

Dr. Jan Schmidt
(Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien, Bamberg)

Weblogs, YouTube, studiVZ & Co.

Wie sich Öffentlichkeiten im Internet verändern

04.07.2007, Jena

#1 von 25

Agenda

1. Einleitung: Web 2.0 als Kontext
2. Entstehen und Strukturmerkmale von Öffentlichkeiten im Web 2.0
 - Vortrag wird zeigen, wie aus den Handlungen einer Vielzahl von Nutzern, die *Identitätsmanagement*, *Beziehungsmanagement* und *Informationsmanagement* betreiben, Öffentlichkeiten unterschiedlicher Größe und unterschiedlicher thematischer Ausrichtung entstehen
 - Vortrag wird zeigen, dass „persönliche Öffentlichkeiten“ die massenmedial produzierten Öffentlichkeiten ergänzen, wobei bestimmte Strukturierungsprinzipien die Verbreitung und Rezeption von Informationen beeinflussen
3. Fazit



Quelle: http://en.wikipedia.org/wiki/Image:Web_2.0_Map.svg

- Web 2.0 ist Oberbegriff für eine Vielzahl von Trends, die sich in den vergangenen Jahren im Internet abzeichnen
 - Neue Anwendungen
 - Neue Arten der Software-Entwicklung
 - Neue Märkte und Geschäftsmodelle
 - Neue Öffentlichkeiten
- Problem: Begriff „Web 2.0“ legt einen revolutionären Sprung in der Entwicklung des Internets nahe, doch Grundprinzipien der computervermittelten Interaktion und Kommunikation sind schon vor zehn und mehr Jahren zu beobachten gewesen → Social Software ist nichts grundlegend Neues
- Besonderheit besteht eher in quantitativer denn in qualitativer Hinsicht: Immer mehr Menschen werden zu „produsern“, die Wissen (in einem sehr weiten Sinn) im Netz erstellen, abrufen, teilen und weiter entwickeln

(I) Identitätsmanagement

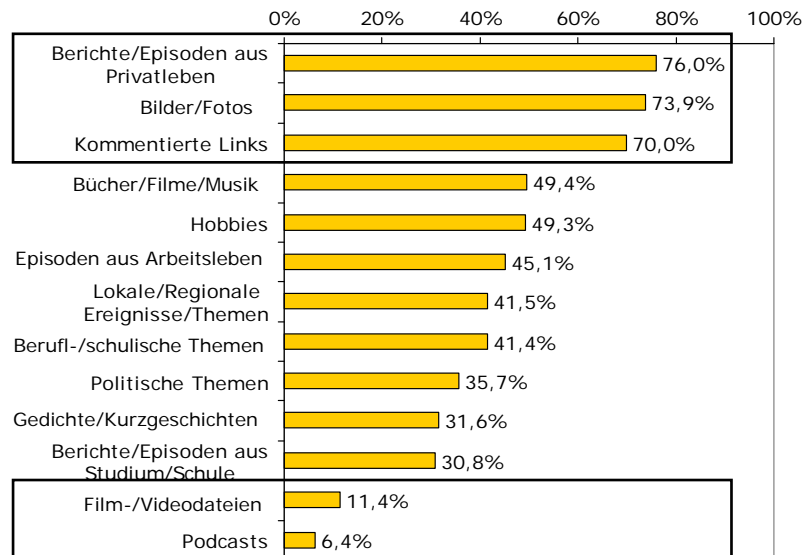
- Ausgangspunkt: Produser verwenden Angebote des Web 2.0, um **Identitätsmanagement** zu betreiben, also Aspekte der eigenen Person – Interessen, Erlebnisse, Meinungen, Kompetenzen, – im Internet zu präsentieren
- Identitätsmanagement nimmt sehr unterschiedliche Formen an, bspw. hinsichtlich
 - ...den zugrundeliegenden Anwendungen
 - ...der Themen und Inhalte, die veröffentlicht werden
 - ...der Gestaltung
 - ... dem Grad an Zurechenbarkeit zur „realen“ Identität (Anonymität / Pseudonym / Realer Name)

Die Vielfalt der Blogosphäre

- Hier waren jede Menge Screenshots von ganz unterschiedlichen Blogs zu sehen.

