

Von YouTube bis Blogosphäre

Im Sozialen Netz online

Sich mit Freunden verabreden, Geschäftskontakte auf- und ausbauen, Bilder ins Netz stellen: mit Facebook, XING, StudieVZ, MySpace, Lokalisten, Flickr u.a. gibt es eine ganze Reihe von Sozialen Netzwerken. Hier tauschen sich die NutzerInnen sowohl über Privates als auch über ihr berufliches und ehrenamtliches Engagement aus. Denn auf sich aufmerksam machen, Kontakte knüpfen und sich vernetzen ist dabei alles. Facebook verzeichnet zur Zeit die höchsten Wachstumsraten und meldete im Februar 2010 die stolze Zahl von 400 Millionen aktiven NutzerInnen.*

Gemeinsames Wissen

Die Geschichte von Wikipedia ist kurz und erfolgreich: Am 15. Januar 2001 geht die Enzyklopädie unter der Internetadresse www.wikipedia.com online, einen Monat später umfasst das Angebot bereits tausend Artikel. Der Gründer von Wikipedia, Jimmy Wales, schätzte, dass sein Ziel von 100.000 Artikeln online in acht Jahren erreicht sein könnte. Da hatte er sich gründlich verschätzt: Wikipedia hielt nach eigenen Angaben im Mai 2009 über 13 Millionen Artikel in 264 Sprachen bereit. Allein die deutsche Ausgabe bietet mit über 900.000 Artikeln dreimal so viele Stichwörter wie der aktuelle Brockhaus.**

In der Blogosphäre

Den Begriff Weblogs gibt es seit 1997 und er bezeichnet eine Art Tagebuch im Web: Meist verfasst ein Autor chronologische Einträge zu bestimmten Themen, die von der Leserschaft über z.B. Blogsuchmaschinen (z.B. blogsearch.google.com oder <http://blogmonitor.com>) gefunden, kommentiert und verlinkt werden können*.

Filme selber machen

Auf dem Videoportal YouTube lassen sich Film und Fernsehausschnitte und Musikvideos ansehen oder selbstgedrehte Filme einstellen. Sogenannte „Video-Feeds“ können in Blogs gepostet oder auf Webseiten eingebunden werden. YouTube wurde im Februar 2005 gegründet und konnte zu Beginn des Jahres 2009 einen neuen Rekord vermelden: Allein im Januar hatten 100,6 Millionen NutzerInnen über sechs Milliarden Videos abgerufen.**

facebook

YouTube



flickr

 **Helpedia**
EINFACH HELFEN



Weltverbesserungs-Plattformen

Im Web 2.0 sind einige Kampagnen-Plattformen mit dem Ziel entstanden, Menschen im alternativen Spektrum zu vernetzen. Auf der Plattform der Tageszeitung in Berlin, bewegung.taz, stellen sich NGOs vor und tragen ihre Aktionen und Termine ein. So findet die potentielle AktivistIn dort alles von den bundesweiten Ökostrom-Wechselwochen, über die Aktion No Nazis 2010 in Gelsenkirchen, bis zur Bestellmöglichkeit von Anti-Plastik-Aufklebern oder dem Aufruf zu Protesten gegen Biopalmöl aus Kolumbien. Weitere Weltverbesserungs-Plattformen, wie ein Netzaktivist etwas abschätzig kommentierte, oder auch Engagements-Portale finden Sie zum Beispiel unter: Helpedia, Utopia, Amazee, GreenAction, Betterplace.

Soziale Medien: Web 2.0

Stefan Münker ist ein großer Fan des Internets und seiner Kultur - und das nunmehr seit über zwanzig Jahren. „Ich bin zutiefst überzeugt, dass unsere kulturelle Zukunft nicht nur digital, sondern digital und vernetzt und zum großen Teil virtuell gestaltet sein wird. Und ich sehe darin eine Bereicherung unserer Ausdrucks- und Handlungsmöglichkeiten, auf die ich mich freue“. Diese Begeisterung für die Möglichkeiten des Cyberspace überträgt sich auf die Leserschaft bei der Lektüre seines neuen Buchs „Emergenz digitaler Öffentlichkeiten. Die Sozialen Medien im Web 2.0“.

