjenigen eingebracht würden, die bereits seit längerer Zeit Mitglied im Diskussionsforum sind. Ohne uns an dieser Stelle näher

mit dem individualistischen Ansatz Matzats auseinanderzusetzen zu wollen, möchten wir anmerken, dass unser Datenmaterial gegen diese Hypothese spricht: In den von uns betrachteten Listen registrierten wir *im gesamten Untersuchungszeitraum von 34 Monaten* 2913 Neueintritte und 999 Erstbeiträge (34 %). Bei den 999 Erstbeiträgen fanden wir folgende Merkmalsverteilung:

- 260 (26 %) Beiträge, die das Ziel hatten eine Diskussion zu eröffnen (8 % Thesen o. ä., 18 % Fragen),
- 451 (45 %) Beiträge innerhalb einer begonnenen Diskussion („replies“),
- 94 (9 %) Vorstellungsbeiträge (solche wurden in einigen Listen vom Listenverwalter empfohlen),
- 37 (4 %) Informationsbeiträge, die nicht (explizit) zum Ziel hatten, eine Diskussion zu eröffnen,
- 153 (16 %) administrative Beiträge.

Der hohe Anteil administrativer Beiträge erklärt sich dadurch, dass immerhin 138 (14 %) der Erstbeiträge Nachfragen waren, wie die Liste verlassen werden könnte. 4 Beiträge waren explizit „off topic“ gemeint (z. B. Grüße).

<sup>28</sup> Rauch (1983: 264) „Wer sich zudem nicht im Anfangsstadium der Diskussion exponiert, für den wird der vom Kollektiv gewährte Spielraum dafür immer kleiner, denn Toleranz und Geduld für Neues nehmen mit fortschreitender Zeit eher ab.“

Dank wegen ihres ersten Beitrags zu einer Newsgroup, in der Fans von Seifenopern über die Serien und ihre Schauspieler diskutieren. Die Person, welche zum ersten Mal einen Beitrag leistete, setzte einen zuvor in der Zeitschrift *New Yorker* erschienenen Artikel in die Newsgroup:

„A lurker alluded to this responsibility when she responded to a post that thanked her for unliking to post a *New Yorker* magazine article about AMC: „I'm also glad for the chance to add something to this ongoing stimulating dialogue!! I've been lurking for several weeks now, but rarely post, since you all seem to already have so many fun things to say!“,“

Je mehr unterschiedliche Themen angesprochen werden, desto eher findet sich eine Chance zum Einstieg. Somit steigt die Wahrscheinlichkeit, dass ein Thema behandelt wird, zu dem der betreffende Akteur einen Beitrag leisten kann. Eine Untersuchung zur Kommunikationsstruktur von Mailinglisten (Stegbauer & Rausch 1999) legt nahe, dass die Kommunikationssequenzen gar nicht von allen gleichermaßen wahrgenommen werden. Vielmehr zerfällt der Kommunikationsraum in eine Reihe von Multilogen, die den gesamten Raum fragmentieren. So gesehen, zerfallen große Mailinglisten in subgruppenähnliche Kommunikationsbeziehungen. Die meisten Teilnehmer nehmen lediglich Nachrichten von für sie interessanten Themen oder bekannten Autoren wahr. Ja, man könnte fast sagen, die Mailingliste zerfällt auf diese Weise in eine ganze Reihe unterschiedlicher Quasi-Mailinglisten,<sup>29</sup> wobei lediglich einige zentrale Akteure die Kommunikationsbarrieren zwischen den einzelnen Multilogen überschreiten. Man darf annehmen, dass in Listen mit hohem Mailaufkommen, mehr unterschiedliche Themen diskutiert werden, als in Listen mit geringem Mailaufkommen. Damit bietet sich auch in Listen mit hohem Mailaufkommen eher die Gelegenheit, zu einem interessierenden Thema aktiv zu werden.

Lurker können ferner als Publikum angesehen werden, und als solches sind sie für die Popularität eines Sozialraumes bedeutsam. Zudem lässt sich an den Überschneidungen zwischen den untersuchten Mailinglisten mit den Newsgroups (Tabelle 3) zeigen, dass Lurker nur in etwas geringerem Maß als die Aktiven in einem anderen Sozialraum Aktivitäten entfalten. Da aber Lurker in allen Kommunikationsräumen die Mehrheit bilden, besitzen sie das größte Potential für die Verbreitung von Informationen über die Grenzen des Forum hinaus. Sie kön-

nen also durchaus etwas Positives beitragen, auch wenn sie unsichtbar bleiben.