Identitätsmanagement: Weblogs

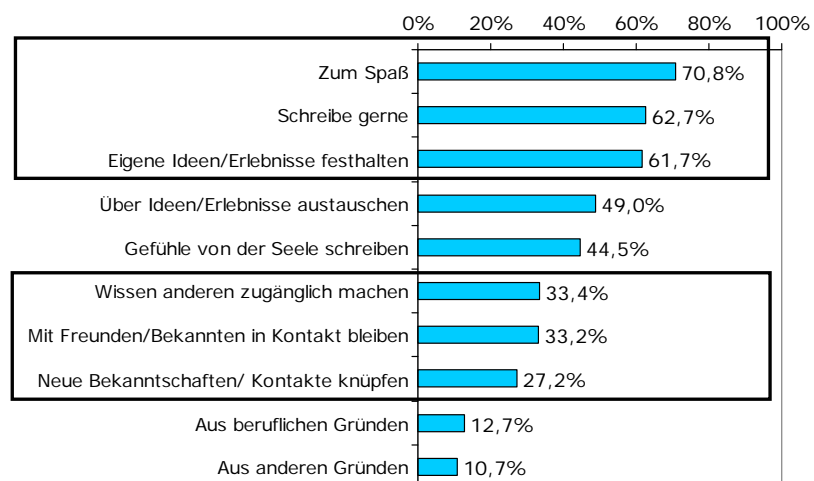
Inhalte des eigenen Weblogs (n=1223; Mehrfachantworten mgl.)



Quelle: Schmidt/Paetzolt/Wilbers 2006

Identitätsmanagement

Motive für das Führen eines Weblogs (n=4417; Mehrfachantworten mgl.)



Quelle: Schmidt/Wilbers 2006

(II) Beziehungsmanagement

- Zum Identitätsmanagement tritt das **Beziehungsmanagement**, also das Abbilden, Pflegen und Knüpfen von sozialen Beziehungen über das Internet
- Forschungsergebnisse zeigen:
 - Kontakte/Beziehungen im Internet nicht per se defizitär
 - Beziehungsmanagement schließt oft weitere Kommunikationsmodi mit ein (z.B. E-Mail, SMS, face-to-face)
 - Internet bietet die Möglichkeit, Sozialkapital zu erweitern
 - ➔ Individuen können durch die Einbettung in soziale Netzwerke bestimmte Ressourcen erhalten, z.B. Zugang zu Informationen, Zugehörigkeitsgefühl/ Solidarität, sozioemotionale Unterstützung in Krisensituationen, ...

Beispiel XING

The screenshot shows a XING profile for Dr. Jan Schmidt. The profile includes a profile picture, name, title 'Sozial- und Kommunikationswissenschaftler', and contact information (address in Bamberg, Germany, and phone number). It also displays 'Meine Einladungen' (total 30, successful 13), 'Empfehlen Sie XING!' (10 successful invitations), and social statistics: 345 direct contacts, 27,152 contacts from contacts, and 709,972 contacts from 3rd degree. The profile is categorized as 'Angestellter' and lists current and previous companies, including 'Universität Bamberg' and 'Staatshochschule für Familienforschung Wiesbaden'.

Beispiel StudiVZ

STUDIVERZEICHNIS suche einladen Hilfe Klartext boutique einstieg raus hier

Jan Schmidts Seite (das bist du) Uni Bamberg

Verbindung
Das bist du

Information

Account
Name: Jan Schmidt
Mitglied seit: 20.09.2006
Letztes Update: 21.09.2006

Allgemeines [bearbeiten]
Hochschule: Uni Bamberg (seit 1993)
Status: Alumnus / Alumna
Geschlecht: männlich
Studiengang: Soziologie
Studienrichtung: Sozialwissenschaft
Geburtsdag: 15.11.1972
Heimatland: Deutschland
Heimatstadt: 96049 Bamberg

