

## ÜBER DEN INHALT:



Dass die Kommerzialisierung von Online-Communities bisher gescheitert ist, steht wohl außer Zweifel. Unbestritten ist zugleich aber auch, dass Online-Communities und Web-Ta-gebücher – die sogenannten Weblogs – zu den attraktivsten Phänomenen gehören, die man im Internet momentan finden kann. Vielleicht gerade deshalb, weil sie sich jeder wirtschaftlichen Vereinnahmung verwehren?

In vier Beiträgen gehen die AutorInnen der Frage nach, was Online-Communities und

Weblogs *strukturell* auszeichnet. Um zu überraschenden Ergebnissen zu gelangen. Etwa zu jenem, dass in Communities eine „Logik der Gabe“ wirkt. Was weiter zu der Erkenntnis führt, dass - wenn die Kommerzialisierung von Online-Communities tatsächlich forciert werden soll -, die Communities dringend *Vergesellschaftungsprozesse* durchlaufen müssen, mit denen sich diese "Logik der Gabe" und des Schenkens unterbinden lässt....

Vielleicht ist das aber gar nicht das Thema, das zur Diskussion steht. Weil es letztlich in Online-Communities um etwas ganz anderes geht - nämlich um vielfältige Formen der *Wiedergewinnung von Öffentlichkeit*.