

Zeitschrift: SuchtMagazin

Herausgeber: Infodrog

Band: 37 (2011)

Heft: 6

Artikel: Soziale Netzwerke - früher und heute : eine Exkursion in virtuellen Räumen

Autor: Federspiel, Esther / Eugster, Reto

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-800311>

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: 13.04.2026

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

Soziale Netzwerke – früher und heute. Eine Exkursion in virtuellen Räumen

Soziale Netzwerke sind ein wesentlicher Bestandteil unseres Lebens. On- und Offline. Social Network Sites wie Facebook, Xing und Co. sind schon heute nicht mehr aus dem Alltag wegzudenken. Was charakterisiert soziale Netzwerke? Weshalb konnten sie sich online etablieren und was hat die Entwicklung des Web 2.0 damit zu tun? Wie haben sich Social Network Sites entwickelt und welche Nutzungspotenziale bieten sie?

Esther Federspiel

lic.phil., Sozialpsychologin, Kommunikationsbeauftragte des Instituts für Soziale Arbeit IFSA der FHS St.Gallen, Industriestrasse 35, CH-9401 Rorschach, esther.federspiel@fhsg.ch

Reto Eugster

Prof. Dr., Leiter Institut für Soziale Arbeit IFSA der FHS St.Gallen, Industriestrasse 35, CH-9401 Rorschach, reto.eugster@fhsg.ch

Soziale Netzwerke: Beziehungsgeflechte mit starken und schwachen Beziehungen

Soziale Netzwerke haben für den Menschen als Wesen mit sozialen Bedürfnissen immer eine hohe Relevanz, bspw. als Familien oder Dorfgemeinschaften. Wir alle sind Teil eines oder mehrerer solcher Netzwerke.

Soziale Netzwerke sind «die spezifischen Webmuster alltäglicher sozialer Beziehungen»¹ oder «die Gesamtheit der sozialen Beziehungen einer Person».² Das können Familienbeziehungen, Beziehungen zu Verwandtschaft, zu Nachbarn, Freunden, Bekannten und ArbeitskollegInnen sein. Zusätzlich beinhaltet ein soziales Netzwerk «Verzweigungsmöglichkeiten, die in den Primärgruppen nicht gegeben sind».³ Damit sind alle Personen gemeint, die nicht direkt erreicht werden können, sondern nur indirekt über die Kontakte, die jemand unterhält. Ein soziales Netzwerk setzt sich also zusammen aus allen direkten und indirekten Beziehungen einer Person.

All diese sozialen Beziehungen können in «strong ties» und «weak ties» (starke und schwache Beziehungen) unterteilt werden.⁴ Dabei zeichnen sich starke Beziehungen im «Kernbereich»⁵ eines sozialen Netzwerks, z.B. zu engen Freunden oder zur Familie, vor allem durch emotionale Unterstützung, eine hohe Anzahl gemeinsamer Aktivitäten und Interessen, ein stabiles Engagement aller Beteiligten über längere Zeit mit hohem Interaktionsgrad⁶ und einer engen affektiven Bindung aus. Gegenseitige Unterstützungsleistungen können über längere Zeit ausgeglichen werden.

Schwache Beziehungen in der «weiteren Zone»⁷ eines sozialen Netzwerks hingegen, z.B. zu Arbeits- oder Vereinskollegen, verlangen einen umgehenden Ausgleich von Unterstützungsleistungen. «Weak ties» sind gekennzeichnet durch einzelne gemeinsame Interessen oder Gelegenheiten wie bspw. ein gemeinsames Büro. Die Verpflichtung ist gering, ebenso die Intimität und der Zeitaufwand, der in eine solche Beziehung investiert wird.⁸ Schwache Beziehungen haben

gemäss Granovetter⁹ einen entscheidenden Vorteil. Sie können, im Gegensatz zu starken Beziehungen, einen erleichterten Zugang zu weiteren sozialen Netzwerken verschaffen. Soziale Netzwerke haben über mehrere Stufen eine enorme Reichweite.¹⁰

Vom Web 1.0 zum Web 2.0 - ein sozialer Versionensprung

Mit dem Übergang vom Web 1.0 zum Web 2.0 wurde die Voraussetzung für die Entstehung sozialer Netzwerke im Internet geschaffen.

Web 2.0 ist kein einheitlich definierter Begriff. Für eine neue Generation des Internets steht er seit der Web 2.0 Konferenz von 2004, die ein Ergebnis eines Brainstormings zum neuen Internet zwischen den Verlagen O'Reilly und Media Live war.

