

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 «Scribe», 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 Gesichtsbuchistinnen und -buchisten anderen Gesichtsbuchistinnen und -buchisten, 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-Bahn-Tunnels, 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. *Befiehl den letzten Früchten voll zu sein; / Gib ihnen noch zwei südlidhere Tage, / dränge sie zur Vollendung 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 Schachtsätzen, 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 undsweiter 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 Verzettelung, 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 «Scribe» («Alles, was Sprache ist», www.scribe.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 Intelligenzbesetzen), die glauben, Twitter habe Wissen geschaffen oder in die Welt gebracht, das letztlich den arabischen Frühling ausgelöst habe. Twitter ist eine militärisch und strategisch nutzbare Technologie, wie das Morsezeichen früher auch waren. Die Technologie *transportiert* Informationen, sie *generiert* sie nicht. Es ist durchaus nachvollziehbar, dass Bibliotheken sich damit schwertun, in den sozialen Medien Informationen zu *generieren*. Die Komplexität der Informationen, die in einer Bibliothek vorhanden sind, lassen sich schlicht und ergreifend nicht auf ein *tweet tweet* zusammenstauchen. Sie lassen sich nur transportieren: Im besten Fall verbunden mit dem Hinweis auf die umfassendere Information, die anderswo gespeichert ist. Vielleicht könnten die sozialen Medien paradoxe Weise mehr, wenn wir ihnen weniger zutrauen 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 Kulturpraktiken, die sich die Menschen über Jahrtausende angeeignet haben, das «*Lang-Briefe-Schreiben*», ist in ihnen nicht vorgesehen.

[UND DOCH: Wieviele Musikstücke liegen dir am Herzen und du hörst sie immer und immer wieder, weil sie dir jemand auf Facebook empfohlen hat? Um wieviele verbundener fühlst du dich mit Emily Dickinson, seit du die Facebook-Seite des Museums in Amherst regelmäßig besuchst? 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, verändert? Wie bist du erfreut, deinen ehemaligen Schulkollegen glücklich und gesund zu sehen? – Bist du bereit, dafür auf Datenschutz zu verzichten und zu Glas zu werden? Bist du bereit, auf die Feinheiten der Sprache zu verzichten und unter die Jargon-Walze zu kommen? Bist du dazu bereit, 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)

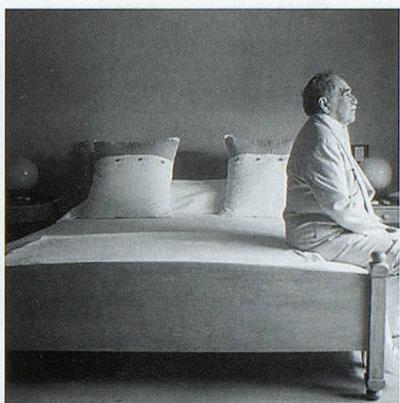
Maximale Anzahl Zeichen: 140

Lady Gaga ist die Person mit den meisten «Followern» (2012: 28 Mio.)

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.

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



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

Worten leisten: Eine fast religiös aufgeladene Ubiquität, die dank der Verkleinerung und Verkürzung immer noch überblickbar erscheint: Der Weltdschungel als Bonsaiwälzchen, einfache Ikonografie statt komplizierte Semantik.

