

**Zeitschrift:** Arbido  
**Herausgeber:** Verein Schweizerischer Archivarinnen und Archivare; Bibliothek Information Schweiz  
**Band:** - (2012)  
**Heft:** 4: Social Media und Bibliotheken = Médias sociaux et bibliothèques = Social media e biblioteche  
  
**Artikel:** Social Media : viel Schrott, ein paar Bijoux  
**Autor:** Hubler, Rolf  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-770132>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 08.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Social Media: Viel Schrott, ein paar Bijoux

Rolf Hubler, lic. phil. hist., Inhaber von  
«Scrive», Präsident Literarische  
Gesellschaft Biel

**Die Sozialen Medien schleppen viel Ballast mit. Die schiere Masse an Informationen macht es sowohl schwierig, die Spreu vom Weizen zu trennen, als auch ein Angebot zu lancieren, das sich vom unüberblickbaren Einheitsbrei wohltuend abhebt. Die Verschiebung vom Wort zum Bild, die festzustellen ist, macht die Aufgabe nicht einfacher. Vielleicht haben gerade «langsame» Auftritte das Zeug aufzufallen.**

**Vom Parkett aus mittendrin sein:  
Facebook und Twitter**



Heute hat es erstmals geschneit in diesem Herbst. *Herr: es ist Zeit. Der Sommer war sehr gross. / Leg deinen Schatten auf die Sonnenuhren, / und auf den Fluren lass die Winde los.* Während Rilke sich noch Zeit liess, bis er es rieseln machte, schneits in den Social Media synchron mit dem draussen, wie soll man sagen, meteorologisch tatsächlich niedergehenden Schnee. Man kann mit Facebook durchs Fenster hinaussehen, ohne durchs Fenster hinauszusehen. Im Facebook schneits fast mehr als draussen. «Es schneit, es schneit!», schreiben dann die Gesichtsbuchstinnen und -buchstinnen anderen Gesichtsbuchstinnen und -buchstinnen, die ebenfalls schreiben, «es schneit, es schneit!», an die Pinnwand. Falls man noch nicht zum Fenster hinausgeschaut haben sollte. Es ist wie eine Rückversicherung, dass das Leben tatsächlich stattfindet: Trau deinen Augen, ich sehe das, was du auch siehst, ebenfalls, also ist es wahr, und gut, und schön.

Manchmal ist es angezeigt, dass man bei dem, was vor dem Fenster passiert, nicht dabei ist. Nicht direkt. Nicht wirk-

lich. Der Frankenstorm in New York, das Leben steht still, keine gelben Taxis mehr, die wie Karavellen durch die Avenues schlingern, leergefegte U-Bahntunnels, Sandsäcke, Suppenküchen, Kerzen statt Lampen. Uuuu, gruslig. Im Facebook sieht man, wie sich die Wolken türmen: Man ist ein wenig in New York, man ist ein wenig gefährdet, man steht fast ein wenig am Hafen dort und spürt das Leben besser, weil es so zerbrechlich ist und endlich. Die Freiheitsstatue sieht man nicht mehr. Zu viele Wolken. *Befehl den letzten Früchten voll zu sein; / Gib ihnen noch zwei südlichere Tage, / dränge sie zur Vollenendung hin und jage / die letzte Süsse in den schweren Wein.*

Damit wären drei Phänomene, welche die Social Media prägen, benannt, gleichzeitig wäre damit auch definiert, wo der Hebel der Kritik ansetzt: Synchronizität, Upgrading und Miniaturisierung bei gleichzeitiger Multiplizierung.

## Synchronizität

Facebook und Twitter sind eine endlose Aneinanderreihung von Schachtelsätzen, die mit «während» oder «derweil» verbunden sind. Während es zwischen den Tigers und den Flyers in der soundsovielten Minute soundsoviel steht, derweil Lady Gaga das Lied Soundso anstimmt, während der Frankenstorm die Ostküste der USA «hittet», schneit es bei uns, derweil es in Chur, in Kleinguschelmuth und in Oberhinteruntrigen auch schneit undsoweiter undsowährend: Synchronizität. Ist das nicht wunderbar, überall gleichzeitig zu sein? – fragen die einen. Ist es nicht grauenvoll, zu glauben, man sei überall, während man in Tat und Wahrheit nirgends (d.i. vor dem blinkenden Screen zu Hause) ist? – fragen die anderen. Die Synchronizität der Ereignisse ist immer virtuell – um wirklich sein zu können, müssten die Ereignisse dreidimensional dargestellt werden und die räumliche Distanz müsste aufgehoben sein – das ist simple Physik. Lady Gaga kann nicht auf dem Eis, auf

dem ein Eishockeyspiel stattfindet, ein Konzert geben, während es in der Halle auch noch schneit.

