

Harro Dietrich Kähler und Christian Koch¹

Rezensionen im Internet

Ein Beitrag zum Wissensmanagement in der Sozialwirtschaft

Einführung

Dieser Beitrag geht den Fragen nach

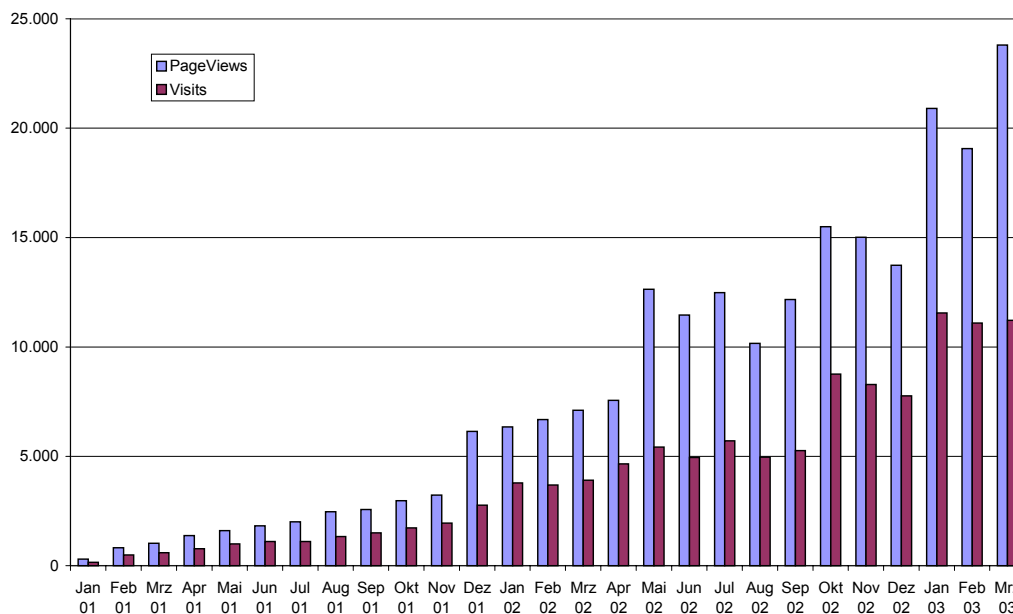
- Welche Bedeutung haben Rezensionen für Soziale Arbeit und Sozialwirtschaft?
- Worin liegen die Chancen eines Internet-basierten Rezensionsdienstes?
- Welche Probleme und Entwicklungsperspektiven sind für die nächsten Jahre erkennbar?

Nach einem kurzen Vorlauf im Jahr 2000 mit 6 Rezensionen hat der Internet-Rezensionsdienst „socialnet Rezensionen“ unter www.socialnet.de/rezensionen in den Jahren 2001 und 2002 über 300 Buchbesprechungen im Internet veröffentlicht. Im laufenden Jahr 2003 werden weitere knapp 300 Neuerscheinungen rezensiert. Der Rezensionsdienst ist in socialnet, ein Portal für Soziale Arbeit und Nonprofit-Management, eingebettet. Die Nutzung der Rezensionen steigt kontinuierlich und nähert sich - bei saisonalen Schwankungen - 25.000 Seitenaufrufen (Page Views) und 12.000 Besuchen (Visits) pro Monat.²

¹ Prof. Dr. Harro Kähler ist am Fachbereich Sozialarbeit der Fachhochschule Düsseldorf und als Redakteur bei socialnet Rezensionen tätig. Dipl.-Kfm. Christian Koch ist Geschäftsführer der socialnet GmbH und Organisationsberater für Nonprofit-Organisationen.

² Alle folgenden Angaben über socialnet Rezensionen beziehen sich auf den Untersuchungszeitraum Januar 2001 bis März 2003 bzw. den Stand April 2003. In dem Zeitraum kam es zu insgesamt 220.000 Seitenaufrufen bei dem Rezensionsdienst. Die durchschnittliche Verweildauer je Besuch stieg von 0:40 auf 1:20 Minuten an.

Rezensionen 1/2001 bis 3/2003



Die Besucher kommen über Suchmaschinen und Verlinkung direkt auf Seiten mit einzelnen Rezensionen, über die Vernetzung mit anderen Angeboten des Portals oder als Stammkunden speziell des Rezensionsdienstes. Die Nachfrage ist in der Vergangenheit kontinuierlich gewachsen. Mit einer Fortsetzung dieses Trends ist auch in den nächsten zwei bis drei Jahren noch zu rechnen, da

- die Internetnutzung in der Gesellschaft und insbesondere der Sozialwirtschaft weiter steigt³
- das bisherige Wachstum mit der Seitenzahl korreliert und die Zahl der angebotenen Rezensionen, auch von noch im Handel erhältlichen Büchern, weiter deutlich zunimmt⁴
- der Bekanntheitsgrad des Portals wächst⁵ und
- die Vernetzung mit anderen Angeboten noch verstärkt wird.

Die Rezensionen betreffen Bücher aus 124 Verlagen und wurden von 136 Rezensentinnen und Rezensenten erstellt. Auch diese Zahlen, insbesondere der Rezensionsautorinnen und -autoren, wächst beständig.

Die skizzierte Entwicklung lässt vermuten, dass das Angebot, sich mit Hilfe des Mediums Internet über Buchveröffentlichungen im Sozialbereich zu informieren, einem verbreiteten Bedürfnis Rechnung trägt. Es deutet sich dabei auch an, dass Rezensionen über Fachbücher – bisher, sofern es sich nicht um spezialisierte Rezensionszeitschriften handelt, in Fachzeit-

³ Der Zuwachs der Nutzerzahlen erreicht langsam eine Sättigung. Allerdings sind beim beruflichen Zugang in der Sozialwirtschaft noch Zuwächse zu beobachten. Eine Zunahme verzeichnen nach wie vor die Onlinezeiten. Durch schnellere Anbindungen über DSL nimmt die Nutzung gemessen als Datentransfervolumen ebenfalls noch deutlich zu.