Tim O'Reilly hat den Begriff dann 2005 in seinem vielbeachteten Aufsatz «What is Web 2.0»¹¹ geschärft. Dabei versteht er Web 2.0 viel mehr als eine Ansammlung von Prinzipien und Praktiken, als ein genau definiertes Konzept. Unter anderem sind das beispielsweise Nischennutzung, Open Source,¹² das Nutzen kollektiver Intelligenz, geringe Barrieren zur Wiederverwendung der Systeme sowie eine hohe Nutzerfreundlichkeit (User Experience).¹³ Eine ehemals statische, eindimensionale Kommunikation wandelte sich vom Web 1.0 zum Web 2.0 zu einem dialogorientierten Web, einem «Mitmach-Netz». Webbasierte Anwendungen unterstützen den Informationsaustausch, den Beziehungsaufbau und deren Pflege, die Kommunikation und die kollaborative Zusammenarbeit. Die Beziehungen und die Daten, die beim Nutzen dieser Anwendungen entstehen, sind ebenfalls Elemente des Web 2.0.¹⁴

Möglich gemacht haben diese Veränderungen – auf der Basis neuer Technologien – breitere Internet-Zugangsmöglichkeiten und eine höhere Internetgeschwindigkeit, Fortschritte in der Programmierung und sinkende Nutzungskosten sowie eine veränderte Einstellung der NutzerInnen gegenüber dem Internet.¹⁵ Inhalte selbst erstellen, mit anderen teilen und sich online austauschen und organisieren ist zum Alltag geworden.

Mit der Entwicklung des Internets vom Web 1.0 zum Web 2.0 erhielten soziale Netzwerke eine neue virtuelle Dimension. Während im herkömmlichen Sinn persönliche Kommunikation, physische Präsenz und Nähe Voraussetzung für soziale Netzwerke waren, überbrücken soziale Netzwerke im Web 2.0 geographische und andere Distanzen (z.B. auch soziale Barrieren).¹⁶



Social Network Sites: Profil und öffentliche Kontaktliste

Social Network Sites wie Facebook, Xing und Google+ sind Plattformen, über die sich heute soziale Netzwerke im Internet organisieren. In der Literatur werden sie der Kategorie Social Software zugeordnet.

Der Begriff der Social Software bezeichnet unterschiedlichste Anwendungen im Web 2.0: Weblogs (Blogs), Foren, Wikis, wie bspw. Wikipedia, Microblogging-Dienste wie Twitter,¹⁷ Social-Bookmarking-Dienste wie Delicious oder Social Network Sites wie bspw. Facebook oder Xing. Während weiter gefasste Definitionen auch E-Mail, Internet-Telefonie oder Instant Messaging als Social Software verstehen, grenzen andere den Begriff dahingehend ein, dass Social Software als Unterstützung für «Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement»¹⁸ verstanden wird.

Begriffsdefinitionen

Für soziale Netzwerke im Internet wie bspw. Xing, Facebook, Google+ und Co. gibt es bis anhin noch keine allgemeingültige einheitlich verwendete Begrifflichkeit. Vielmehr existieren eine Vielzahl an Bezeichnungen wie Online Community, Digital Social Network oder Virtual Community. O'Murchu, Breslin und Decker bezeichnen soziale Netzwerkdienste, die Menschen auf der Basis der Profilinformatoren vernetzen, schliesslich als «Social Network Sites».¹⁹ Boyd und Ellison konkretisieren weiter, dass Social Network Sites den NutzerInnen im Wesentlichen drei Funktionen ermöglichen: Das Erstellen eines öffentlichen (oder halböffentlichen) Profils, das Anzeigen der eigenen Kontakte und das Durchsuchen der Kontaktlisten anderer.²⁰ Während Mitglieder in Foren grossteils anonym oder unter Pseudonymen agieren, legen die einzelnen Teilnehmenden auf Social Network Sites ihre Identität offen. Social Network Sites funktionieren nach einer Art Schneeballprinzip.²¹ Nach der Anmeldung erstellt der/die Nutzende ein Profil, das je nach Seite unterschiedlich ausführlich ist. Oft werden Name und Adresse, Alter, Beruf und auch Informationen zu Fähigkeiten oder Interessen, die in Zusammenhang mit der Seite stehen, erfasst.²² Die NutzerInnen haben die Möglichkeit, nach Mitgliedern mit ähnlichen Interessen, Fähigkeiten u. a. zu suchen und können deren Profile einsehen.

Geschäftlich und privat, offen und geschlossen

Social Network Sites sind in unterschiedlichen Bereichen des täglichen Lebens zu finden. So gibt es Netzwerke zum Finden und Vertiefen von geschäftlichen Kontakten (z. B. Xing), zur Partnersuche (z. B. Friendster) oder zu gemeinsamen Interessen (z. B. Hivr). Die Grenzen zwischen geschäfts- und privatorientierten Netzwerken verschwimmen aber je länger je mehr.

