

Jan Schmidt
Das neue Netz

Jan Schmidt

Das neue Netz

Merkmale, Praktiken und
Folgen des Web 2.0

2., überarbeitete Auflage

HERBERT VON HALEM VERLAG

Diese Publikation wurde gefördert von der Deutschen Forschungsgesellschaft.

Weblog zum Buch: www.dasneuenetz.de

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Jan Schmidt

Das neue Netz.

Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0

Köln: Halem, 2017

ISBN 978-3-7445-0459-1

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2017 Herbert von Halem Verlag, Köln

Zuerst erschienen im UVK Verlag, Konstanz, 2011 (978-3-86764-343-6)

1. Auflage 2009

2. Auflage 2011

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Schanzenstr. 22, 51063 Köln

Tel.: +49(0)221-92 58 29 0

E-Mail: info@halem-verlag.de

URL: <http://www.halem-verlag.de>

Inhalt

Vorwort zur 2. Auflage	7
1 Einleitung	11
2 Das neue Netz: Entwicklung und Dienste	13
2.1 Die Geschichte(n) des Web 2.0	13
2.2 Gattungen und Angebote	25
2.2.1 Plattformen	25
2.2.2 Personal Publishing	26
2.2.3 Wikis.....	27
2.2.4 Instant Messaging	28
2.2.5 Werkzeuge des Informationsmanagements.....	29
2.3 Verbreitung und Nutzung: Zur Datenlage	30
2.4 Fazit: Jenseits der Anwendungen	39
3 Zur Analyse von Nutzungspraktiken	41
3.1 Theoretische Grundlagen und Bezugspunkte	41
3.2 Rahmen und Rahmung	49
3.2.1 Regeln	51
3.2.2 Relationen.....	56
3.2.3 Code	63
4 Komponenten von Social-Web-Praktiken	73
4.1 Identitätsmanagement	76
4.2 Beziehungsmanagement.....	86
4.3 Informationsmanagement.....	96
4.4 Fazit: Drei zentrale Social-Web-Praktiken.....	105
5 Persönliche Öffentlichkeiten und Privatsphäre	107
5.1 Die Struktur(ierung) persönlicher Öffentlichkeiten	108
5.2 Zur Regulierung von Privatsphäre im Social Web	116
5.3 Fazit: Der Stellenwert persönlicher Öffentlichkeiten	132
6 Erweiterung professionell hergestellter Öffentlichkeiten	135
6.1 Journalismus: Die Konvergenz von Publikation und Konversation.....	136
6.2 Politische Kommunikation und Teilhabe	155
6.3 Fazit: Komplementarität statt revolutionäre Brüche.....	167

7	Der Umgang mit Informationen und Wissen	169
7.1	Tagging und Folksonomies	169
7.2	Wikipedia	175
7.3	Fazit: Praktiken des Informationsmanagements.....	186
8	Ausblick: Zur Kritik des neuen Netzes	189
	Abbildungen und Tabellen.....	195
	Literatur	197

1 Einleitung

In einer Folge des Video-Podcasts „Elektrischen Reporters“ argumentiert der amerikanische Medienprofessor Clay Shirky: „The assumption that things can be linked, that they can be found easily wherever they are, that they can be accessed easily, and that they can be shared easily, these are all metaphors that are moving from the (...) electronic layer up into the social layer. They are just expectations now that people have of their lives with one another. People are rebuilding their social lifes around those kinds of assumptions”.¹

Shirkys Zitat, bereits im Jahr 2008 gefallen, berührt die zentrale These dieses Buches: Das Internet ist in den letzten Jahren immer stärker mit unserer Gesellschaft zusammengewachsen. Seine Architektur ist eng mit Formen sozialer Organisation verbunden – das neue Netz ist Metapher, Ergebnis und Voraussetzung von vernetzter Individualität und vernetzten Öffentlichkeiten zugleich, weil es einerseits Informationen, andererseits Menschen untereinander und miteinander verknüpft und füreinander auffindbar macht. Dafür sind aber nicht allein technische Innovationen verantwortlich, sondern es handelt sich um zutiefst soziale Prozesse. Erst die Art und Weise, wie Menschen mit dem Internet umgehen und es in ihren Alltag einbinden, schafft das neue Netz.