⁴ Je mehr Rezensionen angeboten werden, um so mehr Suchbegriffe führen bei Suchmaschinen zu Rezensionsseiten und erhöhen die Trefferchancen des Angebots.

⁵ Dafür gibt es verschiedene Anhaltspunkte: Konkurrierende Angebote verschwinden wieder oder werden nicht mehr gepflegt, das Angebot wird von Nutzern weiterempfohlen und weitere Promotion für socialnet wird vom Betreiber geleistet.

schriften eher am Rande berücksichtigt – über den Wechsel ins Medium Internet einen Zuwachs an Bedeutung erfahren. Vieles spricht dafür, dass Rezensionen eine wichtige Orientierungshilfe für Nutzer bei der Auswahl geeigneter Fachbücher darstellen und in Zukunft noch bedeutsamer werden können, wenn die Stärken des Mediums Internet noch konsequenter genutzt werden. Deshalb soll hier Gelegenheit genommen werden, grundsätzlicher über die möglichen Beiträge eines Internet-Rezensionsdienstes im Sozialbereich zu informieren und auf denkbare zukünftige Entwicklungen und Chancen aufmerksam zu machen.

Was bieten gute Rezensionen?

Rezensionen stellen Neuerscheinungen einem breiteren Publikum vor, das sich auf diesem Weg einen Überblick über den Büchermarkt zu verschaffen versucht. Dabei muss davon ausgegangen werden, dass der Markt stark segmentiert ist. Bemerkbar ist dies etwa an der bekannten Einteilung von Bestseller-Listen nach belletristischer Literatur und Sachbüchern. Bezogen auf Fachbücher gibt es selbstverständlich, je nach Fachgebiet, weitere Teilmärkte, auch wenn die jeweilige Grenzziehung oftmals Schwierigkeiten bereitet. Rezensionen in Tages- und Wochenzeitungen bedienen das breite Publikum, die Rezensionsteile in einschlägigen Fachzeitschriften bedienen entsprechend spezialisiert die Fachleute eines bestimmten Fachgebiets. Da diese Fachzeitschriften häufig in größeren Zeitintervallen erscheinen, kann es vorkommen, dass die Veröffentlichung der Rezension einer „Neuerscheinung“ dem Erscheinungstermin des besprochenen Buchs deutlich hinterherhinkt.

Gute Fachrezensionen sind also zeitnah, decken das Interessenspektrum der Leserschaft ab und ermöglichen durch die Auswahl aus der Unmenge an Neuerscheinungen eine Orientierung über wichtige Publikationen sowie Trends in der Fachszene.

Wichtigste Aufgabe einer Rezension – im Folgenden beziehen sich die Ausführungen nur noch auf Fachbücher im Sozialbereich – ist die *Information über die Inhalte* des Fachbuchs. Jäger (2001) spricht von einer „Berichtspflicht“ und schreibt dazu: „Fundament und Ausgangspunkt des Pflichtenkatalogs einer wissenschaftlichen Rezension ist die Berichtspflicht, wonach die Besprechung dem Leser das Buch vorstellen muß: in seiner Zielsetzung, Anlage (Gliederung, Argumentationslinie) und Ergebnissen.“

Eine ausführliche Darstellung des Inhalts in einer Rezension lässt nicht befürchten, dass die Rezension statt des Originals gelesen wird - Rezensionen dienen vielmehr der Vorbereitung einer Entscheidung, ob es sich lohnt, ein Buch zu nutzen (MEY November 2002). Eine gute Rezension kommt einem Abstract in vielen Fällen nahe und mag die Lektüre eines Buches gelegentlich ersetzen. In diesen Fällen hätte sich die Anschaffung für den Leser allerdings kaum gelohnt.⁶

Die Bedeutung von Rezensionen aus Lesersicht

- Übersicht über aktuelle Trends in Forschung und Praxis
- Transfer von Wissenschaft zur Praxis
- Entdecken von schwer zugänglicher Spezialliteratur
- Unterstützung von Kauf- und Leseentscheidungen

Für ein angemessenes Verständnis des Buches ist es darüber hinaus notwendig, über den größeren *Zusammenhang* zu informieren, in dem das Buch entstanden ist bzw. zu dem das Buch etwas beitragen will. Die Kenntnis des Kontextes, in den das Buch eingebettet ist, hilft den Inhalt und den Beitrag bes-

⁶ Dass die Rezensionen den Kauf nicht verhindern, zeigt sich in Buchbestellungen, die direkt von den Rezensionen der socialnet Rezensionen getätigt werden.

ser einzuschätzen - Mey (2000) spricht in diesem Zusammenhang von „Kontextualisierung“. Zur Kontextualisierung können Informationen über die Autoren oder Herausgeber gehören, ihre bisherigen Veröffentlichungen und ihr wissenschaftlicher Hintergrund. „Gesagt werden sollte auch, um welchen Publikationstypus (Fachbuch, Sachbuch; >Laufbahnschrift< oder freie Monographie, Lehrbuch) für welches Publikum (Wissenschaftler, Studierende, breitere Schicht der Interessierten) es sich handelt.“ (Jäger 2001). Jäger (2001) schlägt zur Bearbeitung der Kontextualisierung folgende operationalisierende Fragen vor: „Auf welches fachwissenschaftliche Problem antwortet die Studie? Steht sie in Kontinuität zu früheren Arbeiten, denen sie sich (differenzierend, weiterführend oder nur bestätigend und iterierend) anschließt? Oder eröffnet sie allererst einen Diskussionsraum?“

Rezensionen dürfen durchaus auch *Bewertungen* vornehmen – allerdings müssen sie begründet und nachvollziehbar sein. Jäger (2001) regt dazu folgende Teilschritte an: „Zunächst ist das Werk an seinen eigenen Vorgaben (Zielsetzung, Hypothesen) zu messen. In einem weiteren Schritt sind die Vorgaben des zu rezensierenden Werkes in den Kontext der einschlägigen Fachdiskussion (Erkenntnis-, Problemstand) zu stellen. Darüber hinaus kann gefragt werden, wie sich die erbrachten Resultate vor dem Hintergrund der – konstitutiv zu knappen – wissenschaftlichen Ressourcen eines Faches oder einer Fachrichtung ausnehmen. Nicht jede Schließung einer >Forschungslücke< ist des darob betriebenen Aufwandes wert.“⁷ Bei empirischen Untersuchungen sollte die *methodische Grundlage* besonders gründlich vorgestellt und bewertet werden (Jäger 2001).

