

2. Web 2.0, Social Web & Social Network Sites

„Web 2.0 isn't a thing...It's a state of mind“ (Budd 2005: o.S.).

Um das Soziale Netzwerk Facebook als Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit einzuordnen und um im Weiteren die Bedeutung für Kinder und Jugendliche und für die Soziale Arbeit herauszuarbeiten, bedarf es zunächst einer Klärung, was soziale Onlinenetzwerke überhaupt sind. Hierzu werden theoretische Grundlagen mit der Beschreibung und Abgrenzung der Begriffe Web 2.0 und Social Web geschaffen. Ziel ist es, die Merkmale und Möglichkeiten des heutigen Internets darzustellen, um darauf aufbauend eine kurze Klassifikation von Social Web-Anwendungen zu liefern, worunter die sozialen Onlinenetzwerke ausführlich beleuchtet werden.¹

2.1 Der Begriff Web 2.0

Der Begriff Web 2.0 hat sich in den letzten Jahren zu einem Schlagwort für den Wandel des Internets entwickelt und sich in der Gesellschaft etabliert. Im weitesten Sinn steht er für eine Veränderung der Nutzungsweisen des Webs, bei denen vor allem kommunikative und partizipative Funktionen im Vordergrund stehen. Allerdings liegt weder eine einheitliche Definition für den Terminus vor, noch herrscht Einigkeit hinsichtlich der Grenzen zwischen dem traditionellen Internet (Web 1.0) und dem sogenannten neuen Web 2.0. Diese Tatsache und die gleichzeitige hohe Wirkmacht des Begriffes erfordern eine genauere Betrachtung dessen, was Web 2.0 eigentlich ist. Für einen besseren Einblick in die Dynamik

1 Hierbei wird auf die Darstellung der generellen Entwicklung, ausgehend vom ARPANET bis hin zum heutigen WWW verzichtet. Zur Vertiefung siehe z.B. Ebersbach/Glaser/Heigl 2011: 17ff.

und in den Charakter des Begriffes erscheint es hilfreich, sich die Motive und Hintergründe, die zur Wortgebung beigetragen haben, anzuschauen.

Erstmals wurde der Terminus 2004 von Tim O'Reilly, Gründer des O'Reilly Verlages, Dale Dougherty, Vice President von O'Reilly Media und Graig Cline von Media Live, im Rahmen eines Brainstormings für eine Konferenz zum Thema Internetentwicklung genannt. Nach dem Zusammenbruch der „New Economy“² und dem Platzen der Dotcom-Blase im Jahr 2001 stellten sie einen Wandel der Internet-Firmen fest, die sich zunehmend auf die Bedürfnisse der BenutzerInnen einstellten und sie an den Entwicklungen neuer Dienste teilhaben ließen.³ Daher sollte der Begriff also primär Innovationen bezeichnen, die das Internet in den vergangenen Jahren durchlaufen und verändert haben. Gemeint waren hauptsächlich Softwaretechnologien, Geschäftsmodelle bzw. onlinebasiertes Wirtschaften sowie das dadurch gekennzeichnete generelle Nutzungsverhalten (vgl. Ebersbach et al. 2011: 23; Schmidt 2011: 15; Cormode/Krishnamurathi 2008: o.S.). Demnach handelt es sich um keine grundlegend neuen Ideen, sondern vielmehr um Weiterentwicklungen und Neuzusammensetzungen von bereits bestehenden Möglichkeiten (vgl. Schmidt-Hertha et al. 2011: 13). Ursprünglich als eine Art Marketing-Begriff gedacht, verbreitete sich der Begriff Web 2.0 durch die KonferenzteilnehmerInnen⁴ und den von O'Reilly⁵ (2005) verfassten Artikel „What is Web 2.0“ binnen kürzester Zeit. Zur genaueren Erläuterung des Begriffes wird im Folgenden auf sieben Dimensionen⁶ von O'Reilly Bezug genommen, mit denen dieser den Begriff einzugrenzen versuchte:

1.) The Web As Platform (Das Web als Plattform)

Das Web als Plattform bezieht sich auf die veränderten Mechanismen der Software-Entwicklung und der Software-Bereitstellung. Durch die zunehmende Ver-

2 Der Begriff New Economy beschreibt die neu entstandenen Wirtschaftsmöglichkeiten, die es seit der Verbreitung des Internets gibt. Der Erfolg blieb bei den meisten Unternehmen jedoch aus, im Jahr 2000 zeichnete sich eine Marktübersättigung ab, was zu einem allgemeinen Umdenken in der Konzeptentwicklung führte (vgl. Stanoevska-Slabeva 2008: 14ff.).