Social Network Sites lassen sich weiter in unterschiedliche Kategorien klassifizieren. So unterscheiden O'Murchu et al. bspw. zwischen registrierungs- und beziehungs-basiert. Damit meinen die AutorInnen den Grad der Offenheit eines Netzwerks.²³ Es gibt Netzwerke, die allen NutzerInnen im Internet offen stehen und solche, die geschlossen sind und bspw. nur für MitarbeiterInnen innerhalb einer Organisation zugänglich gemacht werden.

Die Geschichte von Social Network Sites

Die Geschichte von Social Network Sites geht weiter zurück als viele von uns denken. Jahre bevor z. B. Xing oder Facebook gegründet wurden, war bereits die erste Social Network Site online.

Sie wurde 1997 unter dem Namen SixDegrees²⁴ eingeführt. NutzerInnen konnten eigene Profile erstellen, ihre Freunde auflisten und ab 1998 die Listen ihrer Freundesfreunde absuchen und sich mit diesen vernetzen. Damit waren das erste Mal alle drei Funktionalitäten, die eine Social Network Site gemäss Definition von Boyd und Ellison²⁵ ausmachen, auf einer einzelnen Plattform vereint. Trotz hohen NutzerInnenzahlen wurde die Seite im Jahr 2000 eingestellt. Es fehlte ein nachhaltiges Geschäftsmodell.

Zwischen 1997 und 2001 folgte eine erste grössere Welle von neuen

Social-Network-Diensten. So wurden bspw. AsianAvenue, Black-Planet und MiGente gegründet. Die Dienste kombinierten verschiedene technische Funktionen, wie Profilerstellung, Freundeslisten oder Gästebücher. 2001 entstand dann mit Ryze die erste Social Network Site, die sich auf Geschäftskontakte fokussierte. Die Gründer des Netzwerks waren eng mit den Gründern von Tribe, LinkedIn und Friendster vernetzt. International durchsetzen konnte sich nur LinkedIn. Die Seite ist heute eines der mächtigsten sozialen Geschäftsnetzwerke der Welt. In der Schweiz verzeichnete LinkedIn per Mai 2011 über 380'000 Zugriffe.²⁶ Friendster dagegen wurde – nach anfänglich grossem Erfolg – zu einer der grössten Enttäuschungen der Internetgeschichte.²⁷

Es wurde 2002 als Ergänzung zu Ryze eingeführt und war vor allem für Dating-Zwecke gedacht. Bisherige Dating-Plattformen brachten Paare über ähnliche Interessen zusammen. Friendster hingegen verfolgte die Idee, dass Partnerschaften innerhalb bestehender sozialer Netzwerke erfolgreicher seien, als Partnerschaften zwischen Fremden. Mit diesem Konzept erreichte Friendster durch reine Mund zu Mund Propaganda über 300'000 NutzerInnen. Technisch konnte der schnelle Erfolg nicht aufgefangen werden. Friendster verlor zahlreiche frustrierte NutzerInnen. Weiter liess das schnelle Wachstum das Netzwerk auch sozial kollabieren. Es entstanden immer mehr gefälschte Star-Accounts, die von Friendster schliesslich gelöscht wurden. Damit entstand ein zusätzlicher Vertrauensbruch. Viele FrühnutzerInnen entschlossen sich, die Seite zu verlassen.²⁸

Der Grundstein für zahlreiche weitere Social Network Sites, die noch heute das Geschehen prägen, war gelegt. Im Juli 2003 wurde MySpace gegründet. MySpace alimentierte sich am Anfang vor allem aus enttäuschten Friendster-NutzerInnen. Später war es dann die Kombination zwischen Musikbands und Fans, die das Netzwerk zur grossen Popularität führten. Ein wichtiges Element war auch, dass die NutzerInnen die Möglichkeit hatten, ihre eigene Seite umfassend zu personalisieren und MySpace mit laufenden Neuerungen auf die Anliegen der Nutzenden einging.²⁹

Ein Jahr später wurde Facebook gegründet, die heute populärste Seite in der Schweiz. Über 60% der Schweizer Bevölkerung verfügt über ein Facebook-Konto.³⁰ Zuerst war das Netzwerk nur für Studierende der Harvard University offen. Später wurde es dann weiteren UniversitätsstudentInnen und schliesslich der breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Inzwischen hat das Netzwerk über eine halbe Milliarde NutzerInnen.

Am 28. Juni 2011 startete die Social Network Site Google+. Diese verzeichnet ein enormes Wachstum und kann als ernst zu nehmende Konkurrenz zu Facebook betrachtet werden.