An wen wenden sich Internet-Rezensionen?

Rezensionen im Internet erreichen ein breiteres und heterogeneres Publikum als es bei Rezensionen in Printmedien, insbesondere Fachzeitschriften, der Fall ist. Das hängt damit zusammen, dass nicht nur die Nutzer der jeweiligen Plattform, auf der der Rezensionsdienst erscheint, Kenntnis über die veröffentlichten Rezensionen erhalten, sondern dass eine große Zahl von Quereinsteigern über Suchmaschinen und Verlinkung, bei socialnet 20-25 % aller Besucher, auf die Rezensionen stößt. Insofern ist mit einer ausgesprochen heterogenen Zusammensetzung des Publikums zu rechnen, also nicht nur die „scientific community“ (vgl. dazu Jäger 2002) mit Produzenten von Texten, Lehrenden und Lernenden an den Ausbildungseinrichtungen. Quantitativ bedeutsamer für einen Internet-Rezensionsdienst im Sozialbereich dürfte die Gruppe von Berufstätigen des Sozialbereichs sein. Die hierbei sichtbar werdende Heterogenität ergibt sich zum einen *horizontal* aus der Vielfalt der Praxisfelder und ihrer unterschiedlichen Berufsgruppen (vgl. dazu exemplarisch Chassé und v. Wensierski 2/2002 und Thesing u.a. 2001) und *vertikal* aus den Berufstätigkeiten in unterschiedlichen Funktionen: Management, Verwaltung, leitende Positionen, Berufstätige „an der Front“.

Aus dieser Vielfalt unterschiedlicher Voraussetzungen und Interessen ergibt sich eine Reihe von Problemlagen:

- Möglicherweise haben Rezensionen für ein derartiges Publikum ein niedrigeres Renommee in „wissenschaftlichen Kreisen“. Gerade eine hohe Nutzungsrate könnte hier „verdächtig“ machen. (vgl. Jäger 2002).
- Es ist mit einer Diskrepanz zwischen den Interessen der scientific community und den Informationsbedürfnissen des breiteren Publikums zu rechnen. Die Themen und Schwer-

⁷ Zu bedenken ist, dass Jäger ein anderes Publikum im Auge hat als der Rezensionsdienst von socialnet. Bei letzterem steht vor allem die Tauglichkeit und Verwertbarkeit für das breite Publikum im Vordergrund der Bewertung.

punktsetzungen müssen nicht identisch sein. So dürfte bei Wissenschaftlern ein größeres Interesse an den Auseinandersetzungen mit Methoden verbreitet sein, beim breiteren Publikum ein größeres Interesse für die Verwertbarkeit von Ergebnissen. (Jäger 2002)

Interessant sind die Anmerkungen von Jäger (2001) zur „Feuilletonisierung“ von Rezensionen als geeignetem Stilmittel für die Übersetzungstätigkeit zwischen Wissenschaft und einer breiten Öffentlichkeit. Damit sind verschiedene Darstellungselemente gemeint, wie sie in Feuilletons von Printmedien vorkommen. „Sie setzen sich zusammen aus Stilmitteln, die dem Autor erlauben, sich als Persönlichkeit, mit seinen Meinungen, Stimmungen und Vorlieben, im Text auszudrücken, und die darauf abzielen, ein Interesse am Text zu wecken, das über die fachliche Information hinausgeht. Ironie und Sarkasmus, Interjektionen, rhetorische Fragen oder Wendungen an den Leser sind einige solcher Stilmittel. Man spricht von >Feuilletonisierung<, weil sich das Feuilleton der Presse solcher Mittel bedient, um einen weiteren und gemischten Publikumskreis anzusprechen. Wenn in wissenschaftliche Rezensionen ein >feuilletonistischer Ton< spürbar wird, erhalten die Texte Momente einer Inszenierung oder eines Events, es kommt Emotionalität und Kommunikativität, mit einem Wort: Leben in sie.“ Und noch einmal Jäger (2001): „Eine derartige >Feuilletonisierung< hat den Vorteil, Leser anzusprechen, die nicht allein oder primär an der fachlichen Information interessiert sind, Auseinandersetzungen anzuregen, und dies durchaus auch auf persönlicher Ebene, und somit eine Sache in der engeren wie weiteren Öffentlichkeit interessant zu machen. Sie dient somit der aufmerksamkeitsgewinnenden Darstellung der Wissenschaft und der erfolgreichen Kommunikation ihrer Resultate im Fach und über Fachgrenzen hinaus. Schlimm für wissenschaftliche Kommunikation wäre es, wenn die >Feuilletonisierung< den fachlichen Informationsgehalt beeinträchtigen würde. Das Feuilleton der großen Tageszeitungen belegt, daß dies nicht (zumindest nicht notwendigerweise) der Fall ist. Umgekehrt ist das Schlimmste, was der Wissenschaft in der Innen- wie Außendarstellung widerfahren kann: die Verbreitung von Langeweile. Ohne Anschlußkommunikation keine Kommunikation!“

Welche Anforderungen gelten für RezensentInnen?

Autorinnen und Autoren von Rezensionen müssen sich in der Materie des Buchs „auskennen“, sei es als Wissenschaftler, als Lehrender oder als jemand, der sich in der Praxis qua Beruf mit der jeweilige Materie beschäftigt. Aber auch „Besprechungen von Noviz(inn)en können reizvoll“ sein (MEY 2002).

