Heute haben die meisten Menschen weltweit einen Zugriff zum Internet. In den 1970er Jahren hatten jedoch nur das Militär und ausgewählte Universitäten und Firmen Zugriff auf ein Kommunikationsnetzwerk, dass sich mit den Anfängen des Internets vergleichen lässt.1

Soziale Netzwerke bilden einen der beliebtesten Orte im Internet.

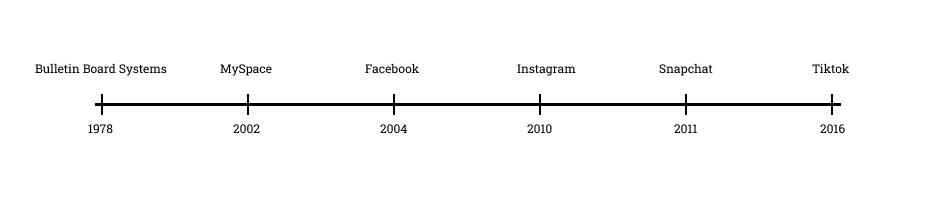
Dieses Kapitel beschäftigt sich mit der Geschichte einiger sozialer Netzwerke und wie sie ich das Konzept des Social Networks im Laufe der Zeit, von einem Ort für Informationsaustausch und Kommunikation, zu einem der wichtigsten Marketingtools des 21. Jahrhunderts entwickelt haben.

Social Network ist ein Eintrag im Duden und wird folgendermaßen definiert:

*„Portal im Internet, das Kontakte zwischen Menschen vermittelt und die Pflege von persönlichen Beziehungen über ein entsprechendes Netzwerk ermöglicht; soziales Netzwerk“2*

Moderne soziale Netzwerke sind auch wichtige Plattformen für Unternehmen, um ihre Produkte zu vermarkten. Influencer sind Personen mit einer großen Anzahl an Follower, die regelmäßig Content auf sozialen Netzwerken veröffentlichen und für Produkte von Unternehmen werben.3 Social Media Marketing ist ein Konzept aus dem Marketing und Management Segment.4

**Zeitstrahl: Veröffentlichungsjahre sozialer Netzwerke**

Soziale Netzwerke haben sich seit ihrer Entstehung rasant entwickelt. Aus einem Ort an dem der Austausch von Informationen und die Kommunikation mit anderen Nutzern im Fokus stand, ist heute ein wichtiges Marketingtool geworden.5  
Der Zeitstrahl in Grafik 1 zeigt eine Übersicht mit einigen sozialen Netzwerken und ihrem Erscheinungsjahr. Diese Netzwerke werden im folgenden Abschnitt vorgestellt.

Grafik 1 – Zeitstrahl mit den Erscheinungsjahren sozialer Netzwerke

**Bulletin Board System**

Ein Bulletin Board System, oder BBS, ist eine Art soziales Netzwerk, welches Anfang der 1980er Jahre in den USA von Hobbybastlern entwickelt worden ist. 1978 entwickelten Ward Christensen und Randy Suess das erste BBS, indem sie ein Modem modifizierten und ein Programm in Assembly schrieben, dass jedes Mal gebootet wurde, wenn einE NutzerIn dieses Modem anrief.

Das Programm hat NutzerInnen begrüßt, bot Artikel zum Lesen an und die Möglichkeit Kommentare zu schreiben.

In der weiteren Entwicklung von BBS konnten NutzerInnen Dateien austauschen, miteinander kommunizieren und über unterschiedliche Themen sprechen.

Ein Unterschied der BBS, zu modernen sozialen Netzwerken war, ein lokales und in sich geschlossenes Netzwerk. Zumindest in der frühen Entstehungsphase beschränkte sich ein Netzwerk, aufgrund von teuren Telefontarifen, auf einen lokalen Bereich, der bis auf Bundesstaatsgrenze reichte. Administratoren der BBS, auch SysOp genannt, hatten dadurch die Möglichkeit, persönliche Treffen zu organisieren, um die Bildung einer Community zu stärken.