Kontakt [bearbeiten]
Homepage: http://www.bamberg.gewinnt.de/wordpress

Persönliches [bearbeiten]

Arbeit [bearbeiten]
Art des Jobs: Was-so-sagen-haber(n)
Firma: Forschungsgeselle "Neue Komm.medien"
Position / Job-Titel: Stv. Leiter
Was er da macht: Forschen und stellvertretend leiten
Bisherige Karriere: diverses

Lehrveranstaltungen [bearbeiten]

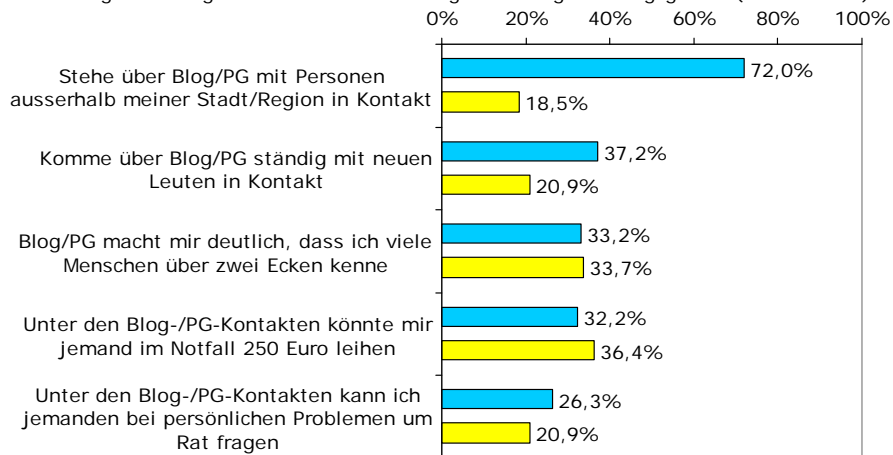
Keine

Gruppen [bearbeiten]

- Bamberger Blogger
- Bürgerrechts/Schutz/Schulleibbaat
- die WORTSPIELKÜLLE
- FET
- Friedrich-Ebert-Stipa (FES)
- HSV
- HSV-Fans in Bayern
- Jan Schipke

Beispiele für Beziehungsmanagement

Zustimmung zu Aussagen über soziale Beziehungen via Blogs/Prüfungsgeil.de (n=1153/250)



■ Blog ■ Prüfungsgeil.de

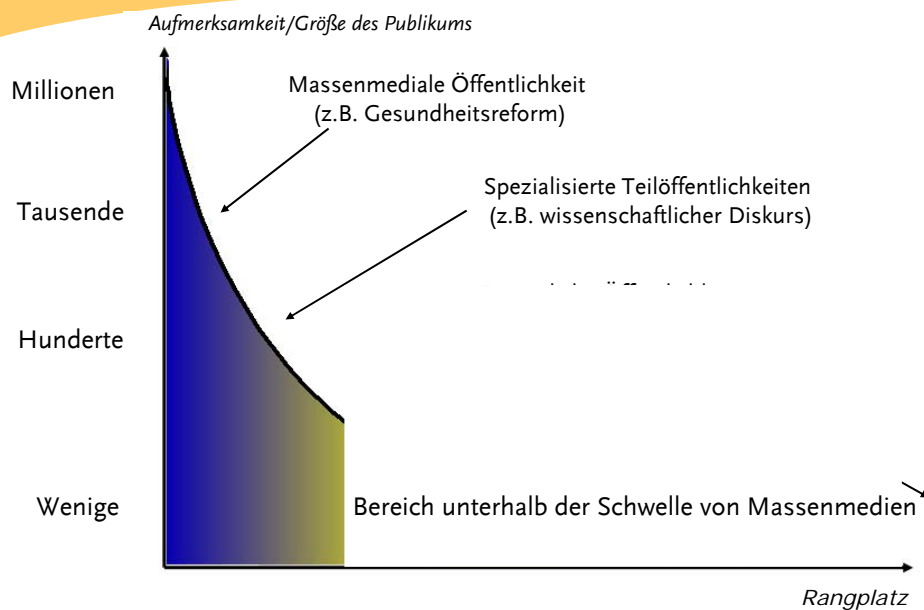
Anmerkung: Vorgegeben war eine fünfstufige Skala; angezeigt sind Anteile der Personen, die völlig oder eher zustimmen.