Nutzung und Nutzen Sozialer Netzwerke im Internet

Social Network Sites sind aus unserem modernen sozialen Leben nicht mehr wegzudenken. Sie dienen dazu, bestehende Beziehungen zu pflegen und neue Beziehungen zu knüpfen. Wer nicht auf Social Network Sites unterwegs ist, läuft Gefahr, in manchen Freundes- oder Kollegenkreisen gewissermassen ausgeschlossen zu werden. In sozialen Prozessen dienen die virtuellen Netzwerke nicht nur der Selbstdarstellung, sondern auch der Herstellung eines gemeinsamen Kontextes. Social Network Sites werden zur Kontaktverwaltung und zur Netzwerksuche verwendet. Zudem werden vor allem in themenorientierten Netzwerken gewisse Austauschleistungen in Anspruch genommen und die nach aussen kommunizierbaren Beziehungen können zu Sozialkapital werden.³¹

Pflege bestehender – Knüpfen neuer Beziehungen

In der Literatur herrscht heutzutage Einigkeit, dass das Internet die Pflege starker Bindungen und die Aufnahme neuer schwacher Bindungen erleichtert und die individuellen sozialen Netzwerke damit stärkt und erweitert.

So sieht bspw. Heintz das Netz als «eine hervorragende Option, um den Kreis möglicher Beziehungen über den unmittelbaren sozialen



und geographischen Raum hinaus zu erweitern». ³² Rheingold betont aus seinen Erfahrungen mit der Online-Community «The Well», dass das Internet «der direkte Zugang zu dauernden Beziehungen mit vielen anderen Menschen» ³³ sei. Spannend ist vor allem auch die technische Möglichkeit, die Social Network Sites bieten, indem sie Kontakte zweiten oder dritten Grades latent zugänglich machen. Auch wenn aktuell keine Beziehung besteht, kann mit Freunden von Freunden relativ schnell eine schwache Beziehung aufgenommen werden. ³⁴

Relevant sind soziale Netzwerke aber auch zur Vertiefung bestehender Beziehungen. Inzwischen ist es weit verbreitet, über Social Network Sites wie bspw. Facebook, zu einer Party einzuladen oder Neuigkeiten auszutauschen. Wer nicht Mitglied der Seite ist, läuft Gefahr, nicht mehr informiert zu sein und eingeladen zu werden. Social Network Sites haben die Beziehungskommunikation fundamental verändert. ³⁵ Es wird möglich, die bspw. geographische Distanz durch unterschiedliche Studienorte zu überbrücken und mit früheren SchulkollegInnen in Kontakt zu bleiben oder es können mit Hilfe einer Social Network Site wie Facebook frühere Freunde und Bekannte wiedergefunden werden. ³⁶

Die meisten Internetbeziehungen spielen sich sowohl on- als auch offline ab und können damit als «hybrid» bezeichnet werden. ³⁷ Vor allem für die Intensivierung schwacher Beziehungen spielen Social Network Sites eine wesentliche Rolle. So berichtet Robert Bauer in seiner Studie zu Veränderungen von Freundschaftsbeziehungen durch Social Network Sites, dass Personen aufgrund des lockeren Umgangs auf bspw. Myspace eher mit Personen in Kontakt blieben, bei denen sie ein Telefonat als zu persönlich empfunden hätten. Oft werde auch die Möglichkeit genutzt, mit Leuten verbal das erste Mal in Kontakt zu treten, die man nur vom Sehen her kenne. ³⁸

Potentielle soziale Ressourcen steigern

Solche zusätzlichen schwachen Kontakte ermöglichen auch in funktionaler Hinsicht zusätzliche Hilfeleistungen. So erzählen Social-Network-Sites-Nutzende bspw., dass sie bereits mehrere Male bei fernen Bekannten übernachtet hätten oder in den Genuss von Mitfahrgelegenheiten gekommen seien. ³⁹ Solche Möglichkeiten nennt man Sozialkapital. Der Begriff ist nicht einheitlich definiert. Im Kern geht es allerdings um die Gesamtheit aller Ressourcen, die jemand durch sein vorhandenes soziales Netzwerk potenziell zur Verfügung hat. ⁴⁰ In der Literatur wird sowohl die Ansicht diskutiert, dass das Internet und damit auch Social Network Sites das Sozialkapital verringern als auch vergrößern. So gibt es Studien, die besagen, dass durch die verbrachte Zeit im Internet die Zeit für Echtzeitbeziehungen kleiner werde. ⁴¹ Dem entgegengesetzt steht aber die Erkenntnis, dass Echtzeitbeziehungen durch zusätzlichen Kontakt im Internet intensiviert werden können. ⁴² Weiter bieten Social Network Sites konkret die Möglichkeit, schnell und einfach sogenannte «weak ties» zu knüpfen und damit das eigene Netzwerk zu vergrößern, wie auch die potenzielle Unterstützungsleistung für verschiedene Lebenslagen zu verbessern. ⁴³

Identitätsmanagement betreiben

Bei der Nutzung von Social Network Sites spielt u.a. auch die Selbstdarstellung eine wesentliche Rolle. Dabei geht es um das bewusste und kontrollierte Bereitstellen von persönlichen Informationen für ein breiteres Publikum, das auf der entsprechenden Social Network Site verkehrt. ⁴⁴ Damit können NutzerInnen bspw. Teilidentitäten ihrer selbst gegen aussen darstellen, die sonst nicht auf den ersten Blick erkennbar wären. ⁴⁵ Das kann in Form eines Profileintrags geschehen oder auch mit dem öffentlichen Beitritt zu verschie-

denen Gruppen oder Organisationen. Auch die öffentliche Kommunikation mit Freunden bspw. auf der Facebook-Pinnwand verfolgt eine selbstdarstellerische Motivation.