3 Die Seiten Amazon und Ebay waren zu der damaligen Zeit Vorzeigemodelle für interaktive Nutzungsmöglichkeiten. Durch die Möglichkeit, Rezensionen und Bewertungen abzugeben, konnten NutzerInnen aktiv eingebunden werden.

4 Beispielsweise durch VertreterInnen der Firmen Yahoo und Amazon.

5 Tim O'Reilly ist der Gründer und CEO von O'Reilly Media.

6 Für die dt. Übersetzung vgl. Schmidt-Hertha et al. 2011: 14f.

breitung und Leistungsfähigkeit des Internets wird immer mehr auf stationäre Plattformen verzichtet und immer mehr Anwendungen können über den Webbrowser – unabhängig von lokal installierten Programmen – genutzt werden. „Dadurch wandelt sich Software von einem Produkt, das erworben und installiert wird, zu einem Dienst bzw. ‚Service‘, der bereitgestellt wird“ (Schmidt 2011: 16). NutzerInnen können Dienste somit unabhängig vom Betriebssystem und von überall aus nutzen. Dies eröffnet neue kooperative und kollaborative Arbeitsformen.

2.) Harnessing Collective Intelligence (Die Nutzung der kollektiven Intelligenz)

Die Nutzung der kollektiven Intelligenz gehört zu den Grundüberzeugungen des Web 2.0 und findet sich häufig in Schlagworten wie Mitmach-Netz, Partizipatives-Web und *User Generated Content* wieder. Hierbei geht es um die systematische Nutzung von gemeinschaftlich zusammengetragenem Wissen mit dem implizierten Dogma, dass die Masse mehr weiß als der Einzelne (vgl. Schmidt-Hertha et al. 2011: 14). Die Online-Enzyklopädie Wikipedia ist ein beliebtes Beispiel hierfür. Im Vergleich zu früher ist es also nicht mehr der Anbieter der eine Webseite mit Inhalten füllt, sondern die NutzerInnen selbst. „Anders als vermutet, hat das Fehlen eines zentralen Redaktionsprozesses keine Qualitätseinbußen zur Folge“ (Ebersbach et al. 2011: 29). Je mehr NutzerInnen partizipieren, desto größer wird der Wert einer Anwendung. O'Reilly (2005) bezeichnet NutzerInnenbeiträge, die Netzwerkeffekte generieren, als Schlüssel zur Marktdominanz im Web 2.0 (vgl. ebd.: 2).

3.) Data Is The Next Intel Inside (Datengetriebene Anwendungen)

Zentraler Bestandteil der meisten Web 2.0-Anwendungen sind Datenbanken, „die auf die anwenderspezifische Aufbereitung von gigantischen Datenmengen spezialisiert sind“ (Schmidt-Hertha et al. 2011: 14). Die NutzerInnen der jeweiligen Anwendung, wie beispielsweise auch Facebook oder YouTube, generieren die Daten in der Regel selbst.⁷ O'Reilly (2005) bezeichnet solch eine Software daher auch stellenweise als „Infoware“. Mit der Qualität und Quantität der jeweiligen

⁷ Dieser Aspekt führt zu einer Reihe von neuen Herausforderungen, da die Bereitstellung und Transparenz persönlicher Daten neue Fragen des Persönlichkeitsrechts und des Datenschutzes hervorbringen. Vgl. hierzu Kapitel 5.3.

Daten steht und fällt der Wert einer Anwendung. „Dabei hat das Rennen um die wichtigsten Daten bereits begonnen, vor allem um geografische, persönliche, terminliche und produktspezifische“ (Ebersbach et al. 2001: 30).