Bei einem Internetdienst kommt zu Fachwissen und sprachlicher Souveränität ein Minimum an technischer Kompetenz als Anforderungsmerkmal hinzu: Manuskripte werden nur per E-Mail angenommen und „Korrekturfahnen“ erscheinen bei socialnet als unverlinkte Vorschau-Seiten im Netz.

Was sind die Besonderheiten von Rezensionen im Internet?

Hervorstechendstes Merkmal des Mediums Internet sind die *flexiblen Darstellungsmöglichkeiten*: es gibt so gut wie keine Umfangseinschränkungen. Über Hyperlinks lässt sich ein längerer Text auf unterschiedlichen Ebenen beliebig erweitern bzw. verdichten (MEY 2000, vgl. dazu auch JÄGER 2001).

Anders als die starren zeitlichen Vorgaben in Printmedien ermöglicht das Internet *flexible Veröffentlichungszeiten* und *kurze Produktionszyklen*.⁸

⁸ Vom technischen und organisatorischen Ablauf her könnten bei socialnet Rezensionen innerhalb von wenigen Tagen nach Versand des Rezensionsexemplares durch den Verlag erscheinen. Aus praktischen und inhaltlichen

Bei Internet-Rezensionen ist eine *direkte Kontaktaufnahme* zu den Rezensentinnen und Rezensenten besonders einfach, da die E-Mail-Adressen jeweils angegeben werden. Weitere Formen der *Interaktivität* werden unten behandelt.

Nicht zu vergessen ist die (fast) *kostenlose Nutzung* der im Internet veröffentlichten Rezensionen von jedem Internetzugang aus. Im Vergleich dazu sind Fachzeitschriften allenfalls in Bibliotheken kostenlos einsehbar.

Wegen der geringen Kosten sind die *Kapazitäten* nahezu unbegrenzt. Der Speicherplatz aktueller Webhosting-Angebote reicht für Tausende von Rezensionen und das Transfervolumen für millionenfache Aufrufe der Seiten. Damit wird es möglich, eine Rezensionsarchiv zu pflegen und auch „historische“ Rezensionen langfristig bereit zu halten.

Durch die elektronische Speicherung, im Idealfall in einer Datenbank, ist ein *Zugriff* nach unterschiedlichen Kriterien einschließlich einer Volltextsuche möglich.

Medienspezifisch ist die Möglichkeit der *Vernetzung* von Rezensionen mit anderen Rezensionen zum gleichen Buch oder Büchern mit ähnlicher Thematik, aber auch zu passenden Materialien oder themenverwandten Websites. Ferner sind Links zu den Verlagen oder zur direkten Bestellung der Bücher von Interesse.

Nicht nur an das Medium Internet gekoppelt, hier aber vielleicht in Zukunft von einer besonderen Wichtigkeit, ist die *Auswahl der für Rezensionen vorgesehenen Neuerscheinungen*. Bei Rezensionen in Fachzeitschriften (Ausnahme: auf Rezensionen spezialisierte Fachzeitschriften) ist die Auswahl ohnehin aus Platzgründen auf eine recht kleine Zahl von Neuerscheinungen beschränkt. Über die Auswahlprinzipien gibt es wenig konkrete Anhaltspunkte. Angesichts der Vielzahl von Neuerscheinungen ist es insbesondere dann schwierig sich einen Überblick über Neuigkeiten der Fachliteratur zu verschaffen, wenn man – wie es für viele Mitarbeiter im Sozialbereich der Fall sein dürfte - von Bibliotheken etc. abgeschnitten ist. Durch die erheblich größere Zahl der rezensierten Bücher wird das Auswahlproblem entschärft. Allerdings führt die größere Menge der Rezensionen nicht unbedingt zu einer qualitativ besseren Unterstützung der literatursuchenden Leserschaft, wenn nicht eine redaktionelle Auswahl getroffen wird. Hinzu kommt etwas anderes: durch die leichtere Kontaktaufnahme wird die Aufforderung an das Publikum, sich mit Rezensionen an der fachlichen Diskussion über Neuerscheinungen zu beteiligen, erheblich erleichtert und „demokratisiert“.

Rezensionen von Fachbüchern in Printmedien haben bisher ein Schattendasein geführt. Das könnte sich durch den Wechsel des Mediums ändern, deutet sich doch die Möglichkeit an, dass Nutzer die Rezensionen im Internet zunehmend als Instrument für ihre Entscheidungsfindung über die begründete Auswahl an neuen Fachbüchern heranziehen. „Das Informationszeitalter verlangt nach Strategien der Informationsbewältigung“ (Zimmer 2000: 35). Hier können über das Internet verfügbare Buchbesprechungen eine wichtige Anregungs- und Filterfunktion darstellen – mehr noch als dies bisher bei Rezensionen in Printmedien der Fall war.⁹

Wer sind die Beteiligten am Rezensionsgeschehen?

Beteiligte am Rezensionsgeschehen sind

Erwägungen erfolgt ein Großteil der Veröffentlichungen innerhalb von zwei bis drei Wochen und wird wöchentlich publiziert.

⁹ Im Internet ist die Bestellung des besprochenen Buches buchstäblich nur wenige Mausklicks entfernt. Die Erfahrungen bei socialnet zeigen, dass ein solches Angebot angenommen wird. Ein Vergleich mit der Resonanz auf gedruckte Rezensionen ist methodisch jedoch schwierig.

