

Twitter, Facebook & Co. – Wie soziale Medien
die Kommunikation des 21. Jahrhunderts
revolutionieren

Jonas Schneider

25. April 2011

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Einleitung | 2 |
| 2 | Der Weg zur Echtzeitkommunikation | 3 |
| 2.1 | Geschichte des Webs (Tim Berners-Lee etc) | 3 |
| 2.2 | Erste soziale Netzwerke | 4 |
| 2.3 | Scheitern .com-Bubble | 5 |
| 2.4 | Die Renaissance der sozialen Netzwerke | 5 |
| 2.5 | Unternehmensgründungen Facebook/Twitter | 5 |
| 3 | Kommunikation im Wandel | 6 |
| 3.1 | Verbreitung | 6 |
| 3.1.1 | Nerds -> Jugendliche | 6 |
| 3.1.2 | Jugendliche -> Wirtschaft | 6 |
| 3.1.3 | Wirtschaft -> Politik | 6 |
| 3.2 | „Institutionalisierung“ der sozialen Netzwerke | 6 |
| 4 | Neu erschlossene Bereiche | 8 |
| 5 | Probleme | 9 |
| 5.1 | Zentralisierte Organisation | 9 |
| 5.2 | Privatsphäre | 9 |
| 6 | Ausblick | 10 |
| | Literaturverzeichnis | 11 |

Kapitel 1

Einleitung

Kapitel 2

Der Weg zur Echtzeitkommunikation

a. Soziale Medien - Kernpunkt: Interaktivität i. Warum hats überhaupt geklappt? -> Technologie ii. Bsp: indymedia b. Soziale Netzwerke i. als Unterkategorie der Medien ii. Facebook/SchülerVZ/Lin/startkedIn/Xing c. Blogs

Das Entstehen von sozialen Medien bzw. Netzwerken wurde maßgeblich durch technologische Fortschritte geprägt.

2.1 Geschichte des Webs (Tim Berners-Lee etc)

Der Grundstein zur Entstehung erfolgreicher sozialer Netzwerke muss daher weit vor ihrem erstmaligen Auftreten gelegt worden sein; ohne Zweifel stellt die Entwicklung des Internets selber den Anfang dieser Kette von Ereignissen dar. Nach anfänglichen Versuchen diverser Forschungseinrichtungen, Mitte der 80-er Jahre ein Netzwerk zum Datenaustausch zwischen Forschungsstandorten, unter anderem denen des US-Militärs, gelang es Tim-Berners Lee und seinen Kollegen am Kernforschungsinstitut CERN in der Schweiz, 1989 die ersten „Webseiten“ zu erstellen, anzuzeigen und elektronisch weiterzuverbreiten¹². Bereits in dieser Anfangszeit, und sogar schon davor, wurde der Wunsch nach Interaktion seitens der Benutzer laut, was damals jedoch aufgrund technischer Beschränkungen nicht zu realisieren war. Mit der Verbreitung des World Wide Webs in der Welt zeichnete sich immer schneller ab, dass die dezentralisierte Struktur des Internets eines seiner größten Stärken war; es gab und gibt keine Autorität, über die alle Verbindungen zu Webseiten ablaufen, die Kommunikation erfolgt direkt zwischen den beiden Kommunikationspartnern. Diese dezentrale Struktur bezog sich allerdings nur auf die Gesamtheit des Webs; eine Webseite wurde dagegen nur von genau einem Computer übertragen, an den alle Benutzer der Webseite ihre Anfragen richteten. Diese Beschränkung in Kombination mit dem damaligen Stand der Technik ließ es nicht zu, größere Anwendungen, die über eine einzige Internetseite aufgerufen werden, zu entwickeln, da die damaligen Computer dem

¹DEKEN 2006, S.20.

²Siehe dazu auch den Artikel über die Entstehung des Webs aus der Sicht einer Forschungseinrichtung in den USA

hohen Rechenaufwand nicht standhielten und es nicht möglich war, diesen auf mehrere Computer zu verteilen.

2.2 Erste soziale Netzwerke

Ein Ansatz zur Lösung dieses Verteilungsproblems stellte die Grundlage für die ersten sozialen Netzwerke dar: anstatt alle Benutzer auf einer Webseite zu konzentrieren, verteilte man sie auf viele Rechner, die jeweils einen anderen Webseiten-,Namen' hatten. Dieser ‚Name' hatte die Form

`http://benutzername.portalname.com`

Für die Computer des Webs war damit spezifiziert, dass der Benutzer zwar das Portal `portalname.com` besuchen möchte, jedoch nicht dessen Haupt-Webseite, sondern die Unter-Webseite `benutzername`. Die Verwendung dieser sogenannten Subdomains ermöglichte die Lastverteilung auf mehrere Rechner und damit die Bereitstellung eines größeren Gesamtnetzwerks. Der größte Nutzer dieser Technik war Geocities, ein Portal, das es seinen Benutzern ermöglichte, eigene Internetseiten zu erstellen und sie zu veröffentlichen. Dabei waren, ganz im Zeichen der dezentralisierten Struktur des Webs, keine Beschränkungen bezüglich des Inhalts gesetzt; Benutzer hatten die Möglichkeit, unter Verwendung der Webseiten-Beschreibungssprache HTML, die auch noch heute für sämtliche Webseiten verwendet wird, die benutzereigenen Seiten von Grund auf mit eigenem Design und eigenen Inhalten zu füllen.