Mit anderen Worten: Wenn soziale Medien eine Tendenz haben, dann ist es die zur Verzettlung, nicht die zur Konzentration. Das Unvorstellbarste sind Facebook-Accounts in buddhistischen Bergklöstern. Meditation, Nachdenken, das Lob der Langsamkeit, Geduld: Das hat in einem Tweet nicht Platz.

## Upgrading

Das andere, das sich wie folgerichtig aus der Synchronizität ergibt, ist das Upgrade der Biografie, das die sozialen Medien gleichsam gratis mitliefern. Ich bin überall, ich bin mehr, ich bin auch. Die Tatsache, dass soziale Medien AUCH sozial isolieren – das liegt in der Natur der Sache resp. der Technik –, wird überlagert von diesem angenehmen Gefühl, Teil von etwas Grösserem zu sein, und sei es auch nur eine Fuhre Algorithmen, dank der man schneller weiss, was andere auch schneller wissen.

## Miniaturisierung bei gleichzeitiger Multiplizierung

Das Seltsamste an den sozialen Medien ist deren Informationsvermögen oder -gehalt. Informationen bei Facebook oder Twitter gehen NIE in die Tiefe, sondern IMMER in die Breite. Das liegt in der Natur (der Technik) der Sache. Es gibt tatsächlich Romantiker («Romantiker» nicht als historischer Begriff oder Umschreibung des Denkens und Fühlens einer Epoche, sondern

### Der Autor

Rolf Hubler, lic. phil. hist., Inhaber von  
«Scrive» («Alles, was Sprache ist», [www.scrive.ch](http://www.scrive.ch)).

Präsident Literarische Gesellschaft Biel.

Modern mitvertreten auf FB, Instagram, YouTube, Twitter, Xing, LinkedIn, Flickr, Google+  
Altmodisch mit Blog (<http://scribe.ch/page1/files/category-sich-durchhangeln.html>)

im übertragenen Sinn, die wirklichen Romantiker waren keine «Romantiker», sondern veritable Intelligenzbes-tien), die glauben, Twitter habe Wissen geschaffen oder in die Welt gebracht, das letztlich den arabischen Frühling ausgelöst habe. Twitter ist eine militä-risch und strategisch nutzbare Techno-logie, wie das Morsezeichen früher auch waren. Die Technologie transportiert Informationen, sie generiert sie nicht. Es ist durchaus nachvollziehbar, dass Bibliotheken sich damit schwer-tun, in den sozialen Medien Informa-tionen zu generieren. Die Komplexität der Informationen, die in einer Biblio-thek vorhanden sind, lassen sich schlicht und ergreifend nicht auf ein tweet tweet zusammenstauchen. Sie las-sen sich nur transportieren: Im besten Fall verbunden mit dem Hinweis auf die umfassendere Information, die an-derswo gespeichert ist. Vielleicht könn-ten die sozialen Medien paradoxerwei-se mehr, wenn wir ihnen weniger zu-trauen würden.

*Wer jetzt kein Haus hat, baut sich keines mehr. / Wer jetzt allein ist, wird es lange bleiben, / wird wachen, lesen, lange Briefe schreiben / und wird in den Alleen hin und her / unruhig wandern, wenn die Blätter treiben.* Diese «Echtheit» des Herbstes bei Rilke können die sozialen Medien nicht leisten. Die Kulturprakti-ken, die sich die Menschen über Jahr-tausende angeeignet haben, das «Lan-ge-Briefe-Schreiben», ist in ihnen nicht vorgesehen.