Quelle: Schmidt/Paetzolt/Wilbers 2006; Schmidt 2007b

(III) Informationsmanagement

- Zwischenfazit: Aktive Nutzer von Web 2.0-Anwendungen betreiben Identitäts- und Beziehungsmanagement
- Ergebnis von Publikation und Vernetzung: hypertextuelle Netzwerke (Links zwischen Texten, Bildern, Musik- oder Videodateien) und soziale Netzwerke (Beziehungen zwischen Menschen)
- Diese Netzwerke stellen Öffentlichkeiten her, die als Geflecht von aufeinander verweisenden Texten und Personen zum **Informationsmanagement** benutzt werden kann
- Strukturmerkmale der Öffentlichkeiten im Web 2.0 in dreierlei Hinsicht bemerkenswert:
 1. Kanalisierung von Aufmerksamkeit
 2. Hierarchie
 3. Überlappung mit massenmedialen Öffentlichkeiten

Kontinuum von Öffentlichkeiten



Beispiel del.icio.us

to [Grenzen der Kategorisierung web2.0 ...](#) on June 05
[Web2_Framework.pdf \(application/pdf-Objekt\)](#) [edit](#) / [delete](#)
Visualisierung der Schlüsselkonzepte von Web 2.0
to [web2.0 visualization](#) ... [saved by 30 other people](#) ... on June 05
[Live Search](#) [edit](#) / [delete](#)

Web2_Framework.pdf (application/pdf Object)
http://www.rossdawsonblog.com/Web2_Framework.pdf
this url has been saved by **31 people**.

Web2_Framework.pdf (application/pdf-Objekt) [edit](#) / [delete](#)
Visualisierung der Schlüsselkonzepte von Web 2.0
by [JanSchmidt](#) to [web2.0 visualization](#) ... on June 05

user notes

4 page overview for those new to Web 2.0
[fichter](#)

good overview of web 2.0
[dirk.roehrborn](#)

web2.0
[devidish](#)

another web2.0 framework

common tags [cloud](#) | [list](#)
[definition](#) [framework](#) [future](#) [overview](#) [pdf](#) [research](#)
[rossdawson](#) [theory](#) [visualization](#) [web](#) **web2.0**

posting history
» first posted by [Claudiaaa](#) to [web2.0 framework pdf graphic landscape](#)
Jun '07

by [kathyjoe413](#) to [system.unified](#)
by [thnguyen](#) to [web2.0](#)
by [uettone](#) to [web 2.0 web2.0](#)
by [wealthinfo](#) to [framework enterprise2.0](#)
by [fichter](#) to [web2.0 framework diagram](#)
by [gattocris](#) to [web2.0 framework partecipazione social network blog](#)

Beispiel Flickr

flickr.com Signed in as JanSchmidt Help Sign Out

Home You Organize Contacts Groups Explore Search everyone's photos Search

Jump to:

Explore / Tags / jena / clusters

[germany](#), [thuringia](#), [thüringen](#), [lower deutschland](#), [mittels](#), [nachts](#), [sky](#), [window](#), [turn](#)
See more in this cluster...