4.) End Of The Software Release Cycle (Ende des klassischen Softwarelebenszyklus)

Charakteristisch für Web 2.0-Anwendungen ist ein permanenter Beta-Status, der auf die Weiterentwicklung der Software hinweist, in die die NutzerInnen mit einbezogen werden (Open-Source-Software). EntwicklerInnen profitieren hierbei von zeitnahe Feedback und neuen Ideen. Wie oben bereits erwähnt ist diese insgesamt als Service und nicht als endgültiges Produkt anzusehen, wodurch sich „der klassische Zyklus von Softwareentwicklung, Erprobung, Verbreitung und Weiterentwicklung“ (ebd.) auflöst und zu einem permanenten Entwicklungsprozess wird (vgl. ebd.). Bisherige Versionsnummerierungen für Softwareprodukte werden damit inkonsistent.

5.) Lightweight Programming Models (Beliebige Kombinierbarkeit von Komponenten oder ganzen Anwendungen)

Im Gegensatz zu früherer Software sind Web 2.0-Anwendungen vergleichsweise einfach und fragil entwickelt. Sie zeichnen sich durch eine größere Kompatibilität aus, so dass sie durch entsprechende Schnittstellen in andere Anwendungen integrierbar sind.⁸ „So entstehen sogenannte Mashups, die Inhalte von verschiedenen Anwendungen des Internets zusammenbringen, zum Beispiel Placeopedia, die die Funktionalitäten von Google Maps und Wikipedia vereint, so dass sämtliche Plätze der Welt mit Wikipedia-Einträgen angereichert werden können“ (Ebersbach et al. 2011: 31). Durch Weiterentwicklungen von anderen Anbietern, lässt sich so neuer Nutzen generieren, den O'Reilly (2005) als „innovation in assembly“ (ebd.: 4) bezeichnet.

8 Beispielsweise bietet Google Programmierschnittstellen an, mit denen der Dienst Google-Maps in eigene Seiten eingebunden werden kann.

6.) Software Above The Level Of A Single Device (Plattform- und Geräteunabhängigkeit)

Web 2.0-Anwendungen sind browserbasiert und nicht auf einzelne Plattformen begrenzt. Das Prinzip „vom Desktop zum Webtop“ (Lange 2006: 5), was die Geräteunabhängigkeit verdeutlichen soll, eröffnet neue Potentiale und führt zu mehr Mobilität. Auch die Speicherkapazität eigener Endgeräte spielt dadurch keine allzu große Rolle mehr. So können Webseiten auf verschiedensten Medien dargestellt werden. Das Mobile Tagging ist ein bekanntes Beispiel dafür. Über zweidimensionale Strichcodes, die mit Fotohandys gelesen werden, wird eine URL kodiert und diese via mobilem Browser abgerufen (vgl. Ebersbach et al. 2011: 31).

7.) Rich User Experiences (Anwenderfreundlichkeit und Einfachheit)

Web 2.0-Anwendungen zeichnen sich durch eine benutzerfreundliche und leichte Bedienbarkeit aus. NutzerInnen können ohne Programmierkenntnisse einfach und schnell Daten ins Web stellen, ohne über große technische Versiertheit verfügen zu müssen. Durch neue Technologien und Programmiertechniken⁹ reagieren Web-Anwendungen außerdem fast so schnell wie Desktop-Anwendungen, da bei einem Klick auf eine Schaltfläche nur Teile der jeweiligen Seite, nicht jedoch die ganze Webseite neu aufgebaut bzw. geladen werden muss.

Zwar wurden nach der Veröffentlichung der Dimensionen von O'Reilly bestimmte Eigenschaften und Praktiken des Web 2.0 deutlicher, insgesamt blieb der Begriff jedoch nicht mehr als ein „Sammelbegriff für die gegenwärtige Gestalt des Internets“ (Schmidt 2011: 23). So steht der Begriff bis heute in der Kritik – in erster Linie da „die in ihm enthaltene Implikation eines deutlichen Bruchs mit früheren Phasen¹⁰ der Internetentwicklung [schlichtweg] nicht haltbar ist“ (ebd.). Viele der technischen Voraussetzungen, Ideen und Web 2.0-Konzepte reichen teils Jahrzehnte zurück, und es ist nicht auszumachen, wann genau von einem Sprung von einer alten zu einer neuen Version gesprochen werden kann.¹¹ „Die unter der

9 Beispielsweise Ajax, wodurch der Datenaustausch zwischen Web-Client und Webserver beschleunigt wird.

10 So deuten in der Informatik beispielsweise Nummern an Programmen auf die jeweiligen Versionen hin, was bei dem Begriff Web 2.0 als neue Software-Versionsnummer interpretiert werden könnte.