Dieses Buch widmet sich den Merkmalen, den Praktiken und den Konsequenzen des gegenwärtigen Internets. Es geht dazu wie folgt vor: Kapitel 2 beschreibt die grundlegenden Merkmale des Phänomens „Web 2.0“ und argumentiert, warum der Begriff „Social Web“ vorzuziehen ist. Es stellt zudem die wichtigsten Anwendungsgattungen vor und resümiert aktuelle empirische Befunde zu deren Nutzung und Verbreitung. Kapitel 3 skizziert ein theoretisch-begriffliches Modell, um Nutzungspraktiken des Social Web aus einer kommunikationssoziologischen Perspektive zu analysieren und dabei die wechselseitige Abhängigkeit von individuellem Handeln und rahmenden Strukturen zu begreifen. Kapitel 4 beschreibt die drei zentralen Komponenten dieser Praktiken – Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement – sowie ihre Einbettung in allgemeine Trends des sozialen Wandels.

¹ Vgl. <http://www.elektrischer-reporter.de/site/film/61> [15.08.2011]; Zitat ab Min. 11.30.

Die zweite Hälfte des Buches widmet sich verschiedenen Konsequenzen, die aus der Verbreitung von Anwendungen und Praktiken des Social Web folgen. Kapitel 5 argumentiert, dass sich dort persönliche Öffentlichkeiten manifestieren, in denen Menschen Themen und Informationen von individueller Relevanz mit ihrem erweiterten sozialen Netzwerk teilen können. Dies berührt unter anderem auch unser Verständnis von den Grenzen zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit. Kapitel 6 diskutiert, was diese Entwicklung für professionell bearbeitete Öffentlichkeiten bedeutet, wobei der Fokus auf dem Journalismus und der politischen Kommunikation liegt. Kapitel 7 widmet sich mit dem Tagging und der Wikipedia zwei Phänomenen des onlinebasierten Informationsmanagements, die für veränderte Praktiken stehen, Wissen kollaborativ herzustellen, zu ordnen und zu verbreiten. Kapitel 8 fasst abschließend die Gedanken zusammen, und zwar sowohl im Stil von Twitter als auch in ausführlicher Form.

2 Das neue Netz: Entwicklung und Dienste²

Dieses Kapitel widmet sich dem Gegenstand zunächst phänomenorientiert aus drei verschiedenen Perspektiven, um die Grundlagen für die Folgekapitel zu legen. Abschnitt 2.1 diskutiert die Geschichte des „Web 2.0“, jenem prägnanten Schlüsselbegriff zur Charakterisierung des gegenwärtigen Internets. Abschnitt 2.2 skizziert die Merkmale verschiedener Software-Anwendungen, die als prototypisch für das neue Netz gelten. Abschnitt 2.3 schließlich fasst den aktuellen Stand der empirischen Forschung zur Nutzung und Verbreitung dieser Anwendungen in Deutschland zusammen.

2.1 Die Geschichte(n) des Web 2.0

Eine Geschichte des Web 2.0 kann bei der Karriere des Begriffes selbst ansetzen: Im Oktober 2004 organisierte der amerikanische Verleger Tim O’Reilly die erste „Web 2.0 Conference“, die sich an „leading figures and companies driving innovation in the Internet economy“³ wandte. Der Zusatz „2.0“ spielt auf die Benennung von Software-Versionen an; der Sprung auf eine neue Version ist dort mit grundlegenden funktionalen Veränderungen und Erweiterungen gleich zu setzen. Auf das Web übertragen, legte der Begriff einen tief greifenden Wandel des Internets nahe und sollte das Gefühl von Veränderung und Aufbruch charakterisieren, das die Internetbranche nach den Post-New-Economy-Jahren wieder zu verspüren begann.

Im Anschluss an die Konferenz zirkulierte der Begriff zwar unter den Teilnehmern, doch erst ein Essay, den O’Reilly (2005) etwa ein Jahr später veröffentlichte und der einige Grundprinzipien und Annahmen klärend aufgriff, verhalf ihm zum Durchbruch. Trotz oder gerade aufgrund einer gewissen begrifflichen Unbestimmtheit wanderte der Begriff in der Folgezeit aus den spezialisierten Kreisen der internetaffinen Entwickler, Berater und Unternehmer in den breiteren gesellschaftlichen

² Eine in Teilen gekürzte Fassung dieses Kapitels ist auch in der Zusammenfassung des Projekts „Jugendliche und Web 2.0“ erschienen (vgl. Schmidt 2009b).