Communities tendierten dazu, bestimmte Interessen zu entwickeln und so ging es in einem BBS um die Diskussion über TV-Serien, in einem anderen um das Tauschen von Videospielen und wieder einem anderen um politische Diskussionen. 6

Ein BBS wurde über ein Terminal gesteuert und die Kommunikation war daher begrenzt auf Textzeichen und Symbole. Dadurch mussten NutzerInnen jedoch kreativ werden.

Ein Bild, das Text, Anzeigetafel enthält.

Automatisch generierte BeschreibungGrafik 2 zeigt den Welcome Screen eines BBS, welches in der Region Chicago aktiv war. Zu sehen sind eine Grafik aus Symbolen, die eine Skyline zeigt. Außerdem werden Informationen über das BBS angezeigt, wie z.B. der Name des SysOp, die Zeit, in der das Netzwerk aktiv war und die Nummer, unter der man es erreichen konnte.

Grafik 2 – Welcome Screen eines BBS in der Umgebung von Chicago 6

Ein weiterer Unterschied zu heutigen sozialen Netzwerken ist der Aspekt der Anonymität, welcher sich in einem BBS wieder findet. Die NutzerInnen nehmen ein Pseudonym an, um sich im Netzwerk zu identifizieren.

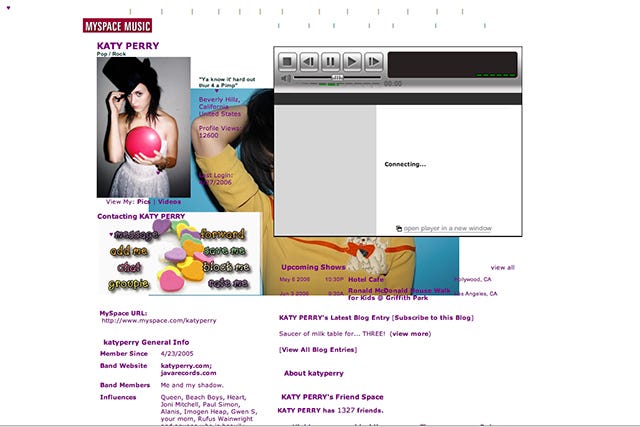
*“Aber auch wenn ich den BBS Teilnehmer sagte, wie alt ich war, verriet ich meinen Namen nie […]. Die Aspekte der Anonymisierung oder der Pseudonyme brachten alle Beziehungen ins Gleichgewicht und korrigierten jede Ungleichheit.“ 7*

*-Edward Snowden*

Wie Snowden sagt, sorgt die Pseudonymität dafür, dass alle Beziehungen unter den NutzerInnen des Netzwerks, auf eine Ebene gebracht werden. (Dieses Argument befürwortet ebenfalls die Verwendung der Pseudonym für das Bulletin Board, welches im Zuge dieser Arbeit entwickelt wird.)

Heute sind Bulletin Board Systeme ausgestorben und wurden von modernen sozialen Netzwerken ersetzt.

**MySpace**

MySpace ist ein soziales Netzwerk, welches im Jahre 2003 erschienen ist und von Thomas Anderson und Chris DeWolfe entwickelt wurde. Das besondere an MySpace ist, dass NutzerInnen die Freiheit haben mithilfe von HTML und CSS ihre eigene Profilseite von Grund auf selbst zu gestalten. Durch dieses Feature ist es möglich, Videos, Bilder oder Musik in sein eigenes Profil einzubetten. Das Hinzufügen von Musik machte das Netzwerk besonders für Musiker attraktiv, denn MySpace war ebenfalls dafür bekannt, ein Ort zu sein an dem man neue Musik und neue KünsterlInnen finden konnte.

Grafik 3 zeigt das alte MySpace Profil von Katy Perry, eine heute erfolgreiche amerikanische Pop-Musikerin.