11 Die veränderte Rolle der MediennutzerInnen heute, bei dem die Trennung zwischen KonsumentIn und ProduzentIn aufgehoben wird und jede/r Produzent bzw. ProsumentIn

Überschrift Web 2.0 zusammengefassten Entwicklungen haben mehrere Auslöser. Ursachen und Wirkungen mögen analytisch aufzufächern sein, sind praktisch aber nur mit Mühe voneinander zu trennen“ (Gehrke/Gräßer 2007: 16). O'Reilly (2005) wies auf diese Tatsache zwar selbst in seinem Artikel hin, „but as with many areas of Web 2.0, where the 2.0-ness is not something new, but rather a fuller realization of the true potential of the web platform“ (ebd.: 4), die Kritik hielt sich dennoch nachhaltig.

Anhand von Anwendungen wie Facebook, YouTube oder auch Twitter können dennoch Unterschiede zwischen dem „alten“ und „neuen“ Web dargestellt werden, die es in der Form vorher nicht gab. In der ersten Phase der breiten Nutzung des Internets (1994-2004) diente dieses wie bereits erwähnt, primär als weltweite Informationsquelle, bot Unternehmen einen Raum für ihre virtuelle Präsenz und den BenutzerInnen beispielsweise die Möglichkeiten in Online-Shops einzukaufen. Die Webseiten und Inhalte waren dabei größtenteils statisch, und die Interaktivität und NutzerInnenbeteiligung bezog sich auf sehr begrenzte Möglichkeiten und Formate. Nach dem Zusammenbruch der New Economy wandelte sich das Internet schrittweise von einer „Informationsplattform zu einer Mitmachplattform“ (Stanoevska-Slabeva 2008: 23). Die neuen Dienste sind so konzipiert, dass die BenutzerInnen eigenständig Inhalte generieren und online stellen können. War das Internet also bislang eher als Top-Down-Prinzip zu verstehen, bei dem die NutzerInnen weitestgehend KonsumentInnen waren, funktioniert das Web 2.0 über das Bottom-Up-Prinzip, indem es die NutzerInnen aktiv einbezieht (vgl. Kurz 2008: 39). Damit verwischen die Grenzen zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen und das SenderInnen-EmpfängerInnen-Verhältnis verändert sich. In diesem Zusammenhang wird, wie bereits erwähnt, von *User Generated Content* (nutzergenerierte Inhalte) gesprochen, also von Medieninhalten, die von den NutzerInnen selbst und nicht von Anbietern erstellt werden. „Die aktive Teilhabe und das Mitwirken lösen das eher passive Konsumieren ab“ (Gehrke 2007: 7). Damit schafft das Web 2.0 Interaktivität und eine neue Form der Meinungsfreiheit. Individuelle Ansichten und Standpunkte vernetzen sich mit Gleichgesinnten und binnen kürzester Zeit entstehen bedeutende Meinungspools.¹²

(Kofferwort aus ProduzentIn und KonsumentIn) ist, wurde beispielsweise durch Enzensberger bereits in den 70er Jahren in Form einer „Baukastentheorie“ formuliert. Seine Ideen zur Reversibilität der Mediennutzung ließen ProduzentInnen und KonsumentInnen von Medien nicht in eindeutige Rollen unterteilen (vgl. Enzensberger 1970: 159ff.).

12 Exemplarisch seien hier zwei Beispiele aufgeführt: Im Zuge der Plagiatsaffäre von Karl-Theodor zu Guttenberg wurde extra ein „GuttenPlagWiki“ angelegt, das die „kollaborative Plagiatsdokumentation“ zum Ziel hat (vgl. <http://de.guttenplag.wikia.com/wiki/Plagiate>),

Insgesamt kann letzten Endes festgehalten werden, dass „unter den verschiedenen Wissenschaftlern, die sich aus ihrer jeweiligen disziplinär geprägten Perspektive dem Phänomen Web 2.0 nähern, insofern [Konsens besteht], als Web 2.0 einheitlich nicht als Technologie oder bestimmte Anwendung, sondern als eine neue Form des Umgangs mit den Möglichkeiten des Internets gesehen wird“ (Schmidt-Hertha et al. 2011: 13f.). Zwei Jahre nach Veröffentlichung des Artikels „What is Web 2.0“ schien auch O'Reilly nicht zufrieden mit dem eigens von ihm hervorgebrachten Begriff zu sein. So schreibt er in einem Artikel zum Thema Web 3.0: „Meanwhile, Web 2.0 was a crappy name for what's happening“ (O'Reilly 2007: o.S.).