³ Vgl. <http://conferences.oreillynet.com/web2con>. [15.08.2011]

Diskurs, wo er seitdem als zusammenfassende Chiffre für eine Reihe von Veränderungen gilt, die die gegenwärtige Gestalt des Internet prägen.⁴ Die journalistische Berichterstattung, aber auch weitere Branchentreffen und akademische Tagungen⁵, Handreichungen (z.B. Panke 2007; Danch 2007; Hochschulrektorenkonferenz 2010) und sogar staatliche Förderrichtlinien⁶ haben den Begriff etabliert, sodass er – ungeachtet seines tatsächlichen Gehalts – gesellschaftliche Wirkung entfaltet.

Der Blick auf das Web 2.0 ist dabei oft positiv, wenn nicht gar euphorisch, weil es mit Hoffnungen verbunden wird, die Zusammenarbeit zwischen Menschen oder die Distribution von Inhalten zu verbessern: „Es gibt viele Namen für das neue Web: Web 2.0, das lebendige Web, das Hypernet, das Mitmach-Web, das Schreib-Lese-Web. Nennen Sie es, wie Sie wollen – der Inhalt ist derselbe. Wir alle haben Teil an der Entstehung einer globalen, allgegenwärtigen Plattform für die Zusammenarbeit mit vernetzten Computern, die beinahe jeden Aspekt menschlichen Austausches revolutioniert“ (Tapscott/Williams 2007, S. 19). Doch genauso lassen sich dystopische Positionen finden, die vor einer Erosion der Privatsphäre (z.B. Gaschke 2009) oder der Entwertung von Expertenwissen (z.B. Lanier 2006) warnen und für die im Web 2.0 die „Stunde der Stümper“ (Keen 2008) geschlagen hat.⁷

Aufgrund dieser Wirkmacht der Kurzformel vom Web 2.0 erscheint eine Begriffskritik aus wissenschaftlicher Sicht umso nötiger, gerade um Vorstellungen eines abrupten Versionssprungs oder gar revolutionärer Brüche in der Entwicklung des Internet zu überprüfen. Die folgende kritische Geschichte des Phänomens „Web 2.0“ orientiert sich dazu an

⁴ Vgl. beispielsweise das „Spiegel Special 3/2007“ mit dem Titel „Leben 2.0 – Wir sind das Netz – Wie das neue Internet die Gesellschaft verändert“.

⁵ Im Jahr 2008 fanden unter anderem Fachgruppentagungen der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft zu den Themen „Medienethik 2.0“ und „Politik 2.0“ statt, die die Chiffre „2.0“ aufgriffen.

⁶ Vgl. z.B. die 2008 veröffentlichte Ausschreibung des BMBF für „Vorhaben zur Weiterentwicklung und zum Einsatz von Web 2.0 Technologien in der beruflichen Qualifizierung“ unter <http://www.bmbf.de/foerderungen/12128.php>. [15.08.2011]

⁷ Diese parallele Existenz von optimistischen Hoffnungen und pessimistischen Warnungen über die vermeintlichen Folgen der neuen Technologie ist selbst nicht neu, sondern zieht sich durch die Geschichte des Internets. Schulz (1997) arbeitete bereits in der Frühphase der Internetdiffusion eine Reihe von positiven wie negativen Szenarien für die gesellschaftlichen Folgen von Informations- und Kommunikationstechnologien heraus, gegliedert nach Folgen für Wirtschaft und Arbeit, Wissenschaft und Bildung, Kunst und Unterhaltung sowie Öffentlichkeit und politische Prozesse. Rössler (2001) untersuchte dagegen retrospektiv, wie die drei Nachrichtenmagazine Spiegel, Focus und Stern in den Jahren 1995 bis 1998 über das Internet berichteten. Demzufolge dominierte in diesem Zeitraum eine positive, gelegentlich sogar euphorische Berichterstattung, die vor allem die befreienden Potenziale der Technologie für das Individuum betonte.