Grafik 3 – Altes MySpace Profil von Katy Perry 8

Bevor MySpace an Popularität gewonnen hat, war das Netzwerk besonders beliebt bei alternativen Gruppierungen. Ein Grund dafür waren die Pseudonyme, die NutzerInnen für ihre Profile annehmen konnten.

*“Myspace was most closely associated with the alt scene, functioning as a heady, glitter-encrusted playground where emos, scene queens, greebos and goths alike would mingle […]” 9*

2009 hat MySpace mit 100 Millionen NutzerInnen seine höchste Anzahl an NutzerInnen erreicht, bevor es durch den großen Erfolg von Facebook an Relevanz verloren hat.

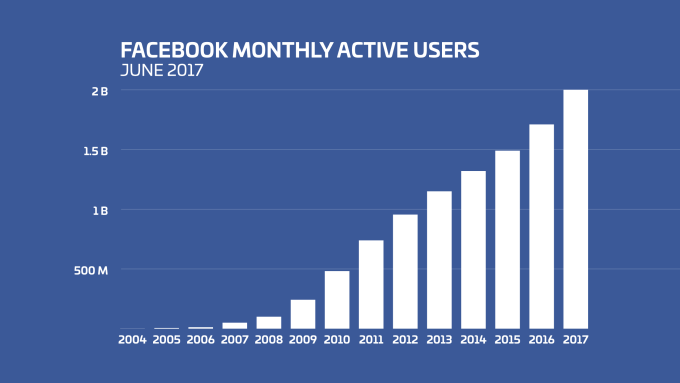
**Facebook**

2003 entwickelte Mark Zuckerberg ein Tool, welches Fotos seiner Kommilitonen und Kommilitoninnen anzeigte und StudentInnen der Harvard Universität die Möglichkeit gab, Studierende als attraktiv oder nicht attraktiv („hot or not“) zu bewerten. Da Zuckerberg dafür die Datenbank seiner Universität Harvard hackte, um an die Daten zu kommen, wurde dieses Tool später gesperrt. Er baute sein Konzept weiter aus und veröffentlichte zusammen mit Dustin Moskovitz, Chris Hughes und Eduardo Saverin, im Jahr 2004 Facebook, das heute meistgenutzte soziale Netzwerk der Welt. 10

Anfangs war die Registrierung auf Facebook nur für Studenten und Studentinnen oder Schülern und Schülerinnen einer High-School möglich. Später für alle, ab 13 Jahren.

Zu frühen Features des Netzwerkes zählten die Möglichkeit Postings auf Profile von Freunden zu veröffentlichen („The Wall“) und ein News Feed, der die Aktivitäten der NutzerInnen anzeigte. Im Jahr 2009 hat Facebook den Like-Button eingeführt.

2011 ersetzt Facebook mit der Einführung einer Timeline „The Wall”.11

Facebook zählt heute die meisten aktiven NutzerInnen, was es zum beliebtesten sozialen Netzwerk macht. Grafik 4 zeigt das Wachstum des Netzwerks seit der Veröffentlichung im Jahr 2004 bis 2017.

Der Like Button ist eines der Signifikantesten Features des Netzwerks und hat andere soziale Netzwerke wie Instagram, YouTube und Twitter geprägt.

Grafik 4 – Anzahl aktiver Facebook NutzerInnen von 2004 bis 2017 12

Das Feature bietet NutzerInnen die   
Möglichkeit auf Beiträge, die ihnen gefallen zu reagieren.

Zu weiteren Features von Facebook gehört das Hinzufügen von Freunden, welches als primäres Werkzeug verwendet wird um sich mit NutzerInnen zu vernetzten. Auch das Erstellen von Gruppen, die dazu verwendet werden, um NutzerInnen mit ähnlichen Interessen zu versammeln gehört zum Feature Set von Facebook.