[UND DOCH: Wieviele Musikstücke lie-gen dir am Herzen und du hörst sie immer und immer wieder, weil sie dir jemand auf Facebook empfohlen hat? Um wieviele verbundenen fühlst du dich mit Emily Di-ckinson, seit du die Facebook-Seite des Museums in Amherst regelmässig be-suchst? Wie hat dir das Bild von Gabriel García Márquez, auf dem er auf einem Bett sitzt, auf dem er auch sterben könnte, das Bild, das du von ihm hattest, verän-dert? Wie bist du erfreut, deinen ehemali-gen Schulkollegen glücklich und gesund zu sehen? – Bist du bereit, dafür auf Daten-schutz zu verzichten und zu Glas zu wer-den? Bist du bereit, auf die Feinheiten der Sprache zu verzichten und unter die Jar-gon-Walze zu kommen? Bist du dazu be-reit, vereinfacht und reduziert zu werden? Bist du zu all dem bereit?]

To anyone who had a difficult time finding a large version of the new picture of Emily, I thought I would share this link. You can zoom way in to see all the detail. (From thehistoryblog.com)



<http://www.thehistoryblog.com/wp-content/uploads/2012/09/Emily-Dickinson-Kate-Scott-Turner-Amherst-1>  
www.thehistoryblog.com

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Es gibt auch Bijoux. Zum Beispiel den Auftritt des Emily-Dickinson-Museums in Amherst/Ma. Man muss sie allerdings suchen.

#### Facebook: Informationsflocken

(information tweetweets)

Gegründet: 2004

Börsenkotiertes Unternehmen

Einstandspreis 38 \$ Handelspreis

29.10.12: 21,94

1 Mrd. Nutzerinnen und Nutzer

(Stand Sept. 2012)

Doppelte oder «gefakte» Accounts gemäss

FB: 5–6%

#### Twitter: Informationsflocken

(information tweetweets)

Gegründet: 2006

600 Mio. Nutzerinnen und Nutzer

(Stand Juni 2012)

Maximale Anzahl Zeichen: 140

Lady Gaga ist die Person mit den meisten

«Followern» (2012: 28 Mio.)

Ich sehe was, was du auch siehst:  
YouTube und Instagram



YouTube

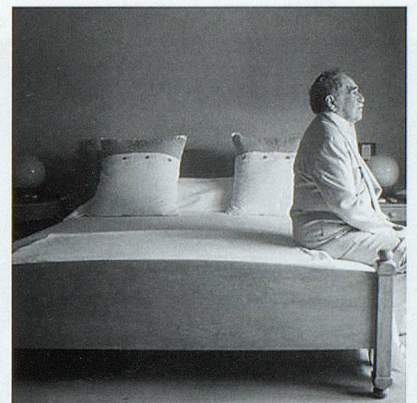
Augen, meine lieben Fensterlein, / Gebt mir schon so lange holden Schein, / Lasset freundlich Bild um Bild herein: / Einmal werdet ihr verdunkelt sein! YouTube und Instagram leisten dasselbe mit Bildern, was Facebook und Twitter vor allem mit

Gabriel García Márquez  
31. Juli

"El secreto de una buena vejez no es otra cosa que un pacto honrado con la soledad."

"The secret of good old-age is none other than an honest pact with solitude."

--Gabriel García Márquez



Der Literatur-Nobelpreisträger Gabriel García Márquez ist zwar auf Facebook, schaut aber gerade weg.

Worten leisten: Eine fast religiös aufge-ladene Ubiquität, die dank der Verklei-nerung und Verkürzung immer noch überblickbar erscheint: Der Weltdschun-gel als Bonsaiwäldchen, einfache Ikono-graphie statt komplizierte Semantik.