Die nach wie vor bestehende Unschärfe des Begriffes lässt Überlegungen nach einer Alternative aufkommen. Bezugnehmend auf Überlegungen von Schmidt (2008/2011) wird im Folgenden der Begriff des „Social Web“ nach Ebersbach, Glaser und Heigl (2011) herangezogen und schlussendlich argumentiert, weshalb im weiteren Verlauf der Arbeit dieser Verwendung finden wird.

2.2 Social Web

„Die extensive Erstellung und Bereitstellung von Inhalten gepaart mit einer starken Vernetzung der Beteiligten prägt das neue „Social Web“. Es herrscht Aufbruchsstimmung: Einige sprechen sogar von der Rückeroberung des WWW durch die Nutzer. Ein Phänomen dieses Ausmaßes hat es seit dem Dotcom-Boom im Netz nicht mehr gegeben und die Entwicklung neuer Plattformen schreitet rasant voran“
(Ebersbach et al. 2011: 11).

Für Ebersbach et al. (2011) stellt das Social Web im weitesten Sinne einen Teilbereich des Web 2.0 dar. Dieser Begriff fokussiert dabei wesentlich stärker den sozialen Charakter und richtet den Blick damit auf Anwendungen, bei denen es „um die Unterstützung sozialer Strukturen und Interaktionen über das Netz geht“ (ebd.: 32f.) und nicht primär um Verbindungen zwischen Servern oder darum Daten auszutauschen. Die AutorInnen konzipieren Social Web somit nicht als Synonym für Web 2.0, sondern als wesentlich enger gefasste Gattung, die „– je

[Zugriff: 24.06.2013]. Weiterhin wird die Bedeutung sozialer Onlinenetze in der arabischen Welt und besonders im Zuge des „arabischen Frühlings“ diskutiert. Dabei spielt die Perspektive, aus der der Einfluss von Sozialen Netzwerken betrachtet wird, keine Rolle, deutlich geworden ist dabei, dass sie es AktivistInnen ermöglichen, ihr Anliegen voranzutreiben, zu dokumentieren, zu planen und der Öffentlichkeit zeitnah zugänglich zu machen (vgl. Konrad-Adenauer-Stiftung e.V. 2011: 2ff. und Kapitel 3.6).

nach Blickwinkel – technische, ökonomische und rechtliche Aspekte“ (ebd.: 27) vernachlässigt. In Anlehnung an Hippner¹³ (2006) definieren sie Social Web wie folgt:

„Das „Social Web“ besteht aus: (im Sinne des WWW) webbasierten Anwendungen, die für Menschen, den Informationsaustausch, den Beziehungsaufbau und deren Pflege, die Kommunikation und die kollaborative Zusammenarbeit in einem gesellschaftlichen oder gemeinschaftlichen Kontext unterstützen, sowie den Daten, die dabei entstehen und den Beziehungen zwischen Menschen, die diese Anwendungen nutzen“ (Ebersbach et al. 2011: 35).