Nimmt man nicht den einzelnen Akteur als Gegenstand der Analyse, sondern betrachtet internetbasierte Kommunikationsforen als Ganzes, dann erfüllen die Lurker als Position eine ähnliche Funktion wie die „weak ties“ in egozentrierten Netzwerken (Granovetter 1973): Uns erscheint die Annahme sinnvoll, dass die Aufmerksamkeit der zentralen Akteure besonders an den Bestand des Forums und die Aufmerksamkeit der übrigen aktiven Teilnehmer besonders an das Thema der Liste gebunden ist. Lurker scheinen in beiden Dimensionen lockerer gebunden zu sein. Man könnte sogar annehmen, dass ihr Interessenschwerpunkt eher in einem anderen Themenbereich liegt. Unter diesen Bedingungen kommt den Lurkern nicht nur eine besondere Bedeutung bei der Erhöhung der Reichweite der in dem Forum kommunizierten Inhalte zu, sondern auch für deren Streuung auf eine Vielfalt von Foren mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunktsetzungen. Sie bewirken damit viel eher als die stärker gebundenen „aktiven“ Teilnehmer die Überbrückung struktureller Lücken (Burt 1992) im Internet als einheitlichem Kommunikationsraum und darüber hinaus. In bestimmten Situationen, etwa bei Kampagnen<sup>30</sup>, käme dieser Position somit eine entscheidende Rolle hinsichtlich der Verbreitung spezifischer Informationen zu. So betrachtet scheint geradezu das Gegenteil der Auffassung von den Lurkern als Trittbrettfahrern richtig.

In der vorliegenden Untersuchung standen die passiven, ja nachgerade unsichtbaren Teilnehmer im Zentrum des Interesses. Obgleich es sich um die Mehrheit der Teilnehmer handelt, kommt diese in der überwiegenden Zahl der kaum mehr übersehbaren Bücher und Beiträge zum Internet nicht oder nur am Rande vor. Eine solche Vernachlässigung der Mehrheit der Teilnehmer ist aber nicht nur auf das Internet beschränkt. Überall, wo ausgehend von aktiven oder zentralen Akteuren, Aussagen über ein Ganzes getroffen werden, ist Ähnliches zu beobachten. Besonders augenfällig wird dies etwa bei der Wahrnehmung öffentlicher Veranstaltungen und Versammlungen aller Art – fast immer werden nur die besonders Lauten, die Vorwitzigen wahrgenommen und gewürdigt. Die Mehrheit bleibt dagegen stumm und wird unterschätzt und selbst in sozialwissenschaftlichen Studien fehlt häufig eine

<sup>29</sup> Die Ausgründung einer neuen Mailingliste aus einer bereits bestehenden, ist häufig anzutreffen.

<sup>30</sup> Gurat (1996) etwa berichtet von einer Kampagne gegen das Unternehmen „Lotus“, die sich gegen das Vorhaben, Daten von Haushalten für Direktmailing weiter zu verkaufen, richtete.

gebührende Einschätzung derselben. Diese Arbeit versteht sich als Beitrag, der sich bemüht, dieser Position im jeweiligen Sozialgefüge die notwendige Aufmerksamkeit zukommen zu lassen.