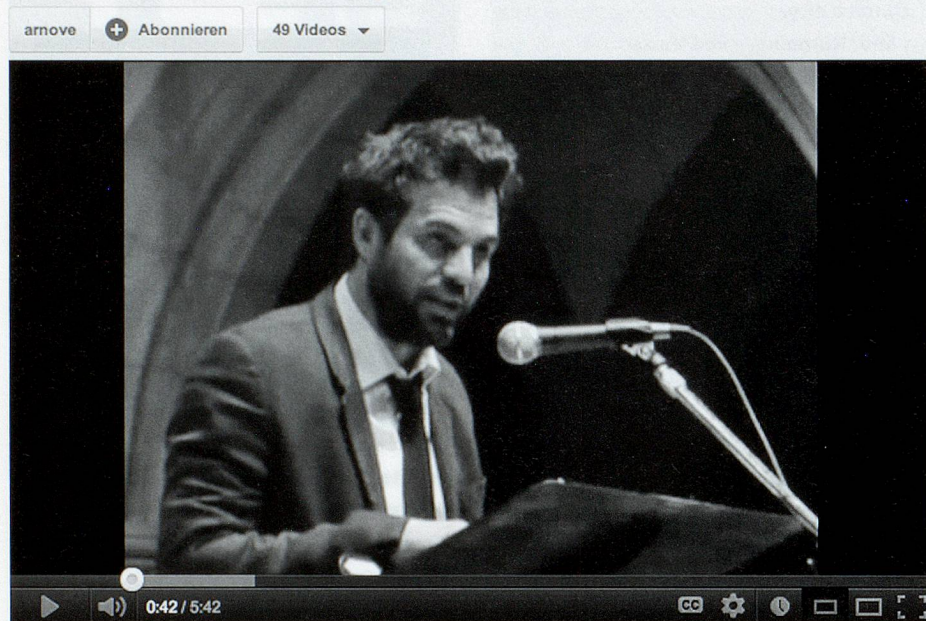
Der Verdacht lässt sich nicht so leicht aus dem Haus drängen: Weil die Fähig-keit, die Welt mittels Sprache zu erfassen und weiterzugeben, verkümmert ist, geschrumpft, werden technische Hilfsmittel herangezogen, die «es» richten sollen. Dass diese technischen

Gadgets das «aufgenommene Leben» aus der Dreidimensionalität auf die Zwei- und mitunter sogar auf die Eindimensionalität herunterkomprimieren, wird ausgeblendet. Die auf Bildern basierenden Social Media haben einen grossen Anteil daran, dass sich die Überzeugung, das Abbilden der Welt sei gleichwertig wie das Beschreiben der Welt, langsam durchsetzt. Die Welt ist so, wie sie auf dem Bild aussieht. Von meiner Warte aus wäre es auch angezeigt, dass die Social Media hier mehr Verantwortung übernehmen, indem sie diesen Unterschied nicht auch noch technisch ausebnen. Die Vermischung von Sein und Schein ist in den bildbasierten Social Media weit fortgeschritten. Millionen von Katzen und Hunden und Landschaften und Mahlzeiten und Liebsten und Sonnenuntergängen defilieren in einem breiten, unablässig rauschenden Stream an den

bereits leicht ermüdeten Augen vorbei, die Hunde beißen nicht, die Mahlzeiten riechen nach nichts, und sie enthalten Nullkommanull Kalorien. Bild Klischees, die für überwunden galten, feiern ein millionenfaches Revival, Schmerz reimt sich bildlich wieder auf Herz, die Ikonografie hat etwas Kitschiges. Es blendet aber keine Geiss aus: Die Zuwachsraten bei Instagram etwa sind gigantisch. Dass Facebook den Bilderdienst kürzlich aufgekauft hat und die Integration der Bilder in FB vereinfacht, zeigt eines ganz deutlich: Die Tendenz führt weg von den Worten zu den Bildern. Vielleicht hat das auch damit zu tun, dass man heute den Bildern mehr zu trauen scheint, oder umgekehrt: dass man den Worten nicht mehr traut. *Fallen einst die müden Lider zu,/ Löscht ihr aus, dann hat die Seele Ruh»;/ Tastend streift sie ab die Wanderschuhe»;/ Legt sich auch in ihre finstre Truhe».*

Und schon hat die Wirtschaft das Geschäftspotenzial des Paradigmenwechsels vom Wort zum Bild erkannt: Man kann die «Schnappschüsse» rahmen oder auf Flaschenetiketten, T-Shirts etc. drucken lassen. Firmen veranstalten Fotowettbewerbe, kommt in unsere Filialen, hereinspaziert, macht Bilder von unseren Produkten, danke, der Autor des besten Bildes erhält einen Geschenkgutschein, gern geschehen. Die Streuung derartiger «Events» ist gigantisch und für die Firmen nahezu gratis – sie binden ganze Heerscharen von potenziellen Kundinnen und Kunden an sich, die darüber hinaus gar nicht merken, dass sie gebunden werden: So sieht ideales Marketing heute offenbar aus. Die sanfte, fast unmerkliche Bindung ist ein Grundzug der Social Media. Um die Maschinerie am Laufen zu halten, werden unzählige Apps auf den Markt geworfen (Rahmen, Bildbearbeitung, Bildverfremdung, Bildbrowser, Untertitelung, Schnitt etc.), die auf Instagram oder YouTube abgestimmt sind. Für Bibliotheken ist diese Abkehr vom Wort hin zum Bild m.E. fast ein wenig fatal: Wie sollen eine Bibliothek, ein Archiv, ein Dokustelle ihr Angebot und ihre Informationen in einem immer stärker von einer reinen Bildwelt geprägten Umfeld an die Frau resp. den Mann bringen (an die junge Frau und den jungen Mann)? Hier ist, um das leicht angestaubte Wort hervorzuholen, Fantasie gefragt. Der grösste Fehler wäre, die «langsamen» Inhalte zu beschleunigen und dem «schnellen» Medium zu unterwerfen: Da hats fast nur Tempobolzer, und wer im Mainstream miteilt, wird nicht erkannt, resp. geht unter im allgemeinen Rausch. Der Sand im Getriebe hingegen macht sich bemerkbar, er kratzt. *Trinkt, o Augen, was die Wimper hält,/ Von dem goldnen Überfluss der Welt!*