Weiterhin arbeiten die AutorInnen sechs Prinzipien heraus, die allen Anwendungen des Social Webs mehr oder weniger gemeinsam sind. Hierzu gehört erstens, dass das Individuum oder die Gruppe im Mittelpunkt stehen. „Funktionen der Kommunikation untereinander sind wesentlich für eine Social Web-Anwendung. Fast alle Dienste sind personalisiert, so dass die Aktionen des Einzelnen nachvollziehbar werden“ (ebd.). Herkömmliche Webseiten werden im Vergleich eher anonym genutzt. Zweitens integriert sich das Individuum in die Gruppe. Damit ist gemeint, dass jeder einen Beitrag zum Aufbau der Community leisten sollte. „Einzekämpfer, die auf Kosten der Community arbeiten, werden nicht gerne gesehen“ (ebd.). Das dritte Prinzip beinhaltet, dass Personen, Beziehungen, Inhalte und Bewertungen sichtbar werden und dadurch eine „Transparenz hinsichtlich der Aktionen, Daten und Zusammenhänge im Social Web [herrscht]“ (ebd.: 36). Grundlage ist viertens die Idee der Selbstorganisation. Dadurch passt die Community die Inhalte an ihre Bedürfnisse an, wodurch sich Verhaltensnormen herausbilden und eine „Demokratisierung des Webs“ (ebd.) entsteht. Weiterhin wird fünftens eine soziale Rückkopplung gegeben. Durch die Bewertungen von Beiträgen einzelner NutzerInnen können diese geordnet und gefiltert werden (Social Ratings). „Somit werden diejenigen belohnt, die Inhalte beisteuern, die eine bestimmte Community gerne sieht“ (ebd.). Das letzte der sechs Prinzipien betont die Möglichkeit zum kollektiven Wissen. „Der Fokus liegt weniger auf der einzelnen Information, sondern vielmehr auf der Struktur, die aus der Verknüpfung derselben erwächst. Erst, wenn die Beiträge verbunden und miteinander in Beziehung gesetzt werden, können die Inhalte ihre Stärke ausspielen“ (ebd.).

Auch Schmidt (2011) plädiert aus kommunikationssoziologischer Sicht für die Bezeichnung Social Web. Zum einen verweise diese auf das World Wide Web,

13 Anzumerken sei hier, dass Hippner allerdings noch den Begriff Social Software verwendet (vgl. dazu auch Ebersbach et al. 2011: 33).

betone aber vor allem „dessen grundlegenden sozialen Charakter, der aufeinander bezogenes Handeln zwischen Nutzern fördert“ (ebd.: 22ff.) und gebe keinen Hinweis auf verschiedene zeitliche Phasen des Internets. So können auch Anwendungen wie ICQ als Instant Messaging-Anwendung als Teil des Social Webs erfasst werden, welche unter dem Begriff Web 2.0 nicht dazu gezählt würden. Aufgrund der aufgeführten Argumente wird in dieser Arbeit ebenfalls der Begriff Social Web benutzt, worunter Facebook als Social Web-Anwendung klassifiziert wird.

Insgesamt ist das Angebot an Social Web-Anwendungen¹⁴ immens und eine Systematisierung der Anwendungen nicht immer ganz einfach. Es gibt zahlreiche Hybrid-Angebote, also Anwendungen, die Elemente unterschiedlicher Gattungen verbinden (vgl. Schmidt 2011: 25). Dennoch lassen sich Prototypen ausmachen, nach denen die Seiten einzuteilen sind. Hierzu gehören Wikis, Blogs, Social Sharing Seiten und Soziale Netzwerke. Bevor letztere im nächsten Kapitel ausführlich beleuchtet werden, soll abschließend ein kurzer Überblick über die anderen typischen Angebote gegeben werden.

Wikis: WikiWikiWebs oder umgangssprachlich Wikis sind Anwendungen, die die kollaborative Zusammenarbeit fokussieren – ein echtes „Many-to-many-Medium“ (Ebersbach et al. 2011: 40). Text oder Hypertext-Dokumente können angelegt, editiert, korrigiert und verlinkt werden. Dabei haben in der Regel alle NutzerInnen gleiche Bearbeitungsrechte.¹⁵ Die Vorgehensstruktur ist dabei ergebnisorientiert, d.h. dem/der LeserIn wird immer die aktuellste Fassung angezeigt. Die Seiten selbst enthalten jedoch eine History, über die Veränderungen nachvollzogen werden können. Das erste Wiki wurde bereits 1995 entwickelt, tatsächlich wuchs der Bekanntheitsgrad von Wikis aber erst durch die Online-Enzyklopädie Wikipedia seit 2001. Inzwischen zählt diese Seite zu einer der meist besuchten Webseiten weltweit.¹⁶

Blogs: Der Ausdruck Blog bzw. Weblog setzt sich aus den Wörtern Log (für Tagebuch, Protokoll) und Web (für WWW) zusammen und meint so viel wie öffentliche Tagebücher oder „autobiografische Dokumentationen in chrono-

14 Häufig synonym mit dem Begriff Social Software betitelt, der auf den US-amerikanischen Internetexperten Clay Shirky zurückgeführt wird (vgl. z.B. Stegbauer/Jäckel 2008: 7). Shirky (2003) definierte Social Software als „software that supports group interaction“ (ebd.: o.S.).