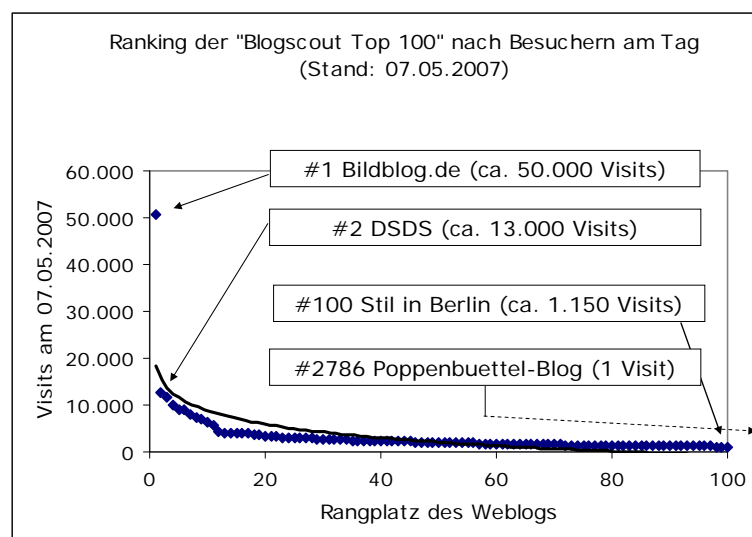
[zeiss](#), [carl](#), [fektogon](#), [canon](#), [m42](#), [d3r](#), [carlzeissjena](#), [sonnar](#), [lens](#), [film](#)
See more in this cluster...

[saale](#), [river](#), [bridge](#)
See more in this cluster...

These are the most recent photos tagged with [jena](#). See more...

From [Cosmic Jans](#) From [Cosmic Jans](#) From [Cosmic Jans](#) From [Cosmic Jans](#) From [Cosmic Jans](#) From [Cosmic Jans](#)

- Web 2.0 senkt Zutrittsschwellen zur Öffentlichkeit und fördert Dezentralität, doch nicht jedes Angebot erhält die gleiche Aufmerksamkeit
- Hierarchie existiert, in der einige wenige Angebote vergleichsweise große Publika erreichen, während die Mehrzahl der Angebote nur von wenigen Menschen bemerkt wird
- Zentrale Netzwerkknoten (bspw. häufig gelesene Weblogs) haben größere Chancen, (a) weitere Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen und (b) die Verbreitung von Informationen zu beschleunigen

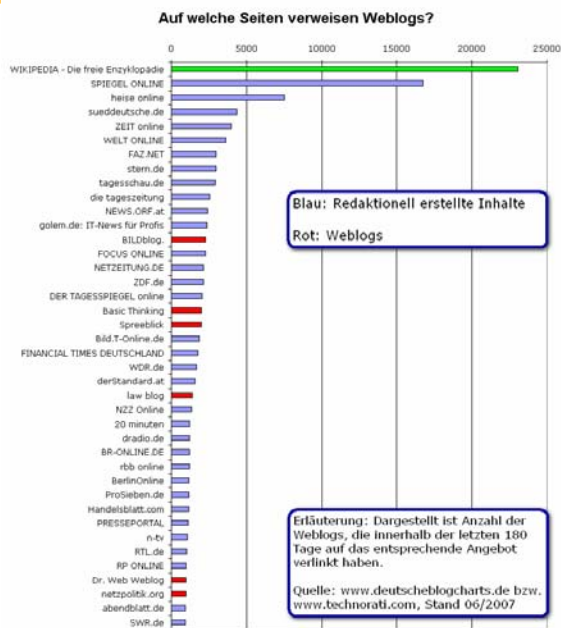


Quelle: <http://blogscout.de/>

III-3: Überlappung

- Lebhaft diskutierte Frage: Bringt Web 2.0 das Ende des Journalismus mit sich?
- Verbreitung und Institutionalisierung von Web 2.0 zeigt eher Komplementarität und Überlappung der verschiedenen Öffentlichkeiten
 - Anwendungen des Web 2.0 finden ihren Weg in Kommunikationsrepertoire von Massenmedien und Organisationskommunikation
 - Wechselseitige Beobachtung / wechselseitiges Agenda Setting