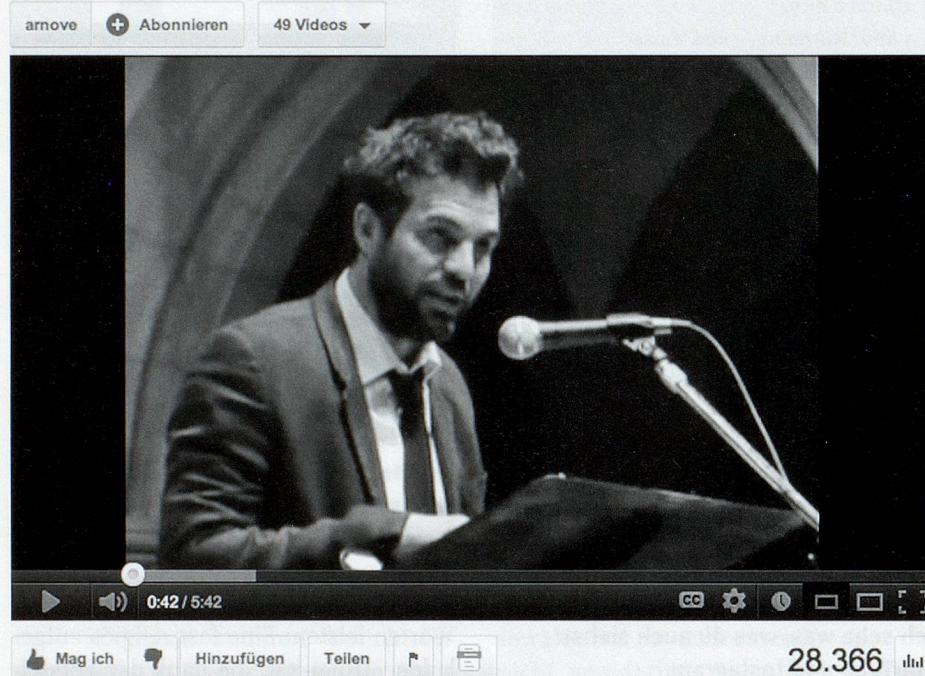
Der Verdacht lässt sich nicht so leicht aus dem Haus drängen: Weil die Fähigkeit, die Welt mittels Sprache zu erfassen und weiterzugeben, verkümmert ist, geschrumpft, werden technische Hilfsmittel herangezogen, die «es richten sollen. Dass diese technischen

Gadgets das «aufgenommene Leben» aus der Dreidimensionalität auf die Zwei- und mitunter sogar auf die Ein-dimensionalität 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, unablässigen rauschenden Stream an den

bereits leicht ermüdeten Augen vorbei, die Hunde beissen nicht, die Mahlzeiten riechen nach nichts, und sie enthalten Nullkommanull Kalorien. Bild Klichées, die für überwunden galten, feiern ein millionenfaches Revival, Schmerz reimt sich bildlich wieder auf Herz, die Ikonografie hat etwas Kitsches. Es blendet aber keine Geiss aus: Die Zuwachsrate 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 Wanderschuh, / Legt sich auch in ihre finstre Truh.*

Und schon hat die Wirtschaft das Geschäftspotenzial des Paradigmenwechsels vom Wort zum Bild erkannt: Man kann die «Schnapschüsse» 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 «langsam» 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

Neben 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 zurückversetzt in eine Zeit, die du für längst vergangen hieltest, und die Zeit umfing dich wie ein Fieber? Und hat dir das Interview 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, Meinungsmacher, Lobbyisten) das Medium als Kommunikationsmittel entdeckt, werden die Kanäle usurpiert und die Inhalte werden pervertiert. Kommunikation wird zu «Kommunikation», das Gefäss wird zu einer Möglichkeit, Geschäfte oder bessere Geschäfte zu machen, easy peasy. Die Werbung erwürgt die Inhalte, die Sprache wird gleichgeschaltet und zum Jargon, das wenige Interessante aus dem unendlich vielen – es gibt kein treffenderes Wort – Stuss herauszufiltern, wird eine schier nicht zu bewältigende 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 Jekam-TUI ein Angebot auf die Beine zu stellen, das sich von den anderen angenehm abhebt und einen nicht nur dahin-deklarierten, sondern veritablen Mehrwert bietet, ist alles andere als einfach. Wenn es denn jemand kann, dann NGO, Kulturinstitutionen, Bibliotheken, Verlage – Institutionen also, die nicht einfach bessere Geschäfte machen wollen, sondern bessere, lebendigere, anregendere Informationen liefern wollen.

Man kann es auch so formulieren: Wir dürfen das Web 2.0 nicht denen überlassen,

sen, die es nicht für die Verbreiterung und Vertiefung des Wissens nutzen, sondern 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 Amherst/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=9z00_MAuoao

ABSTRACT

Médias sociaux: beaucoup de camelote et quelques bijoux

L'auteur, Rolf Hubler, historien de formation, propriétaire de «Scribe» («Alles, was Sprache ist», www.scribe.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 communication 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 titanique. 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 contingents 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)