O'Reillys Essay, der drei große Bereiche unterscheidet, in denen sich Veränderungen vollziehen: Software-Technologien und –Anwendungen, das onlinebasierte Wirtschaften sowie die damit korrespondierenden Leitbilder.

Zum ersten Punkt: In Bezug auf die Software-Technologien und –Anwendungen zeichnet sich das gegenwärtige Internet durch veränderte Mechanismen (a) der Software-Bereitstellung und (b) der Software-Entwicklung aus. Ersteres fasst O'Reilly mit der Formel „The web as platform“ zusammen. Er spielt damit auf den Umstand an, dass eine wachsende Zahl von Anwendungen über den Webbrowser erreicht und genutzt werden kann, anstatt Software auf einem Datenträger zu erwerben bzw. aus dem Internet zu laden und auf dem Desktop zu installieren. Innovationen in der Programmierung verändern auch die Nutzungserfahrung der Anwender, beispielsweise weil durch die Programmierertechnologie AJAX die Ladezeiten innerhalb von webbasierten Anwendungen reduziert werden können, sodass die Nutzungserfahrung dem Gebrauch eines Desktop-Programms ähnelt.

Die Programmpalette von Google ist hierfür ein gutes Beispiel – neben der Suchmaschine stehen zahlreiche weitere webbasierte Dienste zur Verfügung, darunter z.B. E-Mail, die Tabellen- und Textverarbeitung Google Docs oder der Google Kalender. Dieser Trend zum „Webtop“ wird auch noch durch die wachsende Zahl von Web-Festplatten-Diensten verstärkt, die Nutzern Speicherplatz im Umfang von (derzeit) 200 GigaByte und mehr zur Verfügung stellen, auf den über das Internet zugegriffen werden kann.⁸ Als Sammelbegriff für Infrastrukturen, die Daten oder Software in Netzwerken bereitstellen, hat sich das „Cloud Computing“ etabliert (vgl. BITKOM 2009).

Dadurch wandelt sich Software von einem Produkt, das erworben und installiert wird, zu einem Dienst bzw. „Service“, der bereitgestellt wird. Dies wiederum stellt neue Anforderungen an die Entwicklung und Programmierung von Software: Während Software-als-Produkt in einer Abfolge von unterscheidbaren Versionen entwickelt und veröffentlicht wird, lässt sich ein solcher „release cycle“ bei Software-als-Dienst nicht mehr eindeutig identifizieren.⁹ Gerade bei den umfangreichen und populären webbasierten Diensten findet ein beständiges Modifizieren,

⁸ Eine Übersicht bietet http://en.wikipedia.org/wiki/Comparison_of_file_hosting_services. [15.08.2011]

⁹ Was nicht heißen soll, dass es keine „Versionssprünge“ bei webbasierten Diensten gäbe; sie werden dort allerdings zumeist in Form eines „Relaunches“ vorgenommen, bei dem Funktionalitäten erweitert oder verändert werden, oft auch das Design wechselt.

Anpassen und Verbessern während des laufenden Betriebs statt. Weil dabei explizites oder implizites Feedback der Nutzer mit einbezogen wird, bezeichnet man dieses Verfahren auch als „perpetual beta“, als anhaltende Testphase (vgl. auch Abschnitt 3.2.3).

Eine weitere technische Neuerung, die O'Reilly als Merkmal des Web 2.0 identifizierte, betrifft die wechselseitige Anschlussfähigkeit bzw. die Kombinierbarkeit von Diensten, die auf technischen Standards für den Austausch von Daten zwischen Anwendungen beruht. Hierunter fällt beispielsweise RSS, das es vereinfacht gesprochen ermöglicht, Inhalte einer Webseite auch auf anderen Webseiten einzubinden.¹⁰ Zahlreiche Anbieter öffnen zudem Schnittstellen zu den eigenen Anwendungen oder Datenbanken – solche „Application Programming Interfaces“ (API) eröffnen beispielsweise die Möglichkeit, Daten des Dienstes „Google Maps“ in eine Plattform einzubetten, auf der Nutzer Restaurants bewerten oder Fotos hochladen.¹¹ Ähnlich funktionieren „Widgets“, worunter Softwareprogramme verstanden werden, die nicht eigenständig ablaufen, sondern in Nutzeroberflächen von Betriebssystemen oder webbasierten Plattformen eingebunden werden können, um deren Funktionalitäten zu erweitern.¹² Insbesondere im Bereich der mobilen Endgeräte, also bei Smartphones oder Tablet PCs, hat sich das Prinzip der „App“ etabliert: Anwendungen können über ein zentrales Verzeichnis ausgewählt und – kostenfrei oder gegen Entgelt – auf das eigene Endgerät geladen und dort benutzt werden.