Im alten Web 1.0 waren Webseiten statische Flächen, die surfende User mit Informationen versorgten. Unter Web 2.0 versteht man den Trend Internetseiten so zu gestalten, dass ihre Erscheinungsweise entscheidend durch ihre Nutzer (mit)bestimmt wird. Die vielleicht berühmteste Web 2.0-Anwendung ist nach Stefan Münker die Online-Enzyklopädie Wikipedia. Das Grundprinzip ist einfach: Jeder Nutzer kann die Artikel, die er liest, gleichzeitig bearbeiten oder auch neue Artikel anlegen.

Wer noch nicht ganz selbstverständlich seine Freundschaften über Facebook pflegt, täglich die wichtigsten Neuigkeiten weltweit den angesagtesten Blogs entnimmt und die Lage bei zum Beispiel einer Baumbesetzung an seine UnterstützerInnen twittert, wird in Stefan Münkers Buch über die Entwicklung des Web 2.0, seine Chancen und vielen Möglichkeiten informiert. Dabei ist das Buch kein Nachschlagewerk, das die neuen Begriffen erklärt, sondern der Autor setzt sich zum Beispiel fundiert damit auseinander, warum die Krise des Journalismus mit der digitalen Öffentlichkeit zusammenhängt. Oder er diskutiert, warum sich die Erwartungen der Netzsutopisten der 90er Jahre an eine hierarchiefreie, basisdemokratische virtuelle Gemeinschaft auch im Web 2.0 nicht ganz erfüllt haben.

So sind für den Autor die Ereignisse im Iran (leider) nur das aktuellste Beispiel für die demokratische Qualität des Internet innerhalb totalitärer Regime. Soziale Netzwerke, allen voran Facebook, sind mittlerweile im gesamten arabischen Raum als Dissidenzmedien ebenso verbreitet wie die Blogs kritischer Intellektueller. Übertriebene Hoffnungen an eine freie und offene Kommunikation der digitalen Öffentlichkeit im Web 2.0 sollte sich nach Stefan Münker allerdings niemand machen: Die webbasierte Kollaboration im Iran zum Beispiel schafft in der Nische des Netzes demokratischere Kommunikationsverhältnisse, das Land selbst demokratisiert sie aber nicht.

Obwohl das Lesevergnügen durch viele Fachbegriffe manchmal gebremst wird, Stefan Münker ist Privatdozent am Institut für Medienwissenschaften der Uni Basel, verschafft das Buch einen sehr interessanten Ein- und Überblick in die Möglichkeiten Sozialer Medien wie das Web 2.0. Und auch das ist für die Leserschaft nach der Lektüre klar, wenn der Autor zum Abschluss versichert: Andere Öffentlichkeiten als digitale wird es auf absehbare Zeit nicht mehr geben.

Christiane Weitzel, Schwedt

Stefan Münker
Emergenz digitaler Öffentlichkeiten.
Die sozialen Medien im Web 2.0
 edition unseld, Suhrkamp Verlag 2009
 143 Seiten, 10,- Euro
 ISBN: 978-3-518-26026-5



twitter

Heute schon getwittert?

Twitter wurde 2006 der Öffentlichkeit vorgestellt und ist eine Art öffentliches Tagebuch, allerdings mit einer Beschränkung von 140 Zeichen pro Nachricht. Twitter ist ein gutes Transportmittel für Nachrichten. Für eine ausführlichere Kommunikation zwischen den Usern sind Facebook und Co. offensichtlich beliebter und besser geeignet. Bei Twitter sind 75 Mio. Benutzer registriert, von denen allerdings nur 21 Prozent regelmäßig Gebrauch von ihrem Account machen.***



Spiel um Aufmerksamkeit

Sitzen Sie noch klassisch beim Morgenkaffee und blättern in Ihrer Tageszeitung? Oder sind Sie schon Web 2.0-Profi und rufen die aktuellsten politischen Meldungen in Ihrem RSS-Reader mit Ihrem I-Phone ab? Mit RSS-feeds bekommen Sie aktuell und regelmäßig die Schlagzeilen ihrer Lieblingswebseiten und Blogs geschickt.

Zahlen aus: FES-Journalistenakademie, 1. Webinar, 02.103.2010*; *Emergenz digitaler Öffentlichkeiten, Die Sozialen Medien im Web 2.0, 2009***; *presstext.deutschland, 11.03.10****

Foto: Pixelio/Acker