- die Autoren der besprochenen Bücher,
- die Verlage,
- die Nutzer der Rezensionen,
- die Autoren der Rezensionen,
- die Redaktionen der Medien, in denen Rezensionen veröffentlicht werden, und
- ggf. Buchhandlungen,

wobei nur die ersten drei bei Mey (2002) behandelt werden. Offensichtlich sind vielfältige Interessen im Spiel und vor allem Umsatz, Renommee und Publizität dürften als Anreize wirken. Verlage und zum Teil sogar Autoren versuchen, über Rezensionen ihre Neuerscheinungen bekannt zu machen. Buchhandlungen und Anzeigen werben zum Teil mit Hinweisen auf positive Buchbesprechungen, aus denen häufig aber nur ein Satz herausgegriffen wird. Die Medien, in denen Rezensionen veröffentlicht werden, versuchen durch die Auswahl der besprochenen Bücher ihr Profil und ihre Kompetenz unter Beweis zu stellen, sofern es sich nicht um eine eher willkürliche oder zufällige Auswahl handelt. Auch wenn Mey beklagt, dass das Verfassen von Rezensionen wenig prestigeträchtig ist, sind Rezensionsbeiträge doch eine gute Möglichkeit für einige Rezensenten, auf ihre eigenen Arbeiten und Angebote aufmerksam zu machen.¹⁰

Wie werden Internet-Rezensionsdienste finanziert?

Zur Finanzierung liegen keinerlei gesicherte Informationen vor. Es kann davon ausgegangen werden, dass die meisten Fachzeitschriften subventioniert sind und damit auch die dort veröffentlichten Rezensionen. Bei den Rezensionsangeboten von Fachbüchern im Internet handelt es sich häufig um Zusatzangebote bestimmter Portale, etwa von Interessensverbänden oder wissenschaftlichen Vereinigungen. Auch hier muss von einer Subventionierung ausgegangen werden. Angesichts der vermuteten Bedeutungszunahme von Rezensionen muss über neue Finanzierungsquellen nachgedacht werden – hier sind noch keine tragfähigen Lösungen in Sicht. Alles deutet darauf hin, dass Rezensionsangebote bisher weitgehend ehrenamtlich betreut werden. In Portale integrierte Angebote erzielen ggf. geringe Einnahmen aus Werbung und Buchverkäufen. Es ist fraglich, ob ein qualitativ hoch stehendes Rezensionswesen auf Dauer auf dieser Basis die möglichen Funktionen erfüllen kann.

Praxisbeispiel „socialnet Rezensionen“

Die folgende Tabelle zeigt exemplarisch typische Rezensionsdienste im Internet.

¹⁰ Über die Motive zum Schreiben von Rezensionen sind uns keine Untersuchungen bekannt – dies wäre durchaus ein interessantes Anliegen für ein kleines Forschungsprojekt.

Name/URL	Typ	Profil
Amazon www.amazon.de, Libri www.buchkatalog.de	Online-Buchhandel	zahlreiche Leserrezensionen, die oft nur aus wenigen Sätzen bestehen und kaum einer Qualitätskontrolle unterliegen
Erziehungswissenschaftliche Revue EWR www.klinkhardt.de/ewr/	Rezensionszeitschrift in Analogie zum Printmedium	seit 2002 fünf Ausgaben im Jahr, ausführliche Rezensionen, begrenztes Themenspektrum
Querelles-Net www.querelles-net.de	„Rezensionszeitschrift für Frauen- und Geschlechterforschung“	acht Ausgaben seit 2000, umfassende Besprechungen, ansprechend gestaltet
literaturkritik.de www.literaturkritik.de	Rezensionszeitschrift in Analogie zum Printmedium	voller Zugriff auf 5.000 Rezensionen nur bei kostenpflichtigem Abonnement, aktuelle umfangreiche Besprechungen kostenlos, etwas unübersichtlich, aber sehr umfangreich für den Bereich Literatur
buch sozial www.buch-sozial.de	Website für Rezensionen	Zugriff nach Kategorien auf 123 Rezensionen aus breitem Themenspektrum, aber seit Mitte 2002 in den meisten Kategorien nicht mehr ergänzt
Forum Qualitative Sozialforschung ¹¹ www.qualitative-research.net	Online-Zeitschrift mit einem Bereich Rezensionen	ca. 200 Rezensionen, abstracts in deutsch, englisch und spanisch, sehr umfassende Rezensionen, wissenschaftliches Ezine mit ISSN
socialnet Rezensionen www.socialnet.de/rezensionen	Sozialportal mit einem Bereich Rezensionen	seit 2000 rund 500 Rezensionen, wöchentliche Neuerscheinungen

Die nachfolgenden Überlegungen basieren auf den Erfahrungen mit dem Rezensionsdienst von socialnet unter www.socialnet.de/rezensionen. Dieser Dienst wurde nicht nur ausgewählt, weil die Autoren hier Zugang zu den Daten haben, sondern auch wegen seines Profils mit laufender Aktualisierung und breitem Themenspektrum im Sozialbereich.

1. Profil des Rezensionsdienstes

Das Angebot strebt folgende Qualitätsmerkmale an bzw. hat diese schon relativ weitgehend realisiert:

- Seit 2002 werden möglichst alle Neuerscheinungen aus dem relevanten Themenspektrum auf der Basis von zahlreichen Verlagsprogrammen und Veröffentlichungen der Deutschen Bibliothek gesichtet und auf Relevanz für die Leserschaft bewertet. Diese systematische, aktive Auswahl stellt eine Kernleistung dar. Sie äußert sich u.a. in der großen Zahl involvierter Verlage. Besonderer Wert wird darauf gelegt, auch weniger bekannte Verlage mit relevanter Literatur der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

¹¹ Über die Besonderheiten des Publizierens in Online-Zeitschriften informiert ein Aufsatz von Mruck und Mey (2001).

- Die Basis der Rezensenten ist außerordentlich breit. Nach Möglichkeit werden ausgewiesene Fachleute der jeweiligen Disziplin bzw. engagierte Praktiker selektiv rekrutiert.
- Das relativ breite Spektrum für den Sozialbereich einschließlich Nonprofit-Management soll den „Blick über den Tellerrand“ erleichtern.
- Ein vertraglich vereinbarter Rezensionsleitfaden und die redaktionelle Durchsicht stellen eine konstant hohe Qualität der einzelnen Besprechungen sicher, so dass vielfach schon die Lektüre der Rezension zur Wissensvermittlung und Weiterbildung beiträgt.
- Als technische Grundlage wird eine eigene Datenbanklösung eingesetzt, die eine laufende Weiterentwicklung und Realisierung neuer Ideen ermöglicht.
- Inhaltlich ist das Angebot in ein umfassenderes Portal eingebunden. Dies ermöglicht thematische Querbezüge und ein gemeinsames Marketing, z.B. über den Newsletter.

