

Martin Szugat,
Jan Erik Gewehr,
Cordula Lochmann

Social Software

schnell + kompakt

entwickler.press

Martin Szugat, Jan Erik Gewehr, Cordula Lochmann
Social Software
schnell + kompakt
ISBN 3-939084-05-0

© 2006 entwickler.press,
ein Imprint der Software & Support Verlag GmbH

<http://www.entwickler-press.de/>
<http://www.software-support.biz/>

Ihr Kontakt zum Verlag und Lektorat: lektorat@entwickler-press.de

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de/> abrufbar.

Korrektorat: Petra Kienle
Satz: text & form GbR, Carsten Kienle
Umschlaggestaltung: Melanie Hahn
Belichtung, Druck und Bindung: M.P. Media-Print Informations-
technologie GmbH, Paderborn.
Alle Rechte, auch für Übersetzungen, sind vorbehalten. Reproduktion jeglicher Art (Fotokopie, Nachdruck, Mikrofilm, Erfassung auf elektronischen Datenträgern oder andere Verfahren) nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags. Jegliche Haftung für die Richtigkeit des gesamten Werks kann, trotz sorgfältiger Prüfung durch Autor und Verlag, nicht übernommen werden. Die im Buch genannten Produkte, Warenzeichen und Firmennamen sind in der Regel durch deren Inhaber geschützt.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| Gegen den Trend | 9 |
| Kapitel 1: Der Faktor Mensch | 13 |
| 1.1 Social Software vs. Web 2.0 | 14 |
| 1.2 Menschen statt Features | 16 |
| Kapitel 2: Du bist der Sender – Blogs | 19 |
| 2.1 Mehr als nur Tagebücher | 20 |
| Pionierleistung | 20 |
| Graswurzeln | 21 |
| Entwicklungsland Europa | 23 |
| Definitionssache | 24 |
| Kleine Typenkunde | 25 |
| 2.2 Der erste Blog | 27 |
| Drei Schritte | 27 |
| Selbst gemacht | 28 |
| 2.3 Aufmerksamkeitsökonomie | 29 |
| Tagelöhner | 29 |
| Selbstvermarktung | 30 |
| Zehn Regeln für das Blog-Publishing | 31 |
| Drei Regeln für Blog-Relations | 33 |
| 2.4 Der Berg kommt zum Propheten | 34 |
| Informationsfluss | 34 |
| Vereinigung | 35 |
| Blick in den Strom | 36 |
| 2.5 Ganz legal | 37 |
| Eine Frage des Vertrauens | 37 |
| Offenbarung | 39 |
| 2.6 Neue Medien | 39 |
| Piratensender | 40 |
| Elf Sekunden zum Ruhm | 40 |
| Heimvideos | 42 |

| | |
|--|-----------|
| Kapitel 3: Schnell, schnell – Wikis | 45 |
| 3.1 Wikidemie | 47 |
| Am Anfang war das WikiWikiWeb | 47 |
| Dann kamen die Wikis | 48 |
| Und schließlich die Wikipedia | 49 |
| 3.2 Mitarbeiter gesucht | 50 |
| Im Sandkasten | 50 |
| Für Fortgeschrittene | 51 |
| Für Gipfelstürmer | 52 |
| 3.3 Im Land der Klone | 52 |
| Aus eins mach viele | 53 |
| Wiki-Software | 54 |
| Wiki-Farmen | 54 |
| 3.4 Mehr als nur eine Enzyklopädie | 55 |
| Selbstorganisation | 56 |
| Koordination | 56 |
| Aggregation | 57 |
| 3.5 Kopierrecht | 58 |
| Zwei Paar Stiefel | 58 |
| Von Free Software zu Free Content | 58 |
| Lizenzdschungel | 59 |
| Denn sie wissen nicht, was sie tun | 60 |
| 3.6 Nichts als die Wahrheit | 61 |
| Der Neutralität verpflichtet | 61 |
| Kein Anschluss unter dieser Nummer | 62 |
| Totgesagte leben länger | 63 |
| Sozialer Fehltritt | 64 |
| Das ist doch trivial | 64 |
| 3.7 Zukunftsaussichten | 65 |
| Von der Hand in den Mund | 65 |
| Kommerzialisierung | 66 |