## Mark Ruffalo reads Henry David Thoreau



Hochgeladen von arnove am 13.05.2008

Actor Mark Ruffalo reads Henry David Thoreau's 1849 essay, "Civil Disobedience." Part of a reading of Voices of a People's History of the United States (Howard Zinn and Anthony Arnove) at All Saints Church in Pasadena, CA on Feb 1, 2007.

Kategorie:

Unterhaltung

Lizenz:

Standard-YouTube-Lizenz

143 positive Bewertungen, 4 negative Bewertungen

Neben viel viel Schrott findet man eben auch das: Der Schauspieler Mark Ruffalo liest den Beginn von Henry David Thoreaus Aufsatz «On the Duty of Civil Disobedience» («Über die Pflicht zum Ungehorsam gegen den Staat»). Und man ist dabei, in Pasadena, 2007, in diesem Text, im Publikum, und kann zuschauen, wie sich die Härchen auf den Armen aufstellen.

[UND DOCH: Trägst du dich nicht mit dem Gedanken, nach Norwegen zu gehen, seit du die Bilder der Landschaften der Samen gesehen hast? «Kennst» du jetzt nicht zwei Japanerinnen, die den selben Hund haben wie du? Weißt du jetzt nicht Bescheid über das spanische Filmschaffen, und liegen dir manche Filme nicht am Herzen, seit Kurzem? Hast du nicht ein uraltes (uralt ist vor 1990)

**YouTube: Informationsflocken**  
(information tweetweets)  
Gegründet: 2005  
Gehört Google.  
Über 2 Mrd. Aufrufe täglich.  
Es werden täglich um die 75 000 (neue)  
Videos hochgeladen.

**Instagram: Informationsflocken**  
(information tweetweets)  
Gegründet: 2005  
Gehört seit April 2012 Facebook.  
Die Bilder weisen in Anlehnung an Polaroid  
eine quadratische Form auf.  
Anzahl User Dezember 2010: 1 Million.  
Anzahl User April 2012: 30 Millionen.  
Anzahl User September 2012: 100 Millionen.  
Anzahl hochgeladener Fotos (August 2012):  
150 Millionen.

*Lied von Silvio Rodríguez entdeckt und  
angehört, und fühltest du dich nicht zu-  
rückversetzt in eine Zeit, die du für längst  
vergangen hieltest, und die Zeit umfing  
dich wie ein Fieber? Und hat dir das In-  
terview mit Bob Dylan nicht eine Einsicht  
verschafft in die Welt, die du vorher nicht  
hattest?]*

### Das Web 2.0 zurückerobern!

Was für alle Social Media gilt: Sobald die  
Wirtschaft (die Unternehmen, Mei-  
nungsmacher, Lobbyisten) das Medium  
als Kommunikationsmittel entdeckt,  
werden die Kanäle usurpiert und die In-  
halte werden pervertiert. Kommunikati-  
on wird zu «Kommunikation», das Ge-  
fäss wird zu einer Möglichkeit, Geschäf-  
te oder bessere Geschäfte zu machen,  
easy peasy. Die Werbung erwürgt die  
Inhalte, die Sprache wird gleichgeschal-  
tet und zum Jargon, das wenige Interes-  
sante aus dem unendlich vielen – es gibt  
kein treffenderes Wort – Stuss herauszu-  
filtern, wird eine schier nicht zu bewälti-  
gende Herkulesaufgabe. Bibliotheken  
oder Verlage geraten zwischen die Mühl-