## Literatur

- Baym, N.K., 1997: Interpreting soap operas and creating community: Inside an electronic fan culture. 103–120, in: Sara Kiesler (Hrsg.), *Culture of the internet*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Bosnjak, M. / Bandilla, W. / Schneid, M. / Lorch, G. / Batinic, B. / Werner, A. / Stiegler, A., 1998: Online-Forschung im deutschsprachigen Raum. Erste Ergebnisse einer Umfrage unter Mitgliedern der „German Internet Research“ Mailingliste. (URL: [http://www.or.zuma-mannheim.de/inhalt/projekte/or\\_expert/girl98\\_1.pdf](http://www.or.zuma-mannheim.de/inhalt/projekte/or_expert/girl98_1.pdf), 04.09.2000).
- Buchstein, H., 1996: Bittere Bytes: Cyberbürger und Demokratietheorie, in: *Deutsche Zeitschrift für Philosophie* 44: 583–607.
- Burt, R. S., 1992: *Structural holes: The social structure of competition*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Döring, N., 1996: Führen Computernetze in die Vereinigung? Öffentliche Diskussion und empirische Daten. *Gruppendynamik. Zeitschrift für angewandte Sozialpsychologie*. 27, 3. (URL: <http://vs.fernuni-hagen.de/Psychologie/SOZPSYCH/GD/Artikel/doi1.htm>, 04.09.2000)
- Gibbons, M. / Limoges, C. / Novotny, H. / Schwartzman, S. / Scott, P. / Trow, M., 1994: *The New Production of Knowledge. The Dynamics of science and research in contemporary societies*. London u.a.: Sage.
- Gore, A., 1995: Forging a New Athenian Age of Democracy. *Intermedia*. 22(2): 4.
- Granovetter, M.S., 1973: The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*. Vol. 78 No. 6: 1360–1380.
- Gresham, Jr., J.L., 1994: From invisible college to cyberspace college: computer conferencing and the transformation of informal scholarly communication networks. *Interpersonal Computing and Technology: An Electronic Journal for the 21st Century*, October, 1994, Volume 2, Number 4: 37–52. (URL: <http://jan.ucc.nau.edu/~ipct-j/1994/n4/gresham.txt>, 04.09.2000)
- Gurat, L.J., 1996: The Rhetorical Dynamics of a Community Protest in Cyberspace: What Happened With Lotus MarketPlace. 265–277, in: Susan Herring (Hrsg.), *Computer Mediated Communication. Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam: John Benjamins.
- Habermas, J., 1990: *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Habermas, J., 1992: *Faktizität und Geltung*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Herrmann, H., 1998: *Überlebenszeitanalysen und Logistische Regression*. Medizinische Hochschule Hannover / Institut für Biometrie. Skript, Mai 1995. (URL: <http://www.mh-hannover.de/institut/biometrie/Scripte/Ueberlebenszeitanalysen/survival.html>, 13.06.2000)
- Herring, S.C., 1993: Gender and democracy in computer-mediated communication. *Electronic Journal of Communication* Vol. 3, No. 2 (not paginated). Reprinted in Rob Kling (Hrsg.), 1996, *Computerization and Controversy*, 2nd ed. NY: Academic Press.
- Hiltz, S.R. / Murray T., 1978: *The Network Nation: Human Communication via Computer*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Höflich, J.R., 1995: Vom dispersen Publikum zu „elektronischen Gemeinschaften.“ Plädoyer für einen erweiterten kommunikationswissenschaftlichen Blickwinkel. *Rundfunk und Fernsehen* 43, 4: 518–537.
- Höflich, J.R., 1998: Computerrahmen und die undifferenzierte Wirkungsfrage. Oder: Warum erst einmal geklärt werden muß, was die Menschen mit dem Computer machen. 47–64, in: Patrick Rössler (Hrsg.), *Online-Kommunikation. Beiträge zu Nutzung und Wirkung*. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kollock, P. / Smith, M., 1994: *Managing the Virtual Commons: Cooperation and Conflict in Computer Communities*. (URL: <http://www.sscnet.ucla.edu/soc/csoc/papers/virtcomm/>, 04.09.2000).
- Leggewie, C., 1996: Netizens oder der gut informierte Bürger heute. Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit? Petersberg bei Bonn: Vortrag, Internationale Konferenz über die Werte der Informationsgesellschaft. (URL: <http://www.iid.de/macht/beitraege/leggewie.html>, 04.09.2000).
- Linton, R., 1967: Rolle und Status. 251–254, in: Heinz Hartmann (Hrsg.), *Moderne amerikanische Soziologie. Neuere Beiträge zur soziologischen Theorie*. Stuttgart: Enke.
- Matzat, U., 1998: *Informal academic communication and Scientific Usage of Internet Discussion Groups*. Konferenzbeitrag: IRISS '98: Conference Papers. International Conference, 25.–27. March 1998, Bristol. (URL: <http://www.sosig.ac.uk/iriss/papers/paper19.htm>, 08.06.2000).
- Motulsky, H. J., 1995: *Intuitive Biostatistics*. New York: Oxford University Press. (Chapter 6: Survival Curves. URL: <http://www.graphpad.com/www/book/survive.htm>)
- Nadel, S.F., 1957: *The theory of social structure*. New York: Free Press.
- Parks, M.R. / Floyd, K., 1996: Making Friends in Cyberspace. *Journal of Communication* 46 (1), Winter, 80–97.
- Peters, B., 1994: Der Sinn von Öffentlichkeit. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Sonderheft 34, 46: 42–76.
- Rauch, H., 1983: Partizipation und Leistung in Großgruppen-Sitzungen. Qualitative und quantitative Vergleichsanalyse von 20 Fallstudien zum Sitzungsprozeß