| | |
|--|-----------|
| Kapitel 4: Teile und finde – Social Apps | 69 |
| 4.1 Gesellige Lesezeichen | 70 |
| Den Anfang macht del.icio.us | 70 |
| Hallo Herr Nachbar | 72 |
| Ab ins Archiv | 72 |
| Im Dienst der Wissenschaft | 73 |
| 4.2 Bedeutung und Missverständnis | 74 |
| Feste Hierarchien | 74 |
| Das Semantische Netz | 75 |
| Vermehrte Wolkenbildung | 76 |
| 4.3 Viele Augen sehen mehr als zwei | 77 |
| Soziale Suche | 77 |
| Frage-Antwort-Spiel | 78 |
| Klatsch und Tratsch | 79 |
| 4.4 Exhibitionismus mal anders | 80 |
| Mehr als tausend Worte | 80 |
| Da ist Musik drin | 81 |
| 4.5 Der gläserne Anwender | 82 |
| Kapitel 5: Das Netz der Netze – Social Networks | 85 |
| 5.1 Freundeskreise | 86 |
| Kleine Welten | 86 |
| Friendster und Kollegen | 87 |
| Formate für Freunde | 88 |
| 5.2 Big Business | 89 |
| Nur auf Empfehlung | 89 |
| Der offene Club | 90 |
| 5.3 Einflussreich | 92 |
| Bewerten und bewertet werden | 92 |
| Mundpropaganda | 93 |
| 5.4 Vor Ort | 94 |
| Hallo, hier bin ich | 95 |
| Seht euch das an | 96 |

| | | |
|-----|-------------------------------|------------|
| 5.5 | Fortschritt durch Remix | 97 |
| | Recycling ist in | 98 |
| | Anwendungen vom Fließband | 99 |
| 5.6 | Rundumversorgung | 100 |
| | Generation MySpace | 100 |
| | Die Großen ziehen nach | 102 |
| 5.7 | Licht und Schatten | 103 |
| | Falsche Aufmerksamkeit | 103 |
| | Stalker nicht nur vor der Tür | 104 |
| | Kapitel 6: Status quo | 107 |
| 6.1 | Gesprächsstoff | 107 |
| 6.2 | Keep it simple | 109 |
| 6.3 | Die kluge Masse | 109 |
| 6.4 | Goldgräber | 111 |
| | Stichwortverzeichnis | 113 |

Gegen den Trend

| | |
|----------------------------|----|
| Zielsetzung und Zielgruppe | 10 |
| Weblinks und Website | 11 |

Um dieses Buch zu lesen, benötigen Sie nur wenige Stunden. Angenommen, es sind fünf Stunden. Dann hat sich die Zahl der Blogs in dieser Zeit um 18.000 erhöht. In Flickr, der globalen Foto-Community, sind rund 100.000 Bilder hinzugekommen. Und das Business-Netzwerk openBC hat mehr als 1.000 Mitglieder hinzugewonnen. Ob Blogs, Flickr oder openBC, eines haben sie gemeinsam: Sie sind eine Form von *sozialer Software* – „Social Software“ genannt.

Der Begriff „Social Software“ ist bislang noch relativ unbekannt. Glaubt man Google Trends (siehe Abbildung 0.1), dann suchen nur wenige nach diesem Begriff. Doch die Trendanalyse zeigt auch, dass sich die Leute im Netz, zu denen Sie sicherlich gehören, sehr wohl für Social Software interessieren, und zwar vor allem für die neuen Formen von Websites, namentlich Blogs und Wikis.

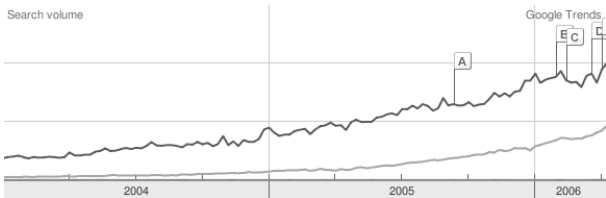


Abb. 0.1: Google-Trends-Analyse (<http://www.google.com/trends>) für die Begriffe „Social Software“ (Nulllinie), „Wiki“ (mittlere Linie) und „Blog“ (obere Linie); Stand Mai 2006; Copyright Google 2006

Zielsetzung und Zielgruppe

Ziel dieses Buchs ist es, Ihnen Social Software in kompakter Form und durch viele Beispiele nahe zu bringen. Es geht dabei aber nicht um eine erschöpfende Auflistung aller bekannten Spielarten von Social Software.