15 Durch das dadurch entstehende AutorInnenkollektiv ist immer wieder die Qualität der Beiträge in der Diskussion.

16 Global liegt Wikipedia im Mai 2013 auf Rang sechs (vgl. <http://www.alexa.com/topsites/global>) [Zugriff: 22.05.2013].

logischer Form“ (Ebersbach et al. 2011: 61), die von LeserInnen kommentiert werden können. Blogs zählen zur Kategorie des Personal Publishing und grenzen sich von professionell-journalistisch produzierten Inhalten ab, wobei auch immer mehr Unternehmen und Redaktionen Blogs betreiben (vgl. Schmidt 2011: 27). Sie werden in der Regel von Einzelpersonen geführt – die Gemeinschaft erfolgt durch die Vernetzung¹⁷ der einzelnen Blogs, wodurch die Dynamik der Blogosphäre entsteht. Blogger sind hinsichtlich Gestaltung¹⁸ und Länge ihrer Einträge frei, anders verhält es sich jedoch mit Microblogging-Diensten, bei denen sehr kurze Einträge, meist über tagesaktuelle Themen, das Ziel sind. „Die Inhalte sind expressiv, appellativ, koordinierend und verweisend“ (Ebersbach et al. 2011: 58). Bekanntestes Beispiel ist hierbei Twitter, bei dem maximal 140 Zeichen getwittert werden können. Diese sogenannten *Tweets* können auch nicht direkt kommentiert werden, allerdings ist eine wechselseitige Bezugnahme über sogenannte *retweets* möglich. Podcasts (Audio-Inhalt) und Videocasts (audiovisueller Inhalt) stellen die Multimediale Variante der Blogs dar, sind jedoch durch höhere produktionstechnische Aspekte bei Privatpersonen weniger verbreitet.

Social Sharing: Social Sharing-Anwendungen eignen sich für die Bereitstellung und den Austausch von digitalen Inhalten. Schmidt (2011) fasst diese unter „Werkzeuge des Informationsmanagements“ (ebd.: 29) zusammen.¹⁹ Gemeint ist die Verwaltung von Inhalten wie Bildern (z.B. Flickr), Videos (z.B. YouTube) oder Linklisten (Social Bookmarking z.B. über Delicious) im Internet, wodurch ein Zugriff von überall – und nicht nur vom heimischen PC – möglich ist. Ausgewählten NutzerInnen oder der gesamten Öffentlichkeit können diese Ressourcen dann zur Verfügung gestellt werden, wodurch „gemeinsame Wissensbasen“ (Ebersbach et al. 2011: 117) entstehen. Durch kollaboratives Filtern durch die NutzerInnen, z.B. in Form von Ratingfunktionen, entsteht eine Ordnung in der Masse an verfügbarer Information (vgl. Stanoevska-Slabeva 2008: 25f.).

Bis auf die Sozialen Netzwerkseiten wurden somit bislang die Basisinformationen des Social Webs dargestellt. Gleichermäßen signifikant sind darüber hinaus natürlich auch Konzepte und Methoden wie das Tagging,²⁰ News-

17 Etwa über Trackback- und Pingbacksysteme.

18 Häufig werden auch Fotos, Videos oder Tonaufnahmen integriert.

19 Hierzu gehören bei Schmidt (2011) auch Elemente, die laut Ebersbach et al. (2011) keiner der vorherigen Formen zuzuordnen sind, wie beispielsweise Feed Reader, mit denen sich NutzerInnen über Aktualisierungen von Webseiten informieren können, ohne die entsprechende Seite absurfen zu müssen.

20 Unter Tagging wird die freie Verschlagwortung von Inhalten verstanden, die die Nutzung einer Seite und das Suchen von Informationen effektiver macht. Diese so erstellten

Facebook in der Sozialen Arbeit
Aktuelle Herausforderungen und
Unterstützungsbedarfe für eine professionelle Nutzung
Alfert, N.
2015, XVI, 378 S. 19 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-07099-1