Neben seiner großen Beliebtheit stand Facebook seit seiner Veröffentlichung auch stark unter Kritik aufgrund seines Umgangs mit Themen wie Datenschutz und der Privatsphäre von NutzerInnen und das Sammeln von personenbezogenen Daten. Aufgrund des „Cambridge Analytical data scandal“, sagte Mark Zuckerberg 2018 in einer zweitägigen Sitzung vor dem US-Kongress aus und entschuldigte sich öffentlich bei den NutzerInnen des Netzwerks. In einer Zusammenarbeit mit der Firma Cambridge Analytical sammelte Facebook von Millionen seiner NutzerInnen persönliche Daten ohne deren Zustimmung, um diese für politische Kampagnen zu verwenden. 13

**Instagram**

Entwickelt von den zwei Stanford Absolventen Kevin Systrom und Mike Krieger, wurde das soziale Netzwerk Instagram 2010 veröffentlicht. Bereits am ersten Tag der Veröffentlichung zählte die Plattform 25.000 NutzerInnen. Der Ansturm führte zu einem Absturz der Server. 14

Das Besondere am Netzwerks ist, dass NutzerInnen nur Fotos und Videos veröffentlichen, liken oder kommentieren können. Likes werden bei Instagram mit einem Herz symbolisiert, anders als bei Facebook, wo der Daumen nach oben für einen Like verwendet wird.  
Beiträge können eine Beschreibung haben, das Posten von reinem Text wie z.B. auf Facebook ist jedoch nicht möglich. Instagram kombiniert das Teilen von Fotos und Videos mit Konzepten aus anderen sozialen Netzwerken wie z.B. die Möglichkeit Personen zu folgen, Gruppen zu erstellen oder einen privaten Chats mit einem oder einen anderen NutzerIn (Direct Message, auch DM genannt) zu starten.

Das sogenannte Reel gehört auch zu den Features von Instagram, welches NutzerInnen in einem Infinite Scroll Videos anzeigt, ähnlich wie bei dem sozialen Netzwerk TikTok. Weiterhin ist ein Shop, in dem verifizierte Profile Produkte anbieten können. Beide Features wurden 2020 eingeführt.

Hashtags werden von Instagram ebenfalls als Feature verwendet, und können in die Beschreibung von Beiträgen geschrieben werden. Das Konzept des Hashtags wurde von Chris Messina entwickelt und fand bereits 2009 bei Twitter Verwendung.

Mithilfe von Hashtags können Beiträge verschiedener NutzerInnen gruppiert werden, die denselben Hashtag verwenden. Neben der Verwendung, um Beiträge mit relevanten Themen zu taggen, werden Hashtags auch dafür benutzt, um auf politische Themen aufmerksam zu machen. „Hashtag activisim“ ist ein Begriff, der dafür verwendet wird und bezeichnet Kampagnen, die mithilfe von Hashtags angetrieben werden, wie z.B die #MeToo und #BlackLivesMatter Bewegung.15

Begriffe wie Social Media Marketing und Influencer haben besonders durch Instagram an Relevanz gewonnen. Da das Netzwerk mit Fotos und Videos einen Fokus auf visuellen Content legt, ist die Plattform heute besonders für Unternehmen attraktiv, die ihre Produkte vermarkten wollen. 16

Infinite Scroll ist ein Feature, dass es NutzerInnen erlaubt, endlos durch Beiträge zu scrollen, ohne dabei klicken zu müssen. Das Konzept wurde 2006 von Aza Raskin entwickelt.

Aus Usability Sicht ist der Infinite Scroll ein Feature, dass es Usern erlaubt sich auf einfachem Weg Content anzuschauen. In Kombination mit dem Visuellen Content von Instagram, setzt die Plattform den Infinite Scroll effizient ein, um NutzerInnen für eine längere Zeit aktiv zu halten.