Vielmehr ist unser Anliegen und Anspruch, das Phänomen der Social Software in all seiner Vielfalt darzustellen. Dazu gehört vor allem, dass das Buch verschiedene Sichtweisen auf das Thema einnimmt, um verschiedene Aspekte von Social Software näher zu beleuchten. Hierzu gehören sowohl technische als auch wirtschaftliche, gesellschaftliche und rechtliche Betrachtungen.

Das Buch ist also nicht für ausschließlich technisch interessierte Leser geschrieben. Es spricht gleichermaßen jene Leser an, die mit dem technischen Fortschritt Schritt halten möchten, aber eventuell eine kritische Haltung gegenüber neuen Technologien einnehmen und die an den sozialen und wirtschaftlichen Folgen technischer Erneuerungen interessiert sind.

Ein wenig technisches Verständnis ist dabei zwar hilfreich, aber für die Lektüre des Buchs nicht zwingend erforderlich. Social Software ist, was die Technik anbelangt, simpel, kann aber wie

überall dort, wo Menschen involviert sind, hoch komplex und damit überaus interessant werden.

Weblinks und Website

Um Ihnen das Auffinden der Angebote zu erleichtern und die Arbeit zu ersparen, ellenlange Internetadressen aus dem Buch in Ihren Browser einzutippen, haben wir unter der Adresse *http://sosokompakt.de* eine Website¹ mit Links zu sämtlichen im Buch erwähnten Webseiten bereitgestellt. Die in Abbildung 0.2 gezeigte Website funktioniert nach dem Prinzip vieler Social-Bookmarking-Anwendungen, von denen ausführlich in Kapitel 4 die Rede sein wird.

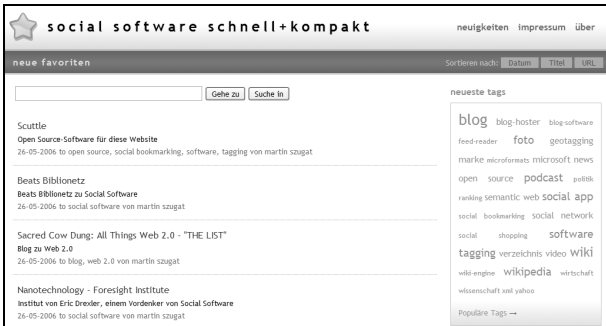


Abb. 0.2: Die Website zum Buch

Sämtliche Links besitzen eine Beschreibung und sind einer Reihe von Kategorien (so genannten *Tags*) zugeordnet, über die sich beispielsweise sämtliche Links zum Thema Blogs durchsuchen

1. Die Website basiert übrigens auf der Social Software Scuttle, die unter *http://scuttle.org* kostenlos zur Verfügung gestellt wird.

lassen. Eine spezielle Webseite lässt sich am Einfachsten durch Eingabe eines passenden Suchbegriffs in das obere Eingabefeld auffinden. Um zum Beispiel zur Foto-Community Flickr zu gelangen, geben Sie den Begriff „Flickr“ ein und drücken Sie auf GEHE ZU. Möchten Sie dagegen alle Webseiten wissen, die nur mit Flickr zu tun haben, klicken Sie auf SUCHE IN.

Doch nun wünschen wir Ihnen erst einmal viel Spaß beim Lesen!

Der Faktor Mensch

| | | |
|-----|-----------------------------|----|
| 1.1 | Social Software vs. Web 2.0 | 14 |
| 1.2 | Menschen statt Features | 16 |

Auf der Suche nach den Anfängen von Social Software werden erstaunliche Vergleiche angestellt. So wird Martin Luther mit der Verkündigung seiner 95 Thesen als ein Vorläufer der Social-Software-Bewegung angesehen. Auch wenn er mit seinem Vorgehen eine Diskussion in der „Community“ der katholischen Kirche in Gang bringen wollte, ist es doch sehr weit hergeholt, ihn mit einer neuen Gattung von Software in Verbindung zu bringen. Denn der Begriff „Social Software“ ist in seiner jetzigen Bedeutung gerade einmal vier Jahre alt.