2. Anforderungen an die Rezensionen

Ausgehend von den oben vorgestellten Überlegungen gilt für die bei socialnet veröffentlichten Rezensionen, dass sie - neben den selbstverständlichen bibliografischen Angaben - mindestens ausführlich über Aufbau und Inhalte des rezensierten Buchs berichten, eine Kontextualisierung und eine Bewertung vornehmen. In aller Regel enden die Rezensionen mit einem Fazit, das Aussagen zur Eignung für konkret benannte Zielgruppen enthält.

3. Zielgruppen (Publika) des Rezensionsdienstes

Der Umgang mit dem Problem unterschiedlichster Nutzergruppen wird bei den socialnet Rezensionen bewusst zugunsten der propagierten Nutzung durch ein breiteres Publikum gestaltet, ohne die scientific community auszublenden und ihre Prinzipien aufzugeben. Stammnutzer dürften die über 2.000 Bezieher eines Newsletters sein, der monatlich über die im Vormonat veröffentlichten Rezensionen informiert. Hinzu kommen Nutzer, die die URL des Rezensionsdienstes als Favorit oder Lesezeichen gespeichert haben. Die Logfileanalyse zeigt, dass 20-25 % der Nutzer von Außen auf Rezensionen aufmerksam werden, z.B. über Suchmaschinen auf das Rezensionsangebot stoßen. Weitere Analysen, z.B. der Newsletter-Abonnenten und der Leserbriefe, zeigen, dass das Publikum des Rezensionsdienstes ausgesprochen heterogen sein dürfte und die Rezensionen darauf ausgerichtet sein müssen.

Für die breite Streuung der Interessen und den Schwerpunkt der Praktiker sprechen auch die „Spitzenreiter“ unter den Rezensionen, die bereits zwei- bis dreitausendmal aufgerufen wurden: Barbara Messer - Tägliche Pflegeplanung in der stationären Altenpflege; Wolfgang Schneider - Drogenmythen; Karl-Heinz List - Arbeitszeugnisse für Sozial- und Pflegeberufe.

Das Gebiet, auf dem der Internet-Rezensionsdienst tätig ist, wird bewusst eher weit interpretiert mit den Bereichen Sozialwirtschaft & Nonprofit-Management, Soziale Arbeit, Pflege und

Beurteilungskriterien für Rezensionsdienste aus Lesersicht

- Einschätzung des Herausgebers, z.B. Verkaufsinteressen
- Qualifikation des Redakteurs
- Qualifikation und Erfahrungen der RezensentInnen
- thematische Breite des Angebotes und Korrelation mit den Leserinteressen
- Tiefe des Angebots mit qualifizierter Selektion der Titel
- Aktualität der Besprechungen
- Vielzahl an RezensentInnen
- breites Spektrum an Verlagen
- Umfang und inhaltliche Gliederung der einzelnen Rezensionen
- Übersichtlichkeit des Angebotes
- Gestaltung der Seiten, auch im Ausdruck
- Interaktionsmöglichkeiten und Verlinkung

Gesundheitswesen. Enger ausgelegte Rezensionsangebote behalten damit ihre Berechtigung für die speziellere und vollständigere Berücksichtigung der Neuerscheinungen eines jeweiligen Spezialgebiets. Der Vorteil der breiten Information über Neuerscheinungen aus dem Sozialbereich liegt darin, dass es ermöglicht, über den Tellerrand des jeweiligen engen Tätigkeitsbereichs allgemeinere Entwicklungen und Diskurse im Auge zu behalten.

Es konnte auch festgestellt werden, dass die Einteilung in hier scientific community und dort „Praktiker“ so nicht gilt, gibt es doch eine größere Zahl von Angehörigen der scientific community, die sich an der Öffnung der Wissenschaft zu einem breiteren Publikum beteiligt und es als verpflichtende Aufgabe ansieht, durch Beiträge zu einem Inter-

net-Rezensionsdienst zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit zu vermitteln (vgl. dazu auch Jäger 2002). Und umgekehrt gibt es eine Reihe von in der Praxis Tätigen, die sich aktiv am Diskurs über Fachbücher beteiligt. Im Übrigen gehört es zu den grundsätzlichen, wenn auch bisher selten genutzten Möglichkeiten, ein und dasselbe Buch durch unterschiedliche Rezensenten vorstellen zu lassen. Auch auf diesem Weg kann den unterschiedlichen Interessen und Voraussetzungen der Nutzer Rechnung getragen werden.

Der Buntheit der Nutzer des Rezensionsdienstes entspricht daher die Zusammensetzung der Beitragenden. Dies macht sich auch hinsichtlich der Feuilletonisierung, also im Stil und in den Eigenarten der jeweiligen Rezension bemerkbar: Es wurden bisher keine stringenten Vorgaben für den Stil der Rezensionen festgelegt. Die einzelnen Rezensionen tragen durchaus die unterschiedlichen Handschriften ihrer Autorinnen und Autoren. Die Redaktion greift bisher nur sehr behutsam ein. Allerdings kommt es vor, dass eingereichte Rezensionen abgelehnt werden, weil sie den vorgegebenen Mindestanforderungen nicht genügen. Der bisher häufigste Grund: zu kurze und undifferenzierte Vorstellung des Inhalts bei gleichwohl vorgenommener globaler Bewertung.

4. Anforderungen an RezensentInnen

Bisher liegen keine explizit formulierten Anforderungen vor. Über das bisherige Tätigkeitsfeld in Wissenschaft oder Praxis gelten die RezensentInnen als ausreichend qualifiziert. Da sie unter ihrem Namen die Rezensionen veröffentlichen und kritische Kommentare den Rezensionen hinzugefügt werden können (bisher allerdings erst selten genutzt) besteht eine

Kontrolle, die wahrscheinlich besser funktioniert als die Einführung formaler Auswahlprinzipien.