- entscheidungsfindender Großgruppen. 256–274, in: Friedhelm Neidhardt (Hrsg.), *Gruppensoziologie. Perspektiven und Materialien*. Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 25/1983.
- Rilling, R., 1997: Auf dem Weg zur Cyberdemokratie. Tepepolis. (URL: <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/pol/8001/2.html>, 04.09.2000).
- Rost, M., 1997: Zur Krise der Hochschulen. 11–20, in: Edelgard Bulmahn (Hrsg.), *Hochschulen in der Informationsgesellschaft*. Berlin: Wissenschaftsforum der Sozialdemokratie.
- Rössler, P., 1998: Wirkungsmodelle: die digitale Herausforderung. Überlegungen zu einer Inventur bestehender Erklärungsansätze der Medienwirkungsforschung. 17–46, in: Patrick Rössler (Hrsg.), *Online-Kommunikation. Beiträge zu Nutzung und Wirkung*. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Sanderson, D., 1996: Cooperative and Collaborative Mediated Research. In T. M. Harrison & T. D. Stephen (Hrsg.), *Computer Networking and Scholarly Communication in the 21st Century University*. (95–114). New York: SUNY Press.
- Schönberger, K., 1998: An Alle: Von „Lurkern“, „Flames“ und Datenmüll. Begegnungen im Internet. (URL: <http://max.lui.uni-tuebingen.de/fp/glossen.html>, 04.09.2000).
- Simmel, G., 1992 (erstmalig 1908): *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*. (Gesamtausgabe, Band 11), Frankfurt: Suhrkamp.
- Stegbauer, Ch. / Rausch, A., 1999: Ungleichheit in virtuellen Gemeinschaften. *Soziale Welt* 50: 93–110.
- Tapscott, D., 1998: *Net Kids. Die digitale Generation erobert Wirtschaft und Gesellschaft*. Wiesbaden: Gabler.
- Turkle, S., 1996: *Leben im Netz*. Reinbek: Rowohlt.
- Tuten, T.L., 1997: Getting A Foot in the Electronic Door: Understanding why People Read or Delete Electronic Mail. Mannheim: ZUMA-Arbeitsbericht 97/08. (URL: [ftp://ftp.zuma-mannheim.de/pub/zuma/working-papers/97\\_08.pdf](ftp://ftp.zuma-mannheim.de/pub/zuma/working-papers/97_08.pdf), 04.09.2000)
- Vogelgesang, W., 1999: Jugendkulturelle Identitätsinszenierung und Szenengenerierung im Internet. *Berliner Journal für Soziologie*. Heft 1: 65–84.
- Walther, J.B., 1995: Relational Aspects of Computer-Mediated Communication: Experimental Observations over Time. *Organization Science*, 6(2): 186–203
- Wellman, B. / Gulia, M., 1999: Net Surfers Don't Ride Alone: Virtual Communities as Communitys. 331–366, in: Barry Wellman (Hrsg.), *Networks in the Global Village. Life in Contemporary Communities*. Boulder/Oxford: Westview.
- Wetzstein, T.A. / Dahm, H. / Steinmetz, L. / Lentens, A. / Schampaul, S. / Eckert, R., 1995: *Datenreisende. Die Kultur der Computernetze*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Whittaker, S. / Sidner, C., 1997: Email overload: Exploring personal information management of email. 277–295, in: Sara Kiesler (Hrsg.), *Culture of Internet*. Mahwah (New Jersey): Erlbaum.

**Summary:** Although lurkers are in the majority in most on-line forums, their role in these communication spaces is more or less unknown. This results from the fact that empirical access to the phenomenon is hindered by the lack of an empirically applicable definition of lurking and by the absence of appropriate data. In this article a method is offered which allows the empirical analysis of lurking in on-line forums. We apply this method to the analysis of eight mailing lists, the history of which was observed over a period of 34 months. The approach taken here is based on the comparison of the behavior patterns of individual users and correlates these with characteristics of the associated communication space. As a result, it can be noted that the proportion of lurkers on the mailing lists observed ranges between 56 % and 81 %, depending on the volume of mail: the smaller the volume, the higher the percentage of lurkers. This empirical finding contradicts the preconception that lurkers are just free riders. Instead, our results indicate that the social position of lurkers, in fact, plays an important role by connecting otherwise isolated social spaces.