Das Feature steht jedoch unter starker Kritik, da ihm zugesagt wird so entwickelt worden zu sein, um NutzerInnen dazu zu animieren viel Content zu konsumieren und so eine lange Zeit auf Plattformen zu verbringen.   
Raskin selbst sagte in einem Interview mit BBC NEWS, er habe während der Entwicklung des Features das Suchtpotenzial nicht erkannt und fühlt sich deswegen schuldig. 17

**Snapchat**

Snpachat wurde 2011 veröffentlicht und entwickelt von Evan Spiegel und Bobby Murphy, zwei Standford Absolventen. Es ist ein soziales Netzwerk, dass NutzerInnen ermöglicht mit Freunden zu chatten und Fotos oder Videos zu verschicken.   
Das Besondere an dem Netzwerk ist, dass gesendete Nachrichten für die NutzerInnen nicht mehr einsehbar sind, nachdem sie einen Chat verlassen, oder ein Foto oder Video öffnen.

Dieses Feature hat dem Netzwerk besonders bei Schüler und Schülerinnen zur Beliebtheit verholfen.18

Weitere Features sind beispielweise das Bearbeiten von Fotos mit Filtern, die mithilfe von Image Processing das Gesicht der NutzerInnen erkennen und die Filter auf deren Gesicht setzen. 19 Auf Grafik 5 ist ein Beispiel eines mit einem Snapchat Filter bearbeiteten Bildes zu sehen. Die Filter werden den NutzerInnen bereits während der Aufnahme von Videos oder Fotos angezeigt und nicht erst im Nachhinein hinzugefügt.

Grafik 5 – Ein Foto des prominenten Models Kendall Jenner, mit einem Snpachatfilter 20

Ein weiteres signifikantes Feature für Snapchat ist das Erstellen von Stories. Mithilfe von Stories können NutzerInnen Momente aus ihrem Alltag festhalten und für Freunde sichtbar machen. Wie die verschickten Nachrichten in privaten Chats, verschwinden auch die Stories wieder. Stories sind jedoch für 24std einsehbar, sollten sie nicht vorher manuell von NutzerInnen gelöscht werden. Dieses Feature hat auch Instagram auf seiner Plattform 2016 eingebaut.21

**TikTok**

Das jüngste unter den international beliebten sozialen Netzwerken ist TikTok.

Veröffentlicht im Jahr 2018, wurde das Netzwerk nicht aus der Motivation von einzelnen Entwicklern oder Hobbybastlern entwickelt, wie beispielsweise die zuvor vorgestellten Netzwerke.   
Die chinesische Firma ByteDance kaufte Musical.ly auf, eine im Jahr 2014 veröffentlichte App, mit der NutzerInnen kurze Videos (15sek – 1 min) aufnehmen konnten, in denen sie tanzten, Songs mitsangen oder Comedy Clips veröffentlichten. 22

Das Konzept von Musical.ly hat die Firma mit ihrem eigenen Service Douyin, welcher ähnliche Features hatte, kombiniert und nach einem Rebranding unter dem Namen TikTok veröffentlicht. Musical.ly war zu der Zeit bereits im amerikanischen Markt bekannt und deshalb für das Unternehmen attraktiv. Douyin nur in China und Thailand populär war. 23

In der Musikindustrie spricht man umgangssprachlich von einer sogenannten Industrie Plant, wenn man KünstlerInnen meint, die bei Musiklabels unterschreiben und vom Label zu einem Produkt geformt werden, welches sich so gut wie möglich verkaufen soll. Der eigene Stil und die Persönlichkeit der KünstlerInnen rücken dabei in den Hintergrund, viel wichtiger ist der Profit, der erzielt wird und so wird der Fokus auf die Produktion von Songs gelegt, die den Zahn der Zeit treffen und wahrscheinlich in den Charts landen.

Dadurch, dass TikTok von einem Unternehmen entwickelt und konzipiert wurde, verleiht dem Netzwerk das Gefühl einer Industrie Plant. Die Features und der Algorithmus den TikTok benutzt sind gezielt darauf ausgelegt, NutzerInnen so viel Zeit wie möglich in dem Netzwerk zu verbringen. 23

Das besondere an der Plattform ist die Kombination aus Musik und Video, welche dazu verwendet wird, um die NutzerInnen zu motivieren Trends zu kreieren.