5. Eigenheiten des Mediums Internet¹²

Die umfangreiche Veröffentlichungstätigkeit des Rezensionsdienstes wäre ohne Internetnutzung gar nicht möglich. Der gesamte Verkehr zwischen den Beteiligten Redakteur – RezensentIn – Verlag wird über, z.T. automatisch generierte, E-Mails abgewickelt. Eine – noch bescheidene – Interaktivität wird dadurch gefördert, dass die Nutzer direkt mit den RezensentInnen über am Ende jeder Rezension angegebene URL und E-Mail-Adresse in Verbindung treten können.

Besonders deutlich kommt das Medium in Hinsicht auf die Aktualität zum Tragen: Bei socialnet Rezensionen liegen nur ca. 2 – 3 Wochen zwischen Eingang und Veröffentlichung einer Rezension. Im Prinzip wäre eine Veröffentlichung noch schneller möglich. Dieser Zeitpuffer hat sich aber als sinnvoll herausgestellt, um Gelegenheit für Korrekturen zu geben. Diese schnelle Veröffentlichung wird von vielen RezensentInnen besonders geschätzt, die oft deutlich andere Erfahrungen mit Fachzeitschriften gemacht haben. Der Aktualität der Rezensionen wird im Übrigen dadurch Rechnung getragen, dass Bücher eines Jahrgangs nur bis zum jeweiligen 30. 6. des folgenden Jahres berücksichtigt werden.

Nicht an das Internet gebunden, aber durch dieses doch sehr erleichtert, ist die Anmeldung von Rezensionswünschen durch interessierte RezensentInnen. Zwar schlägt der Redakteur immer noch ca. 80 % aller Rezensionen vor, aber der Anteil der von RezensentInnen vorgeschlagenen Bücher steigt kontinuierlich. Dadurch besteht die Aussicht, dass subjektive Verzerrungen der Auswahlprinzipien des Redakteurs zunehmend neutralisiert werden können. Die Gefahr, dass durch die Selbstrekrutierung von RezensentInnen und deren Rezensionsvorschläge Gefälligkeitsrezensionen entstehen könnten, wird durch die redaktionelle Betreuung, erst Recht aber durch die prinzipielle und in Zukunft noch auszubauende Möglichkeit der Kommentierung und Diskussion veröffentlichter Rezensionen in Grenzen zu halten sein.

Der Eigenart des Mediums Internet wird im Layout und Aufbau der Rezensionen dadurch Rechnung getragen, dass sie gut am Bildschirm zu lesen sind, z.B. durch Zwischenüberschriften, Aufzählungen und sparsame Verwendung von Hervorhebungen. An Stelle von Sammelrezensionen werden nur Einzelrezensionen berücksichtigt, die aber untereinander verlinkt werden können. Ohnehin bietet die verstärkte Verwendung von Links zu anderen Rezensionen, Materialien und Websites eine wichtige Möglichkeit, die Potenziale des Internets zu nutzen. Hierzu zählen auch verbesserte Suchfunktionen, u.a. durch Vergabe von Schlagworten.

Im Übrigen tritt der Internet-Rezensionsdienst nicht gegen Rezensionen in Printmedien an: Beide können durchaus ihre Berechtigung haben und sich zum Teil sogar ergänzen. So spricht auch nichts gegen Doppelveröffentlichungen, wie sie auch schon mehrfach vorgenommen wurden, sei es, dass eine schon in einem Printmedium veröffentlichte Rezension über das Internet einem breiteren Publikum zugänglich gemacht wird, sei es, dass eine im Internet veröffentlichte Rezension nachträglich – natürlich jeweils unter Nennung der Quelle – in einem Printmedium nachgedruckt wird.

¹² Ausführlicher zum Medium Internet und seiner Bedeutung für die Sozialwirtschaft siehe Christian Koch: Internet und Intranet in der Sozialwirtschaft. Entwicklungsperspektiven und praktische Empfehlungen. Bank für Sozialwirtschaft (Köln) 2002. oder als Kurzfassung im Netz www.socialnet.de/materialien/in0202_netsozial.html

6. Beteiligte an der Veröffentlichung von Rezensionen

Der Rezensionsdienst wird im Internetportal www.socialnet.de angeboten. Das *Portal* bietet darüber hinaus eine umfangreiche kommentierte Linksammlung als „Branchenbuch“, Materialien und weitere Serviceleistungen an.

Die Zahl und Zusammensetzung der *Rezensentinnen und Rezensenten* wurde oben schon kurz skizziert. Obwohl für die Rezensionen neben kostenlosen Rezensionsexemplaren keine Honorare vorgesehen sind, gibt es eine erstaunlich große Bereitschaft zur Mitarbeit. Über die Motive zur Mitarbeit gibt es keine näheren Informationen, es lassen sich aber einige Gesichtspunkte vermuten. So gibt es unter den Rezensentinnen und Rezensenten bei *socialnet* Rezensionen eine Reihe von Selbständigen, die sich möglicherweise über ihre Rezensionsbeiträge unter Verweis auf ihr Tätigkeitsprofil und ihre Homepage einem breiteren Fachpublikum vorstellen. Auch in der Praxis tätige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beteiligen sich – zum Teil nach längerer Motivationsarbeit durch den Redakteur – an der Veröffentlichung von Rezensionen. Und so kommt es zu erstaunlichen Erfahrungen mit der „Interaktivität“: Nach einer entsprechenden Rezension ist es z.B. zu einer engen Kooperation zwischen der Praxisstelle der Rezensentin und dem in ihrer Rezension kritisierten Herausgeber des besprochenen Buchs gekommen.