HTML = HyperText
Markup Language

Diese Freiheit sollte sowohl Triumph als auch Niedergang von Geocities und ähnlichen Netzwerken bedeuten. In ihrer Blütezeit schätzten die Benutzer die großen Freiheiten, schufen eigene Webseiten mit teilweise gelungenen, teilweise grauenhaften Designs, Formen und Farben. Diese Freiheiten zogen einen Wettbewerb mit sich, es herrschte offene Konkurrenz um die informativste, die bestaussehende und die aktuellste Seite. Dieser Wettbewerb, womit kein kommerzieller Wettbewerb impliziert werden soll, förderte die Entwicklung neuer Technologien ungemein und brachte der Geocities-Community ein Gefühl des Fortschritts und der Individualisierung.

Beispiele

Doch alsbald kristallisierte sich die Schattenseite des Geocities-Modells heraus, die paradoxerweise aus dem gleichen Grundprinzip hervorgeht: die uneingeschränkte Freiheit der Benutzer, die Webseiten nach Lust und Laune zu gestalten und zu entwickeln, ließ es nicht zu, computerunterstützte Netzwerke zu entwickeln, die die einzelnen Seiten verbanden und ihnen einen maschinenunterstützten Zusammenhalt ermöglichten. Nachrichten, Fotos, aktuelle Meldungen und Beiträge von Freunden oder Bekannten verblieben auf deren Webseite, wenn sich die Betroffenen überhaupt die Mühe machten, ihre Webseite mit den teilweise komplizierten Bearbeitungsmethoden auf den Neuesten Stand brachten. Es war kein ‚Strom' von Nachrichten, der die neuesten Beiträge und Informationen von und zu Freunden anzeigte und somit den Beginn einer Interaktion ermöglichte, verfügbar.

Auch lief die Kommunikation zwischen den Benutzern oft gar nicht über die Plattformen ab; abgesehen von Webseiten, die sowieso keinerlei Interaktion ermöglichen, und den meist schlecht besuchten Chaträumen der Plattformen, war die dominante elektronische Kommunikationsform noch immer die E-Mail, eine Technologie, die bereits älter als das Web selber ist. Das Versenden von

Nachrichten an andere Benutzer, heute ein Grundstein sozialer Netzwerke, lief deshalb komplett an den damaligen Netzen vorbei; dies ist nur ein weiterer Faktor, der zur allmählichen „Zersetzung“ der Benutzerschaft dieser Plattformen führte.

2.3 Scheitern .com-Bubble

Webringe

Mit dem Platzen der .com-Bubble war es nicht absehbar, das in nächster Zeit.

da fehlt die Hälfte

2.4 Die Renaissance der sozialen Netzwerke

2.5 Unternehmensgründungen Facebook/Twitter

Die Idee des damals 19-jährigen Mark Zuckerbergs, Harvard-Studenten ein Netzwerk zur sozialen Interaktion zur Verfügung zu stellen, war der Grundstein für die Entwicklung von Facebook, der heute meistbesuchtesten Internetseite der Welt. Mit über soundsoviel Benutzern ist damit ein soundso großer Teil der Welt bei Facebook registriert. Doch um sich die Tragweite Facebooks klar zu machen, müssen weitere Statistiken herangezogen werden. Die Nutzer von Facebook sind nicht nur quantitativ außerordentlich. 90% der Benutzer besuchen die Seite täglich. Diese Zahl ist für eine Webseite utopisch. Selbst große Webseiten können nur mit Besuchsfrequenzen von mehreren Tagen bis hin zu einer Woche aufwarten.

Woher?

Welche?

Früher beschränkten sich a/startfolgreichen sozialen Netzwerke sich auf einzelne Teile der Gesellschaft (wie beispielsweise Match.com für Singles und SchülerVZ für Schüler). Dieses Einrichten in einer ökonomischen ‚Nische‘ erleichterte diesen Netzwerken das Überwinden der bereits angesprochenen kritischen Masse, die für eine hohe Durchdringung der Zielgruppe erforderlich ist. Davon ausgehend ist es umso erstaunlicher, dass die erst 2004 gegründete Plattform Facebook, die sich nur zu Beginn auf Harvard-Studenten beschränkte, nun das populärste und weitreichendste soziale Netzwerk ist.

Ja toll aber warum hats geklappt?

kritische Masse Dieses Suchen einer ökonomischen ‚Nische‘ erleichterte Ihnen eine hohe Durchdringung der angestrebten Zielgruppe.