Ein Trend wiederrum motiviert andere NutzerInnen dazu ebenfalls Content zu veröffentlichen. Meistens besteht ein Trend aus der Kombination eines Songs und einer Choreografie, die speziell für den Trend designet wurde.

Trends sind keine Erfindung von TikTok und waren bereits ein Phänomen auf sozialen Netzwerken wie Twitter, Instagram oder YouTube. Auf TikTok funktionieren Trends jedoch besonders gut.

Die For You Page ist ein signifikantes Feature von TikTok und ist ein vom Algorithmus für NutzerInnen personifizierter Infinite Scroll von Videos. Anders als beispielsweise Instagrams Startseite, in der nur Content von Profilen angezeigte werden denen NutzerInnen folgen, zeigt die For You Page jeden Content an den der Algorithmus als interessant einstuft, unabhängig davon ob Profile gefolgt werden oder nicht.

**Weitere soziale Netzwerke**

Neben den vorgestellten gibt es noch weiter erwähnenswerte soziale Netzwerke:

* **Twitter**: Auf Twitter posten NutzerInnen textbasierte Nachrichten, die auf 280 Zeichen begrenzt sind. 24
* **YouTube**: Plattform auf der Videos veröffentlicht werden.
* **Pinterest**: Eine Art Pinnwand für Grafiken und Fotografien.
* **Google** **Plus**:
* **Reddit**: Ein anonymes Forum zu unterschiedlichen Themen auf dem NutzerInnen Fotos, Videos oder andere Medien veröffentlichen können.
* **LinkedIn**: Netzwerk zum Knüpfen und Pflegen geschäftlicher Kontakte.

**Features in sozialen Netzwerken**

Soziale Netzwerke sind ähnlich konzipiert. Im Kern verfolgen sie alle das Ziel NutzerInnen miteinander zu vernetzten und bieten ihnen die Möglichkeit soziale Kontakte zu pflegen.

Deshalb finde sich oft ähnliche Features wie ein privater Chat, ein Like Button und eine Kommentarfunktion, oder die Möglichkeit mit Leuten befreundet zu sein oder Personen zu folgen wieder.

Weitere gemeinsame Features sind beispielsweise Notifications, der Infinite Scroll, oder ein Algorithmus der abhängig von den Interessen der NutzerInnen Inhalte anzeigt. Diese Features wurden jedoch nicht entwickelt, um die Vernetzung von NutzerInnen zu erleichtern, sondern aus dem Grund, diese so lange wie möglich an die Plattform zu binden.

Unterschiede zeigen sich neben dem User Interface auch in implementierten Features.   
Die Netzwerke haben unterschiedliche Merkmale, die sie ausmachen.

Aus den in diesem Kapitel vorgestellten Netzwerken, kann man beispielsweise bei Instagram nur Fotos oder Videos veröffentlichen. Das Merkmal eines Bulletin Board Systems war die Pseudonymität und die lokale Vernetzung. Snapchat zeichnet sich durch die die verschwindenden Nachrichten und Stories aus und bei TikTok ist es die Kombination aus Trends, kurzen Videoclips und Musik.

Im Anschluss sollen einige der wichtigsten Features durchleuchtet werden, deren Nutzen beschrieben und Kritik an ihnen beschrieben werden.

**Der Like-Button**

Ein Feature, dass von Facebook groß gemacht wurde, welches dazu dient mit veröffentlichtem Content zu interagieren und Zuneigung auszudrücken. Einfach gesagt, zu zeigen, dass etwas gefällt. Der Like Button ist ein sehr beliebtes Feature und findet sich in fast allen sozialen Netzwerken wieder. Bei Instagram, TikTok und Twitter in Form eines Herzens, bei Facebook und YouTube als Daumen nach oben. Facebook und Reddit bieten ebenfalls die Möglichkeit mit Smileys auf Content und Beiträgen zu reagieren.