Die Kontrolle über die mitgeteilten Inhalte und deren Form ist dabei im Internet wesentlich grösser als sonst.⁴⁶

Kontakte verwalten und ExpertInnen suchen

Weiter werden Social Network Sites auch zur Pflege des persönlichen und geschäftlichen Netzwerks benutzt.⁴⁷ Der Vorteil gegenüber herkömmlichen Kontaktpflegemöglichkeiten besteht darin, dass jedeR NutzerIn seine/ihre Daten selbst aktualisiert. Social Network Sites bieten zusätzlich die Möglichkeit, sich über persönliche oder öffentliche Nachrichten oder in Foren auszutauschen. Dabei werden neben dem Network-Login keine weiteren Zugangsdaten benötigt. Social Network Sites können auch als ExpertInnensuchmaschine verwendet werden. So können die meisten Social Network

Google+

Google+ wurde am 28. Juni 2011 von Google Inc. gegründet. Google+ ist eine Social Network Site, die anfänglich per Einladung und inzwischen für alle frei zugänglich ist. Fachleute sehen Google+ als Versuch von Google Inc. sich im Bereich der sozialen Netzwerke, als Konkurrent zu Facebook, weltweit zu etablieren. JedeR BenutzerIn verfügt über eine Profilseite. Auf der Pinnwand können BesucherInnen Kommentare hinterlassen. BenutzerInnen können sich private Nachrichten schicken oder miteinander einen Video-Chat, einen sogenannten Hangout starten. Speziell ist, dass Google+ von Anfang an die Einteilung der Kontakte in unterschiedliche Kreise zulässt. So können Informationsempfänger je nach Nachricht spezifisch ausgewählt werden. Die Kontakte des/der Benutzers/-in sind für andere sichtbar. Per Ende September hatte das Netzwerk bereits über 50 Millionen registrierte NutzerInnen.⁵⁶

Facebook

Facebook wurde 2004 von Mark Zuckerberg gegründet und bedeutet sinngemäss «Studenten-Jahrbuch». Facebook ist eine von Facebook Inc. betriebene Social Network Site. Der Dienst war anfänglich nur für Harvard-Studierende geöffnet. Später wurde er dann für weitere Universitätsstudierende und schliesslich für die breite Öffentlichkeit zugänglich gemacht. JedeR BenutzerIn verfügt über eine Profilseite, auf der er/sie sich vorstellen und Fotos oder Videos hochladen kann. Auf der Pinnwand des Profils können BesucherInnen öffentlich sichtbar Nachrichten hinterlassen oder Notizen/Blogs veröffentlichen. Sogenannte Facebook-Freunde können zu Gruppen und Events eingeladen werden. Durch eine Beobachtungsliste wird man über Neuigkeiten, wie z. B. neue Pinnwandeinträge auf den Profilseiten von Freunden informiert. Es sind zahlreiche Gruppenfunktionen und Geschäftsseiten möglich. Ganz neu können über die sogenannte «Timeline» wichtige Lebensereignisse veröffentlicht werden. Im Juli 2011 waren über 710,9 Millionen Menschen bei Facebook registriert.⁵⁷ In der Schweiz hat über 60% der Bevölkerung ein entsprechendes Konto.⁵⁸

Xing (bis Ende 2006: openBC)

Xing ist eine webbasierte Plattform, in der NutzerInnen ihre geschäftlichen (aber auch privaten) Kontakte zu anderen Personen verwalten können. Es wird vom gleichnamigen Unternehmen, der XING AG, betrieben. Das System zählt zu den Social Network Sites. Kernfunktion der Seite ist das Sichtbarmachen des Kontaktnetzes und das Herstellen eines gemeinsamen Kontextes. So kann einE BenutzerIn bspw. abfragen, über wie viele Kontakte sie/er ein anderes Mitglied kennt. Daneben bietet das System eine Profilseite zur Selbstdarstellung, einen Neuigkeiten-Stream sowie diverse Gruppenmöglichkeiten und Geschäftsseiten.⁵⁹ Aktuell wird Xing in der Schweiz von LinkedIn – was die Zugriffszahlen anbelangt – überholt. Bei der Verweildauer hat Xing in der Schweiz nach wie vor die Nase vorn.⁶⁰

Sites nach Namen, Interessen oder Firma durchsucht werden. Xing bspw. empfiehlt automatisch spannende Kontakte mit ähnlichem Profil.

