Zeitschrift: Zeitlupe : für Menschen mit Lebenserfahrung
Herausgeber: Pro Senectute Schweiz
Band: 95 (2017)
Heft: 5

Artikel: Was ist eigentlich : was heisst "Posten"?
Autor: Döbeli Honegger, Beat
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1078508

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: 13.12.2025

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

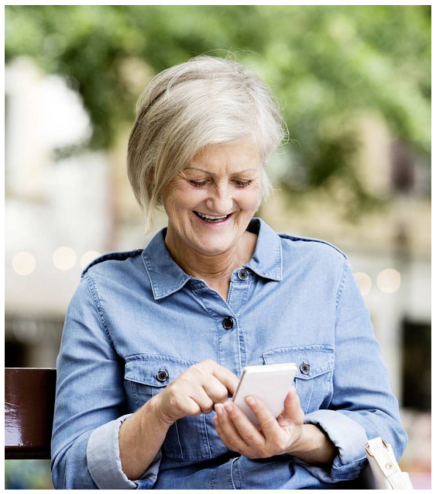
Was heisst «posten»?

Im Internet wird schon lange nicht mehr nur konsumiert. Via soziale Medien können sich alle sofort der ganzen Welt mitteilen oder Interessen und Freundschaften pflegen.

Wenn Regula sagt: «Heute habe ich viel zu posten!», geht es nicht ums Einkaufen. Regula betreut auf Facebook eine Wandergruppe und postet dort Fotos des letzten Ausflugs sowie drei neue Wandervorschläge, sodass alle Gruppenmitglieder sie sehen können.

Als «posten» wird das Veröffentlichen von Nachrichten – Bilder, Texte, Töne und Videos – auf dem Internet bezeichnet. Wer nicht selbst eine Website oder einen Weblog (Web-Tagebuch, in das man Beiträge aller Art hineinschreiben kann) betreibt, postet meist auf einem der grossen sozialen Netzwerke wie Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn und Instagram oder aber auf einer kleineren thematischen Plattform wie seniorweb.ch oder der Begegnungsplattform der Zeitlupe.

Obwohl sich soziale Netzwerke in den Möglichkeiten und Ausrichtungen unterscheiden, lassen sich alle als eine Mischung aus Stammtisch und einer Ansammlung von Anschlagbrettern verstehen. Ein soziales Netzwerk besteht grundsätzlich aus einer grossen Menge von Nachrichten, die von den Mitgliedern des Netzwerks verfasst werden. Damit einzelne Nachrichten in der riesigen Flut überhaupt gefunden werden können, lassen sie sich an bestimmte Mitglieder oder Gruppen adressieren und mit Schlagworten versehen, sogenannten Hashtags (gekennzeichnet durch das «Hash» genannte Zeichen #). Dabei können die Absender oft auch festlegen, ob alle oder nur bestimmte Mitglieder oder Gruppen eine Nachricht lesen dürfen.



Auch die Empfänger können angeben, für wen oder was sie sich interessieren. Bei der Auswahl von Themen, Gruppen und anderen Mitgliedern wird dies als «abonnieren» oder «folgen» (follow) bezeichnet. Findet man eine einzelne Nachricht bemerkenswert, so «liked» man sie oder leitet sie an andere weiter, indem man sie «teilt» (share).

Schliesslich wählt auch die Plattform aus: Wegen der grossen Menge ist es nicht möglich, alle infrage kommenden Mitteilungen anzuzeigen. Darum rechnet die Plattform aufgrund der Berechtigungen und Interessebekundungen aus, welche Nachrichten einem Mitglied in welcher Reihenfolge angezeigt werden.

Diese unumgängliche Auswahl sorgt oft für Diskussionen. Untersuchungen zeigen, dass die angezeigten Nachrichten die Stimmung und das Wahlverhalten von Menschen unbemerkt beeinflussen können. Die Plattformen nutzen ihr detailliertes Wissen über ihre Mitglieder auch ganz offen zum Verkauf zielgruppenspezifischer Werbeplätze – so erscheinen bei Regulas Wandergruppe auffallend oft Anzeigen für Wanderschuhe und -stöcke.

Unterdessen ist Regulas Facebookgruppe gewachsen. Die Berichte und Fotos der Gruppenmitglieder, die auch ihren Freunden und Arbeitskolleginnen auf Facebook angezeigt wurden, haben diese neugierig gemacht. Auch zwei ehemalige Wanderfreunde sind beigetreten: Sie können zwar aus gesundheitlichen Gründen nicht mehr wandern, wollen die entstandenen Freundschaften aber weiter pflegen. Nur etwas postet auch Regula noch ganz traditionell: den Proviant für die nächste Wanderung. ❋

Dieser Digitalratgeber erscheint in Zusammenarbeit mit der Pädagogischen Hochschule Schwyz.

● **Beat Döbeli Honegger** ist Professor am Institut für Medien und Schule an der Pädagogischen Hochschule Schwyz.

© Keystone, Micha Eicher