Likes in sozialen Netzwerken werden neben ihrer Beliebtheit auch kritisiert. Leah Pearlman, Mitbegründerin des Like-Buttons sagt in einem Interview mit BBC, sie wäre süchtig nach dem Feature geworden und fing an ihr Selbstwertgefühl nach der Anzahl an Likes, die sie auf Postings bekam zu richten. 25

**Follower oder Freunde**

Eines der Signifikantesten Features von sozialen Netzwerken ist neben dem Like Button die Funktion Profilen zu folgen oder als Freund oder Freundin hinzuzufügen.

Wie im realen Leben, gibt es bei Facebook die Möglichkeit Freunde zu finden. Eine Freundesliste zeigt alle befreundete Profile an. Hier wird gezielt der Begriff der Freundschaft verwendet. Es besteht auch die Möglichkeit Profilen zu folgen, wie z.B. Unternehmen oder Prominenten.

Meiner Meinung nach erschafft der Begriff des Folgens eine weitere Ebene der Distanz. Einer Person zu folgen, fühlt sich distanzierter an, als sich mit ihr zu anzufreunden. Bei Instagram, Twitter oder TikTok kann man Profilen nur folgen.

*„Als Influencer werden seit den 2000er Jahren Personen bezeichnet, die aufgrund ihrer starken Präsenz und ihres hohen Ansehens in sozialen Netzwerken als Träger für Werbung und Vermarktung in Frage kommen.“ 26*

Der Beruf Influencer ist jung. Durch Sammeln von Follower bauen sie sich eine Community auf und sind deshalb attraktiv für Unternehmen, um Produkte zu vermarkten. Soziale Netzwerke und das Konzept der Follower ermöglichen diesen Beruf.

**Algorithmus**

Algorithmen sorgen in sozialen Netzwerken dafür, dass NutzerInnen Content angezeigt bekommen, der sie interessiert. Die Netzwerke haben ihre eigenen Algorithmen. In Kombination mit dem Infinite Scroll soll der Algorithmus NutzerInnen dazu führen so viel Zeit wie möglich auf dem Netzwerk zu verbringen.

**News Feed / Home / For You Page**

Eine Art Startseite, die NutzerInnen, meistens im Infinite Scroll, Content anzeigt, welcher vom Algorithmus generiert wird. Bei Instagram werden hier auch Profile angezeigt, denen NutzerInnen folgen. Bei TikTok wird der angezeigte Content vom Algorithmus konfiguriert.

**Infinite Scroll**

Der Infinite Scroll bietet NutzerInnen die Möglichkeit endlos durch Content zu scrollen, ohne dabei klicken zu müssen. TikTok und Instagram nutzen das Feature in Kombination mit einem Algorithmus. Auf Instagram navigieren NutzerInnen mithilfe des Infinite Scroll neben der Home, auch die „Entdecken“ Seite und die 2020 eingeführte Seite „Reel“.   
Das Reel von Instagram ähnelt stark TikToks For You Page.

**Notifications**

Eine Benachrichtigungen die NutzerInnen bekommen, sobald jemand mit ihrem Content interagieren. Eine Interaktion kann das Kommentieren oder Liken von Beiträgen sein.

Notifications stehen auch wie der Infinite Scroll unter der Kritik, NutzerInnen absichtlich süchtig zu machen. Der Drang ständig auf das Handy zu schauen ob eine neue Benachrichtigung angekommen ist, bindet die NutzerInnen fester an das Netzwerk.