Beziehungen sind von Vertrauen geprägt. So ist es auch auf Social Network Sites wesentlich, möglichst schnell einen gemeinsamen Kontext herzustellen. Xing bspw. ermöglicht dazu das Anzeigen gemeinsamer Bekannter. Weiter kann auch ein Forum helfen, einen gemeinsamen thematischen Kontext herzustellen und Vertrauen aufzubauen.⁴⁸

Social Network Sites werden aber nicht nur persönlich, sondern je länger je mehr auch im Geschäftsumfeld genutzt. Solche Anwendungsfelder sind bspw. Wissensmanagement, Beratung, Marketing, Kommunikation, Personalrekrutierung oder Innovationsmanagement.

Chancen, Risiken und Konsequenzen sozialer Netzwerke im Internet

Diskussionen rund um Chancen, Risiken und Konsequenzen sozialer Netzwerke drehen sich in der Literatur oft darum, dass NutzerInnen im Internet virtuelle Identitäten annehmen, die wenig mit ihrer realen Identität zu tun haben.⁴⁹ Bislang können Identitäten im Internet nicht abschliessend authentifiziert werden. Das muss nicht zwingend negativ sein. Einerseits wird damit eine Art Probehandeln möglich. Eine Auskundschaftung von Selbst-Aspekten, die im Offline-Leben bisher aus verschiedenen Gründen nicht offengelegt werden konnten. Andererseits steht auch kriminellen Nutzungsmotiven wenig im Weg. So geben sich bspw. Männer in gewissen Dating-Netzwerken als Frauen aus, um einfacher Kontakte knüpfen zu können oder Erwachsene geben sich als Kinder oder Jugendliche aus, um Kontakte zur möglichen sexuellen Ausbeutung aufzubauen.⁵⁰ Insgesamt beschränken sich diese Negativbeispiele aber vor allem auf Einzelfälle, die aufgrund ihrer Dramatik eine grosse Öffentlichkeit erreicht haben.

Die NutzerInnen von Social Network Sites werden von ihrem Netzwerk verifiziert. Aus diesem Grund sind anstössige und illegale Inhalte auf solchen Seiten relativ selten. Es besteht aber durchaus die Gefahr eines «identity thefts». Die ermittelten Identitätsdaten und Informationen können für illegale Zwecke weiterverwendet werden. Solange keine eindeutige Authentifizierung der eigenen Identität im Internet möglich ist, müssen wir mit dieser Gefahr leben.

Soziale Exklusion

Weiter stellt sich die Frage der sozialen Exklusion. Der digitale Graben wird immer grösser. Während ältere Personen wesentlich aufholen, zeigen Statistiken, dass das Internet vor allem von hochgebildeten, gut verdienenden Schichten genutzt wird. Hier wird von Informationselite versus Nichtvernetzten oder von User vs. Loser gesprochen.⁵² Ob der Graben durch freien Internetzugang für alle aufgehoben werden kann, wird diskutiert. Aktuell gibt es in der Schweiz verschiedene Aktionen, wie z. B. e-Inclusion zum Thema. E-Inclusion ist ein Aktionsplan mit dem Ziel der digitalen Integration möglichst vieler in der Schweiz lebender Personen. Die Initiative entstand aus dem Netzwerk «Digitale Integration Schweiz». Träger ist das Bundesamt für Kommunikation BAKOM.

Die Problematik des digitalen Grabens lässt sich auch auf die sozialen Netzwerke im Internet übertragen. Es ist heutzutage vor allem in jüngeren Altersgruppen üblich, sich sozial über Social Network Sites zu organisieren. So wird per Facebook zu Partys eingeladen oder ein Teil des Austauschs findet über die sogenannte «Netzwerk-Awareness»⁵⁴ statt. Das heisst, die einzelnen Personen wissen über bspw. die Status-Updates oder öffentliche Diskussionen auf der Pinnwand, was in ihrem Netzwerk aktuell passiert. Wer nicht dabei ist, droht ausgeschlossen zu werden. So erzählen Teilnehmende der Studie «Facebookless» von Dominik Orth,⁵⁵ sie hätten sich ohne Facebook sozial ausgegrenzt gefühlt. Die Teilnehmenden waren bei Ge-

sprächen nicht mehr anschlussfähig, haben Geburtstage vergessen und hatten zum Teil keinen Zugang mehr zu Telefonnummern, die sie auf dem Portal gespeichert hatten. Diese fehlende Kontaktmanagementfunktion hat sie in ihrer Netzwerkkommunikation zusätzlich massiv eingeschränkt.