Kapitel 3

Kommunikation im Wandel

Die Antwort ist offensichtlich, aber doch nicht trivial. Der Sinn von Facebook ist es nicht, mit möglichst vielen Menschen oder Bekannten verbunden zu sein. Es geht um Kommunikation, man will sehen, was die Freunde gerade tun, was sie mögen, mit wem sie Pinnwandeinträge austauschen. Diese Form der Interaktion, die durchaus auch als weniger intensive bzw. passive Form des Stalkings bezeichnet werden kann, prägt den Umgang vieler Facebook-Nutzer untereinander. Der Reiz der Informationen, die andere über sich preisgeben, ist deshalb weniger in den Informationen selber, die oft nur sekundär wichtig oder gar banal sind, zu finden, sondern vielmehr in der Tatsache, dass diese Informationen von Menschen stammen, die der Benutzer kennt. Dieses Faktum, das offensichtlich erscheinen mag, ist der Grundstein für die sehr hohe Besuchsfrequenz und die virale Verbreitung von Facebook unter Jugendlichen der heutigen Gesellschaft.

Das sollte erklärt werden

Beispiele

Erklärung

3.1 Verbreitung

3.1.1 Nerds -> Jugendliche

Einfach wegen viral und so?

3.1.2 Jugendliche -> Wirtschaft

weil Zielgruppe

3.1.3 Wirtschaft -> Politik

3.2 ‚Institutionalisierung‘ der sozialen Netzwerke

Ein überraschendes Phänomen zeichnet sich in der momentanen gesellschaftlichen Situation ab. Mittlerweile weit verbreitete Plattformen wie Twitter und Facebook werden zusehends als Medien im traditionellen Sinne angesprochen. So werden als Quelle für Nachrichten immer häufiger Tweets oder Facebook-Kommentare herangezogen. Dies ist von Seiten der Medien unverantwortlich, weil wie auch bei einschlägigen Online-Enzyklopädien jeder einen derartigen Beitrag verfassen

Glossar!

kann. Das eigentliche Paradoxon ist jedoch nicht die Akzeptanz dieser Netzwerke als Nachrichtenquelle, sondern die Tatsache, dass diese Pseudo-Nachrichtenquelle als gleichwertig gegenüber beispielsweise einer Zeitung angesehen wird. So ist es mittlerweile natürlich noch nicht Gang und Gebe, aber doch in Einzelfällen möglich, dass über Twitter Regierungsinformationen exklusiv verbreitet werden. Der Regierungssprecher Steffen Seibert beispielsweise twittert als @RegSprecher (<http://twitter.com/regsprecher>). Ähnliche Ausmaße nahmen die Diskussionen um die Plagiatsvorwürfe gegen den ehemaligen Verteidigungsminister Karl-Theodor zu Guttenberg an. Während die Erfassung und Bearbeitung verdächtiger Stellen der Doktorarbeit in einem öffentlich zugänglichen und von jedermann bearbeitbaren Wiki stattfanden (GuttenPlag), bildete sich ein großer Facebook-Zusammenschluss, der das Ende der ‚Hetzjagd‘ auf den Politiker forderte. Von den traditionellen Medien wurden diese Proteste teilweise als eine wirklich stattfindende Demonstration angesehen und verfolgt. So wurden einzelne Beiträge, die Mitglieder der im Rahmen der Pro-Guttenberg-Facebookgruppe verfassten, wie *vox populi*-Beiträge bezeichnet behandelt, Aussagen von Demonstranten oder Passanten, die üblicherweise von Journalisten bei Demonstrationen oder anderen öffentlichen Veranstaltungen erfragt werden.

vox populi – lat.
‚Stimme des Volkes‘

i. Netzwerke nicht als Produkt/Selbstzweck, sondern als Plattform ii. Bsp: Stars/Firmenvertreter/ iii. Anerkennung von bspw. Facebook als Medium (Guttenberg-Proteste, Likes wie Demonstrationen) b. Twitter c. ‚Digital Natives‘ / ‚Digital Immigrants‘

Kapitel 4

Neu erschlossene Bereiche

a. Einfach zugänglich -> Diskussionsplattform b. Politische Einflussnahme i. Libyen/Ägypten ii. Atomkraft? iii. Open Government

Kapitel 5

Probleme

5.1 Zentralisierte Organisation

-i. Diaspora

5.2 Privatsphäre

Kapitel 6

Ausblick

Literaturverzeichnis

- DEKEN, Jean Marie (2006). *The Early World Wide Web at SLAC: Documentation of the Early Web at SLAC (1991-1994)*. Webseite. online. URL: <http://www.slac.stanford.edu/history/earlyweb/history.shtml> (besucht am 25.04.2011).
- SIMON, Nicole und Nikolaus BERNHARDT (2008). *Twitter : mit 140 Zeichen zum Web 2.0*. München: Open Source Press. ISBN: 978-3-937514-74-1.