Die geschilderten Entwicklungen haben dazu beigetragen, dass das World Wide Web seine Stellung als universaler Internetdienst für den Endnutzer weiter ausbaut. Dennoch kann schwerlich von einem abrupten Sprung auf eine neuere „technische Version“ des Internet gesprochen werden.¹³ Zahlreiche der heute populären Web 2.0-Anwendungen wie Weblogs, Wikis oder Netzwerkplattformen entstan-

¹⁰ RSS steht wahlweise für *real simple syndication* oder für *rich site summary* und ist ein spezielles Format zur Darstellung und Kombination von Textdaten. Für Nutzer ermöglicht RSS insbesondere, die Inhalte einer Webseite – oder Teile davon – mit einem speziellen Programm (dem „Feed-Reader“) am Computer oder auf anderen Endgeräten abzurufen und über Aktualisierungen automatisch benachrichtigt zu werden.

¹¹ Im August 2009 wurden über 1.400 solcher APIs verzeichnet, im Juli 2011 bereits etwa 3.450. Die populärste Schnittstelle (zu Google Maps) setzten etwa 2.250 Mashups ein (vgl. die Übersicht unter <http://www.programmableweb.com/apis/directory/?sort=mashups> [15.08.2011]).

¹² Zu den Umgebungen, in die sich Widgets einbinden lassen, gehören bspw. das Betriebssystem Microsoft Vista, die Weblog-Software Wordpress oder Dienste zur Einrichtung personalisierbarer Web-Startseiten wie Netvibes oder iGoogle.

¹³ Ähnlich argumentieren z.B. auch Berners-Lee 2006 oder Scholz 2008.

den bereits in der zweiten Hälfte der 1990er Jahre, und Dienste wie E-Mail oder Instant Messaging haben Vorläufer, die bis die Frühphase des Internets zurückreichen (vgl. Abb. 1). Hinzu kam die schrittweise, nicht sprunghafte Weiterentwicklung der Technologien zur Datenübertragung wie bspw. der Übergang von Modem- und ISDN-Technologien zu DSL mit immer größeren Bandbreiten, die viele der datenintensiven Web 2.0-Anwendungen in der zweiten Hälfte der 2000er Jahre erst praktikabel gemacht hat (vgl. Fisch/ Gscheidle 2008; Huston 2008).

Technische Innovationen alleine hätten die Euphorie um das Web 2.0 aber vermutlich nicht entfachen können. Im Untertitel des Essays von O'Reilly standen „Business Models“ gleichberechtigt an der Seite von „Design Patterns“ – neben den neuen Varianten der Softwareerstellung gehörten also von Anfang an Szenarien und Annahmen über veränderte Geschäftsmodelle und Arten der Wertschöpfung als zweiter wesentlicher Bestandteil zum Konzept des Web 2.0. In dieser Hinsicht waren insbesondere die Konzepte des „long tail“ sowie des „user-generated content“ sehr einflussreich.

Die Bezeichnung „long tail“ leitet sich vom weit auslaufenden Teil einer grafisch dargestellten Verteilung ab und wurde von Anderson (2006) im Zusammenhang mit der Internetökonomie bekannt gemacht. Er argumentiert, dass sich im Internet auch sehr spezielle Nischenmärkte leicht erschließen bzw. sehr spezielle Bedürfnisse befriedigen lassen, weil die Kosten für Lagerhaltung und Distribution digitalisierbarer Güter wie z.B. Musikstücke oder Videos gegen Null gehen. Anschaulich ausgedrückt, seien nicht mehr nur „Blockbuster“ (also sehr erfolgreiche Angebote) nötig, sondern auch mit sehr spezialisierten Inhalten ließe sich Profit erzielen.