**Pseudonymität**

Ein Feature welches eigentlich gegen die Grundkonzepte sozialer Netzwerke spricht. Sind diese eher darauf ausgelegt, sich mit Bekannten oder Freunden zu vernetzen und neue Kontakte zu knüpfen, stört die Pseudonymität auf den ersten Blick dieses Konzept.  
Netzwerke wie BBS und MySpace zeigen jedoch, dass eine Kommunikation nicht unbedingt reale Identitäten und Klarnamen voraussetzt. Nach Snowden liegt ein Vorteil der Pseudonym da, dass Beziehungen durch sie in sozialen Netzwerken auf eine Ebene gebracht werden können. Vorurteile kann es schlicht nicht geben, da NutzerInnen nicht wissen wen sie vor sich haben.

Vor allem für Personen, die mit Stigmata und Vorurteilen belastet werden, kann die Pseudonymität ein hilfreiches Werkzeug sein, um eine offene Kommunikation zu fördern.

Ein Grund, wieso MySpace anfänglich besonders bei alternativen Gruppen besonders war.

Für das Bulletin Board, welches im Zuge dieser Arbeit entwickelt wird, ist die Pseudonymität ebenfalls ein wichtiges Feature, da das erzeugte Gleichgewicht NutzerInnen erleichtert, über persönliche und vertrauliche Themen zu sprechen.

**Kommentare**

Die Kommentarfunktion ist ein Feature welches NutzerInnen ermöglicht mit Beiträgen zu interagieren. In Textform kann eine Meinung zu gepostetem Inhalt abgegeben werden.

Instagram und YouTube bieten die Möglichkeit, Kommentare unter Beiträgen zu deaktivieren. Diese Funktion ist besonders gegen Hate oder einem Shitstorm hilfreich, zwei Phänomene in sozialen Netzwerken, die zum Thema Cybermobbing gehören.

**Chat**

Ein Chat bietet NutzerInnen die Möglichkeit miteinander zu kommunizieren. Ein Chat kann privat sein oder eine Gruppe von NutzerInnen betreffen. Neben den Textnachrichten sind auch Emojis ein wichtiges Feature in modernen Chats, um Emotionen auszudrücken.

**Gruppen**

Gruppen können verwendet werden, um Menschen mit einem gemeinsamen Interesse zu versammeln. Unter Kritik stehen vor allem Facebook Gruppen, da sie nicht moderiert werden und von NutzerInnen mit extremistischen Absichten benutzt werden, um sich zu organisieren.

**Hashtags**

Ein Feature, dass dazu verwendet wird, um Beiträge mit Themen zu taggen. Twitter hat als erstes soziales Netzwerk das Konzept von Hashtags benutzt und sortiert heute noch die aktuell beliebtesten Beiträge des Tages nach Hashtags. Hashtags werden ebenfalls dafür verwendet um einen Beitrag als Teilnahme an einem Trend zu markieren. Ebenfalls finden Hashtags Verwendung in politischen Bewegungen.

**Stories**

Stroies sind ein Konzept, dass erstmals von Snpachat eingeführt wurde. In Stories werden meistens Momentaufnahmen aus dem eigenen Leben veröffentlicht. Diese sind für 24std einsehbar und werden automatisch gelöscht, wenn NutzerInnen das nicht selber tun. Nach dem großen Erfolg von Snapchat hat auch Instagram 2016 das Konzept von Stroies in seiner Plattform eingebaut.

**Resumè**Seit den Bulletin Board Systemen haben sich soziale Netzwerke stark verändert. Stand zu Beginn die Kommunikation und die Vernetzung mit anderen Menschen im Fokus, so sind heute Reichweite von Profilen und deren Einfluss, Vermarktung von Produkten und das Binden von Nutzern für eine Lange Zeit wichtig. Dass Instagram 2020 einen Shop eingeführt hat in dem NutzerInnen Produkte anbieten können, zeigt die Entwicklung und die Wichtigkeit des Social Media Marketings. Heute sind Influencer ein wichtiger Teil sozialer Netzwerke und können als Prominente der modernen Zeit bezeichnet werden.

Durch Konzepte wie Follower und Likes werden

Mentale Gesundheit…

Kritik

* Data Mining
* Infinite Scroll
* Likes
* Follower