

**Anja Ebersbach
Markus Glaser, Richard Heigl**

Social Web

3., überarbeitete Auflage

**UVK Verlagsgesellschaft GmbH • Konstanz
mit UVK/Lucius • München**

Inhalt

Vorwort	9	
1	Einleitung	11
1.1	Perspektiven für eine wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Social Web	11
1.2	Geschichte des Internets als sozialer Treffpunkt	12
1.2.1	Vernetzte Computer als Kommunikationsmedien	13
1.2.2	Die ersten selbstverwalteten Computernetze	16
1.2.3	Kommerzialisierung und Professionalisierung	18
1.2.4	Web 2.0 – die Aneignung des Netzes	21
1.3	Begriffsklärung und Abgrenzung	24
1.3.1	Social Web und Web 2.0	24
1.3.2	Definition »Social Web«	30
2	Praxis des Social Webs	35
2.1	Einteilungskriterien	35
2.2	Wikis	37
2.2.1	Geschichte	39
2.2.2	öffentliche Wikis	42
2.2.3	Funktionsweise	43
2.2.4	Komponenten	48
2.2.5	Anwendungsgebiete	49
2.2.6	DerWiki-Effekt	50
2.2.7	Ein kleiner Kulturschock	54
2.2.8	Schattenseiten	55
2.2.9	Ein eigenes Wiki erstellen	58
2.3	Blogs	60
2.3.1	Geschichte	62
2.3.2	Einteilungskriterien	64
2.3.3	Beliebte Blogs	65
2.3.4	Funktionsweise	66
2.3.5	Komponenten eines Blogs	67
2.3.6	»Wie ich blogge!?!«	70
2.3.7	Die Blogosphäre	72
2.3.8	Zwischen Tagebuch und Graswurzel-Journalismus	74

2.3.9	Podcast	76
2.3.10	Schattenseiten	79
2.3.11	Einen eigenen Blog betreiben	80
2.4	Microblogs	82
2.4.1	Die Erfolgsgeschichte von Twitter	84
2.4.2	Twitterfunktionen	86
2.4.3	Twitter-Lingo	88
2.4.4	Wer twittert was?	89
2.4.5	Werkzeuge für Twitter	91
2.4.6	Ein eigenes Microblogssystem betreiben	93
2.5	Social Networks	94
2.5.1	Soziale Netzwerkforschung	96
2.5.2	Prominente Beispiele	98
2.5.3	Eigenschaften und Unterschiede	101
2.5.4	Mehr-Ebenen-Networking	109
2.5.5	Facebook – ein exemplarischer Sonderfall	110
2.5.6	Schattenseiten	113
2.5.7	Messaging	115
2.5.8	Ein eigenes Netzwerk erstellen	116
2.6	Social Sharing	118
2.6.1	Funktionsweise	120
2.6.2	Social Bookmarking	128
2.6.3	Mediale Inhalte	131
2.6.4	Produktbewertung	137
2.6.5	Eine eigene Sharing-Plattform?	139
2.7	Weitere Konzepte des Social Webs	141
2.7.1	Tagging	141
2.7.2	Newsfeeds	148
2.7.3	Mashups	152
2.7.4	Funktionen, die die Community unterstützen	156
2.8	Die Technik des Social Webs	160
2.8.1	Grundlagen der Web-Anwendung	160
2.8.2	Benutzerfreundlichkeit durch Scripts und Ajax	162
2.8.3	Viele neue Schnittstellen	171
2.8.4	Verwendete Sprachen	178
2.8.5	Mikrodata	182

3	Theorie des Social Webs	185
3.1	Gruppenprozesse	185
3.1.1	Computervermittelte Kommunikation	185
3.1.2	Medienwahl	188
3.1.3	Online-Communitys	191
3.1.4	Das Individuum in der Gruppe	203
3.1.5	Dynamik der Kooperation	210
3.1.6	Kollektive Intelligenz	214
3.1.7	Das ewige Beta	215
3.1.8	Web Monitoring	221
3.1.9	Wie starte ich meine eigene Community?	224
3.2	Gesellschaftliche Bedeutung	227
3.2.1	Was zieht das Individuum ins Social Web?	227
3.2.2	Die Gesellschaft im Ringen mit den neuen Medien und mit sich selbst	238
3.2.3	Neue Geschäfts- und Finanzierungsmodelle	253
3.2.4	Eine webgerechte Rechtsordnung	260
3.2.5	Sicherung freien Wissens	267
3.2.6	Schutz persönlicher Daten	269
4	Ausblick	283
4.1	Herausforderungen der Technik	283
4.2	Gesellschaftliche Herausforderungen	286
4.3	Anforderungen	288
	Anhang	293
	Glossar	293
	Literatur & Links	305
	Besprochene Websites	305
	Sekundärliteratur	311
	Bildnachweis	328
	Index	331