III-3: Überlappung



- Arbeitsteilung zeichnet sich ab, in der die existierenden Öffentlichkeiten unterschiedliche Funktionen übernehmen
 - Massenmediale Öffentlichkeiten setzen Themen und informieren
 - Persönliche Öffentlichkeiten verbreiten, kommentieren und bewerten diese Quellen
- Verschiebung von Relevanzkriterien: Kopplung von „öffentlich“ und „gesellschaftlich relevant“ löst sich auf, da auch Informationen öffentlich gemacht werden, die „nur“ für wenige Personen relevant sein mögen
- Banalisierungsargument („99 Prozent der Weblogs sind Müll“) daher nicht stichhaltig
 - ☞ mag jeweils persönlich zutreffen, verkennt aber, dass Inhalte sich eben nicht an eine generelle, sondern nur an eine persönliche Öffentlichkeit wenden

The screenshot shows a YouTube video player interface. At the top, the YouTube logo and navigation tabs (Videos, Categories, Channels, Community) are visible. The video title is "Erasmus a Jena 2006". The video player shows a blue background with the text "Erasmus 2006 Italiani a Jena". Below the player, there are options to Save, Add to Playlists, Share, and Report. The video has a rating of 3 stars and 1,237 views. The video was added on August 14, 2006, from the channel "beppe983". To the right of the video player, there are sections for "Return to the old page", "beppe983's Channel" with a subscribe button, "Related Videos" (including "Jena - Erasmus...", "Erasmus, Valerius...", "Erasmus a Pavia..."), and "Promoted Videos".

- Kernargumente des Vortrags
 - Öffentlichkeiten entstehen im Web 2.0 als Aggregation von Handlungen einzelner Menschen, die Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement betreiben
 - Die daraus resultierenden soziotechnischen Netzwerke weisen Strukturierungs- und Relevanzprinzipien auf, die die Verbreitung und Rezeption von Informationen beeinflussen
- Ausblick
 - In dem Maße, wie sich persönliche Öffentlichkeiten verbreiten, verändern sich auch hergebrachte Vorstellungen von Grenzen der Privatsphäre
 - Zukünftige Web 2.0-Anwendungen müssen es in deutlich stärkerem Maße möglich machen, Informationen selektiv nur bestimmten Teilen des eigenen sozialen Netzwerks zugänglich zu machen

Herzlichen Dank für die
Aufmerksamkeit!

...FoNK

Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“

Dr. Jan Schmidt
An der Universität 9/501
D – 96045 Bamberg
fonk@split.uni-bamberg.de
www.fonk-bamberg.de
www.bamberg-gewinnt.de

Weitere Literatur

- *Guenther, Tina/Jan Schmidt* (im Druck): Wissenstypen im Web 2.0. Eine wissenssoziologische Deutung von Prodnutzung im Internet. Erscheint in: Willems, Herbert (Hrsg.): Weltweite Welten. Internet-Figurationen aus wissenssoziologischer Perspektive. [Arbeitstitel] Wiesbaden.
- *Schmidt, Jan* (2006): Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie. Konstanz.
- *Schmidt, Jan* (2007a): Öffentlichkeit im Web 2.0. Entstehung und Strukturprinzipien. In: Journalistik-Journal, 2/2007. Online verfügbar: <http://www.bamberg-gewinnt.de/wordpress/archives/737>
- *Schmidt, Jan* (2007b): Praktiken des onlinegestützten Identitäts- und Beziehungsmanagements auf einer studentischen Networking-Plattform. Eingereicht für: merz Wissenschaft. In Vorbereitung.
- *Schmidt, Jan/Martin Wilbers* (2006): Wie ich blogge?! Erste Ergebnisse der Weblogbefragung 2005. Berichte der Forschungsstelle "Neue Kommunikationsmedien", Nr. 06-01. Bamberg. Online verfügbar: <http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0601.pdf>
- *Schmidt, Jan/Matthias Paetzolt/Martin Wilbers* (2006): Stabilität und Dynamik von Weblog-Praktiken. Ergebnisse der Nachbefragung zur „Wie ich blogge?!“-Umfrage. Berichte der Forschungsstelle "Neue Kommunikationsmedien", Nr. 06-03. Bamberg. Online verfügbar: <http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0603.pdf>