Soziale Netzwerke agieren heute immer mehr hybrid. Sowohl on- als auch offline. Beziehungen werden online nicht nur neu geknüpft, sondern es werden auch bestehende Beziehungen vertieft. Social Network Sites bieten dabei nicht nur erhebliche Vereinfachungen im Beziehungs- und Kontaktmanagement, sondern auch grosses soziales Potential. ●

Literatur

Alby, T. (2007): *Web 2.0: Konzepte, Anwendungen, Technologien*. München: Hanser.

Bauer, R. (2009): *Veränderungen von Freundschaftsbeziehungen durch Social Network Sites am Beispiel von MySpace*. www.tinyurl.com/d9qkrfz, Zugriff 02.10.2011.

Boase, J./Horrigan, J./Wellman, B./Rainie, L. (2006): *The Strength of Internet Ties*. www.tinyurl.com/bunsux6, Zugriff 22.09.2011.

Bourdieu, P. (1983): *Ökonomisches Kapital – Kulturelles Kapital – Soziales Kapital*. S.183-198 in: Rheinhard Kreckel (Hrsg.), *Soziale Ungleichheiten*. Göttingen: Schwartz.

Boyd, D.M./Ellison, N.B. (2007): *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13(1): 210-230.

Diewald, M. (1991): *Soziale Beziehungen: Verlust oder Liberalisierung? Soziale Unterstützung in informellen Netzwerken*. Berlin: Sigma.

Chafkin, M. (2007): *How to kill a great idea!* www.tinyurl.com/2k86l9, Zugriff 21.09.2011.

Donath, J./Boyd, D. (2004): *Public displays of connection*. *BT Technology Journal*, 22(4): 71-82.

Döring, N. (2003): *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Göttingen: Hogrefe.

Döring, N. (2000): *Identität + Internet = Virtuelle Identität?* *Forum Medienehtik* 2: 65-75.

Dufaux, S. (2011): *RITA Report. Defining Social Networks in Switzerland*. www.tinyurl.com/7em5bod, Zugriff 28.9.2011.

Ebersbach, A. (2008): *Social Web*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

Ellison, N.B./Steinfeld, C./Lampe, C. (2007): *The benefits of Facebook «friends»: Social capital and college students' use of online social network sites*. www.tinyurl.com/ypp7c5, Zugriff 22.09.2011.

Fox Interactive Media Inc. (2007): *Never Ending Friending*. www.tinyurl.com/2pbl95, Zugriff 02.10.2011.

Granovetter, M.S. (1973): *The Strength of Weak Ties*. *American Journal of Sociology* 78: 1360-1380.

Gräf, L. (1997): *Locker verknüpft im Cyberspace – Einige Thesen zur Änderung sozialer Netzwerke durch die Nutzung des Internet*. S.99-124 in: Lorenz Gräf (Hrsg.), *Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk*. Frankfurt am Main: Campus.

Heintz, B. (2000): *Gemeinschaft ohne Nähe? Virtuelle Gruppen und reale Netze*. S. 188-218 in: Udo Thiedeke (Hrsg.), *Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen*. Wiesbaden: VS Verlag.

Hippner, H. (2006): *Bedeutung, Anwendungen und Einsatzpotenziale von Social Software*. *HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik* 43 (252):6-16.

Keupp, H./Röhrle, B. (1987): *Soziale Netzwerke*. Frankfurt, New York: Campus.

Keupp, H. (1987): *Soziale Netzwerke – eine Methapher des gesellschaftlichen Umbruchs?* S. 11-53 in: Heiner Keupp/Bernd Röhrle (Hrsg.), *Soziale Netzwerke*. Frankfurt, New York: Campus.

Koch, M./Richter, A./Schlosser, A. (2007): *Produkte zum IT-gestützten Social Networking in Unternehmen*. *Wirtschaftsinformatik* 49(6): 448-455.

Leskovec, J./Horvitz, E. (2007): *Planetary-Scale Views on a Large Instant-Messaging Network*. www.tinyurl.com/75qwg5r, Zugriff 08.11.2011.

Marr, M. (2004): *Wer hat Angst vor der digitalen Spaltung? Zur Haltbarkeit des Bedrohungsszenarios*. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 1: 76-95.

Milgram, S./Travers, J. (1969): *An Experimental Study of the Small World Problem*. *Sociometry* 32(4): 425-443.

Mörl, C./Gross, M. (2008): *Soziale Netzwerke im Internet*. Boizenburg: Werner Hülsbusch.

O'Murchu, I./Breslin, J.G./Decker, Stefan (2004): *Online Social and Business Networking Communities*. *DERI Technical Report 2004-08-11*. www.tinyurl.com/78n533f, Zugriff 06.10.2011.

O'Reilly, T. (2005): *What is Web 2.0 – Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. www.tinyurl.com/nx36fj, Zugriff 28.09.2011.