steine: Gerade die, die sich mehr überlegt  
und aus Klugheit gezögert haben und  
nun aus nachvollziehbaren Gründen  
(geh dorthin, wo dein User ist) doch noch  
auf den Zug aufspringen, sind bereits  
Tailrunner: Das Cockpit ist verschlossen,  
die Pilotenscheine kontingentiert und  
vergeben. Die Aufgabe, in diesem Jeka-  
mi-TUI ein Angebot auf die Beine zu  
stellen, das sich von den anderen ange-  
nehm abhebt und einen nicht nur dahin-  
deklarierten, sondern veritablen Mehr-  
wert bietet, ist alles andere als einfach.  
Wenn es denn jemand kann, dann NGO,  
Kulturinstitutionen, Bibliotheken, Verla-  
ge – Institutionen also, die nicht einfach  
bessere Geschäfte machen wollen, son-  
dern bessere, lebendigere, anregendere  
Informationen liefern wollen.

Man kann es auch so formulieren: Wir  
dürfen das Web 2.0 nicht denen überlas-

sen, die es nicht für die Verbreiterung  
und Vertiefung des Wissens nutzen, son-  
dern und ausschliesslich für Business,  
Business, Business.

Kontakt: rolf.hubler@scrive.ch

### Bemerkungen:

Die Zeilen «Augen, meine lieben Fensterlein  
...» stammen von Gottfried Keller (aus dem  
Gedicht «Abendlied», 1879)

Das Gedicht «Herr, es ist Zeit» stammt von  
Rainer Maria Rilke («Herbsttag»)

Das Emily-Dickinson-Museum in Am-  
herst/Ma findet man in Facebook unter dem  
Stichwort «Emily Dickinson».

Gabriel García Márquez findet man in  
Facebook unter dem Stichwort «Gabriel  
García Márquez» (mehrere Einträge)

Die Lesung von Mark Ruffalo ist zu finden  
unter der URL [http://www.youtube.com/  
watch?v=gzoo\\_MAUoao](http://www.youtube.com/watch?v=gzoo_MAUoao)

## ABSTRACT

### Médias sociaux: beaucoup de camelote et quelques bijoux

L'auteur, Rolf Hubler, historien de formation, propriétaire de «Scrive» («Alles, was Spra-  
che ist», [www.scrive.ch](http://www.scrive.ch)) et président de la Société littéraire de Bienne, propose un  
survol décalé, bienveillant parfois, caustique souvent, de la planète Facebook-Twitter-  
YouTube-Instagram. Entre l'intention et le résultat final, il y a un gouffre, qui risque de  
s'élargir si le Web2.0 n'est pas carrément réinvesti. «Nous ne pouvons pas, dit-il, laisser  
le Web2.0 à ceux qui ne l'utilisent pas pour la diffusion et l'approfondissement du savoir,  
mais exclusivement pour faire du business.»

Le constat est, en effet, simple et vaut pour tous les médias sociaux: dès que l'économie  
(les entreprises, les faiseurs d'opinion, les lobbyistes) découvre le média comme moyen  
de communication, les canaux sont usurpés et les contenus pervertis. La communica-  
tion devient manipulation, la plateforme une possibilité de faire des affaires ou de  
meilleures affaires. La publicité étrangle les contenus, la langue devient un jargon, et  
vouloir séparer le bon grain (les quelques informations intéressantes) de l'ivraie (le  
n'importe quoi) s'avère être un travail titanesque. Les bibliothèques ou les éditeurs sont  
pris dans l'engrenage: ceux qui ont pris le temps de réfléchir, qui ne se sont pas lancés  
tête baissée dans la brèche et qui, pour des raisons compréhensibles («aller là où les  
utilisateurs se trouvent»), veulent maintenant prendre le train en marche, ceux-là sont  
déjà à la traîne. Le cockpit est fermé, les brevets de pilote contingentés et délivrés.  
Mettre sur pied une offre qui se distingue des autres et qui propose une véritable plus-  
value est tout sauf simple. Une tâche ardue pour les ONG, les institutions culturelles,  
les bibliothèques et les maisons d'édition, autrement dit les institutions qui ne veulent  
pas simplement faire de meilleures affaires, mais fournir des informations meilleures,  
plus vivantes et plus stimulantes.

(sg)