Auch die Zusammenarbeit mit den *Verlagen* hat sich nach anfänglichen Schwierigkeiten eingespielt. Die zuverlässige Benachrichtigung über veröffentlichte und leider auch in seltenen Fällen nicht zu Stande gekommene Rezensionen mag hierfür eine besondere Rolle spielen und verweist auf die Wichtigkeit der sorgfältigen Arbeit der *Redaktion* des Internet-Rezensionsdienstes. Zur deren Aufgaben gehören weiterhin die Sichtung der umfangreichen Verlagsprospekte, die Gewinnung geeigneter RezensentInnen für die ausgewählten Bücher, die Anforderung der Rezensionsexemplare und natürlich die redaktionelle Bearbeitung der eingehenden Rezensionen und ihre Veröffentlichung im Internet.

Die Zusammenarbeit mit einer *Partnerbuchhandlung* deutet einen weiteren Beteiligten im Rezensionsgeschehen an. Redaktion und Buchhandlung stehen in keiner direkten Verbindung.

7. Finanzierung und Perspektiven

Die Entwicklungs- und Betriebskosten (Programmierung, Bereitstellung von Webpace usw.) werden von der Internetplattform www.socialnet.de getragen. Einnahmen aus der Zusammenarbeit mit einer Partnerbuchhandlung und Werbung decken bisher nur einen Teil der direkt verursachten Sachkosten. Redaktion, Programmierung und Gemeinkosten, z.B. Webhosting, sind aus dem Angebot auch in nächster Zukunft nicht ansatzweise finanzierbar. Die redaktionelle und technische Betreuung erfolgt seit der Gründung ehrenamtlich. Um eine konsequente Nutzung des Mediums Internet langfristig zu sichern und weiter auszubauen, sind finanzielle Unterstützungen dringend notwendig. Derzeit besteht noch kein ausreichender Markt für Content, zumal sich Micropaymentverfahren, insbesondere bei institutionellen Kunden, bisher nicht etabliert haben. Auch eine andere Lösung für dieses Problem ist noch nicht in Sicht.

Dabei gibt es neben der Aufrechterhaltung des anspruchsvollen Angebots schon Visionen für deren Weiterentwicklung. Zu nennen sind u.a. anprechendere Optik mit Coverabbildungen, Verschlagwortung und komfortable Suchfunktionen für den schnell wachsenden Rezensionsfundus, mehr Interaktivität durch Feedbackformulare und noch intensivere Vernetzung mit anderen Informationen zum jeweiligen Fachthema.

Gerade in der Sozialwirtschaft wird von den Akteuren oft ein sehr breites Wissen, auch aus benachbarten Disziplinen verlangt. Gesetzliche Grundlagen, Finanzierungen und Fachkonzepte unterliegen einem schnellen Wandel. Ein breit angelegtes, qualifiziertes und aktuelles

Rezensionsangebot stellt hier eine wichtige Informationssäule dar. Die neuen Möglichkeiten des Mediums Internet sind noch lange nicht ausgereizt, um das Fachpublikum - von der Hochschule bis zum Praktiker - mit Rezensionen optimal zu unterstützen.

Literatur

Chassé, K.-A., Wensierski, H.-J.v. 2/2002. Praxisfelder der sozialen Arbeit. Eine Einführung. Weinheim: Juventa Verlag.

Jäger, Georg (2001). Von Pflicht und Kür im Rezensionswesen. IASLonline. Verfügbar über: <http://iasl.uni-muenchen.de/discuss/lisforen/jaerezen.html>. [Datum des Zugriffs: 08.03.2003].

Jäger, Georg (2002). Redaktionspolitik elektronischer Fachrezensionen am Beispiel von IASLonline. Ein Werkstattbericht. IASLonline. Verfügbar über: http://iasl.uni-muenchen.de/discuss/lisforen/jaepolitik_button.html. [Datum des Zugriffs: 08.03.2003].

Koch, Christian (2002). Internet und Intranet in der Sozialwirtschaft. Entwicklungsperspektiven und praktische Empfehlungen. Köln: Bank für Sozialwirtschaft. Vgl. die Rezension www.socialnet.de/rezensionen/0206koch_hoffmann.html. Oder als Kurzfassung im Netz www.socialnet.de/materialien/in0202_netsozial.html.

Mey, Günter (2000). Editorial Note: Wozu Rezensionen? oder: Warum Rezensionen eigenständige Beiträge sein sollten [20 Absätze]. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum Qualitative Social Research [Online-Journal], 1(3). Verfügbar über: www.qualitative-research.net/fqs-texte/3-00/3-00mey-d.htm. [Datum des Zugriffs: 08.03.2003].

Mey, Günter (2002). Editorial Note: Standards, Erwartungshaltungen und Entwicklungspotentiale von Online-Rezensionen. Einige Überlegungen anlässlich des Special Issue: FQS Reviews II und eine Einladung zum Diskurs [28 Absätze]. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research [On-line Journal], 3(4). Verfügbar über: www.qualitative-research.net/fqs-texte/4-02/4-02hrs-g-d.htm. [Datum des Zugriffs: 08.03.2003].

Mey, Günter & Mruck, Katja (2002). FQS Review: Ein Online-Rezensionsdienst für qualitative Forschung. Verfügbar über: www.hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/index.asp?id=16&pn=websites. [Datum des Zugriffs: 08.03.2003].

Mruck, Katja & Mey, Günter (2001). Wissenschaftliches Publizieren in Online-Zeitschriften: Über das schwierige Vertrautwerden mit einem neuen Medium. Zeitschrift für Qualitative Bildungs-, Beratungs- und Sozialforschung, 4, 205-221.

Thesing, Th., Geiger, B., Erne-Herrmann, P., Klenk, Chr. 2001. Sozialpädagogische Praxisfelder. Ein Handbuch zur Berufs- und Institutionskunde für Sozialpädagogische Berufe. Freiburg: Lambertus Verlag.

Zimmer, D. 2000. Die Bibliothek der Zukunft. Text und Schrift in den Zeiten des Internet. Hamburg: Hoffmann und Campe.