Orth, D. (2010): *«Facebookless» Mein Monat ohne Facebook*. Zürich: Rod Kommunikation AG.

Pichler, C. (2005): *Social Networks – Jeder kennt jeden über sechs Ecken*. *Boom* 11: 12-13.

Piotrowski, K. (2006): *Online: Offline – Soziale Netzwerke von Jugendlichen*. S.

51-63 in: Angela Tillmann/Ralf Vollbrecht (Hrsg.), *Abenteuer Cyberspace. Jugendliche in virtuellen Welten*. Frankfurt am Main: Lang.

Rheingold, H. (1992): *Virtuelle Welten. Reisen im Cyberspace*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Richter, A./Koch, M. (2008): *Funktionen von Social-Networking-Diensten*. www.tinyurl.com/c3r94va, Zugriff 06.10.2011.

Schmidt, J. (2006): *Social Software: Onlinegestütztes Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement*. *Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen* 2: 37-46.

Szgat, M./Gewehr, J. E./Lochmann, C. (2006): *Social Software – Blogs, Wikis & Co*. Paderborn: entwicklerpress.

Endnoten

- 1 Keupp 1987: 7.
- 2 Diewald 1991: 61.
- 3 Keupp 1987: 15.
- 4 Vgl. Granovetter 1973.
- 5 Döring 2003: 410.
- 6 Vgl. Gräf 1997.
- 7 Döring 2003: 410.
- 8 Vgl. Döring 2003.
- 9 Vgl. Granovetter 1973.
- 10 Vgl. Milgram 1967; Döring 2003; Leskovec et al. 2007.
- 11 Vgl. O'Reilly 2005.
- 12 Vgl.ebd.
- 13 Open Source ist die Bezeichnung für Software, deren Quellcode offen für Veränderungen ist. Open-Source-Anwendungen sind oft kostenlos nutzbar, dürfen meistens verändert und weiterverteilt werden. Teil der Nutzungsbedingungen ist oft, dass eigene Weiterentwicklungen wieder der Community zur Verfügung gestellt werden müssen.
- 14 Vgl. Ebersbach 2008.
- 15 Vgl. Alby 2007.
- 16 Vgl. Döring 2000.
- 17 Twitter wird von deren Gründern explizit nicht als Social Network bezeichnet. Bei Twitter wird auf den sozialen Druck, jemanden «befreunden» zu müssen verzichtet.
- 18 Schmidt 2006: 37.
- 19 O'Murchu et al. 2004: 2.
- 20 Vgl. Boyd 2007.
- 21 Vgl. Pichler 2005.
- 22 Vgl. Hippner 2006.
- 23 O'Murchu et al. 2004: 2.
- 24 Six Degrees of Separation wird als Synonym zum Small World Phänomen verwendet. Beide Begriffe beschreiben das Phänomen, dass die gesamte Weltbevölkerung im Durchschnitt durch etwa sechs Zwischenschritte miteinander verbunden ist. Das bekannteste Experiment zum Thema hat der Psychologe Stanley Milgram 1967 durchgeführt.
- 25 Vgl. Boyd et al. 2007.
- 26 Vgl. Dufaux 2011.
- 27 Vgl. Chafkin 2007.
- 28 Vgl.ebd.
- 29 Vgl. Boyd 2007.
- 30 Vgl. Dufaux 2011.
- 31 Vgl. Koch et al. 2007.
- 32 Heintz 2000: 208.
- 33 Rheingold 1992: 99.
- 34 Vgl. Mörl et al. 2008.
- 35 Vgl. Fox Interactive Media Inc 2007.
- 36 Vgl. Ellison et al. 2007.
- 37 Vgl. Piotrowski 2006.
- 38 Vgl. Bauer 2009.
- 39 Vgl.ebd.
- 40 Vgl. Bourdieu 1983.
- 41 Vgl. Ellison et al. 2007.
- 42 Vgl.ebd.
- 43 Vgl. Boase et al. 2006.
- 44 Vgl. Richter et al. 2008.
- 45 Vgl. Fox Interactive Media Inc 2007.
- 46 Vgl. Döring 2000.
- 47 Vgl. Richter et al. 2008.
- 48 Vgl.ebd.
- 49 Vgl. Döring 2000.
- 50 Vgl.ebd.
- 51 Donath et al. 2004: 76.
- 52 Vgl. Marr 2004.
- 53 www.einclusion.ch
- 54 Richter et al. 2008: 8.
- 55 Vgl. Orth 2010.
- 56 www.en.wikipedia.org/wiki/Google+, Zugriff 03.10.2011.
- 57 www.en.wikipedia.org/wiki/Facebook, Zugriff 03.10.2011.
- 58 Vgl. Dufaux 2011.
- 59 www.en.wikipedia.org/wiki/XING, Zugriff 03.10.2011.
- 60 Vgl. Dufaux 2011.