Er fasst diejenigen Webanwendungen zusammen, die dazu dienen, die Kommunikation innerhalb menschlicher Netzwerke zu unterstützen. Man könnte einwenden, dass es derartige Applikationen schon viel länger als vier Jahre gibt. Das ist richtig. Frühe Formen von Social Software, zum Beispiel Instant Messaging oder Peer-to-Peer-Netze (P2P), sind nicht erst in diesem Jahrhundert erfunden worden.

Doch der Schwerpunkt ist bei Social Software ein anderer. Social Software unterstützt Many-to-many-relationships, also Beziehungen, wie sie innerhalb von Gruppen bestehen. Dabei steht

der Mensch im Mittelpunkt und nicht der in ein Netzwerk eingebundene Rechner, wie es beispielsweise bei P2P der Fall ist.

Damit Social Software entstehen konnte, mussten zwei Voraussetzungen gegeben sein:

1. die Bereitschaft der Nutzer, selbst Inhalte für das Web zu schaffen, den so genannten *user generated content*
2. die Bereitschaft der Nutzer, ihre Anonymität im Netz teilweise oder ganz aufzugeben

Erst dann konnten die Social-Software-Anwendungen ihren Siegeszug antreten, auf dem sie sich derzeit befinden.

1.1 Social Software vs. Web 2.0

Social Software wird häufig in einem Atemzug mit Web 2.0 genannt. Oft werden die beiden für Synonyme gehalten, doch das sind sie nicht. Vielmehr ist Social Software eine Untermenge von Web 2.0.

Doch mit „Web 2.0“ haben wir nur einen weiteren relativ unklaren Begriff ins Spiel gebracht, der noch unachtsamer gebraucht wird als „Social Software“.

Böse Zungen behaupten, dass Web 2.0 die Kunst ist, den Nutzern ihre selbst geschaffenen Inhalte mit Werbung versehen wieder vorzusetzen, um dann an der Werbung zu verdienen. Sicherlich spielen Anzeigen für die Business-Modelle von Web 2.0 eine wichtige Rolle, doch für eine Beschreibung des Phänomens reicht dieser Aspekt nicht aus.

Entstanden ist der Begriff vor zwei Jahren bei der Planung einer Veranstaltung. Dale Dougherty, Vice President von O'Reilly Media, und Graig Cline von MediaLive bereiteten 2004 eine Konferenz zu Internetthemen vor und prägten im Zuge der Planung

den Begriff „Web 2.0“. Ihre Konferenz, die im Oktober 2004 zum ersten Mal stattfand, nannten sie genauso: Web 2.0 Conference¹.

Die Veranstaltung wurde ein großer Erfolg und viele Teilnehmer äußerten im Nachhinein, dass ihnen auf der Konferenz klar geworden sei, dass sich das WWW an einem Wendepunkt befände. Deshalb hielten sie an dem Begriff „Web 2.0“ fest.

Nachdem Web 2.0 ein Jahr lang in unterschiedlichsten Zusammenhängen verwendet wurde und Gefahr lief, durch die Marketingabteilungen vieler Softwarekonzerne verwässert zu werden, schrieb Tim O'Reilly, Gründer und CEO von O'Reilly Media, den Artikel „What Is Web 2.0“², der als die wichtigste Beschreibung von Web 2.0 gilt.

O'Reilly sieht im Platzen der Dotcom-Blase einen Wendepunkt für das Web. Diejenigen Firmen, welche die Krise überstanden hatten, haben Gemeinsamkeiten, die es rechtfertigen, von Web 2.0 zu sprechen. Dabei versteht er Web 2.0 als Plattform mit folgenden Eigenschaften:

- Services statt Software im Paket: Web-2.0-Anwendungen sind von einzelnen Geräten und Betriebssystemen unabhängig und können kosteneffizient skaliert werden.
- Mischbare Datenquellen und Datentransformationen: Nicht die Anwendungen sind das Wertvolle, sondern die Daten, die sie aggregieren. Diese müssen so gut zugänglich sein, dass sie mit anderen Quellen kombiniert werden können.
- Eine Architektur der Beteiligung: Aus Nutzern werden Entwickler, Betreiber von Websites oder Autoren. Nutzer liefern ihre Daten nicht ab, indem sie ein Formular ausfüllen, sondern indem sie online aktiv sind. Die Webanwendungen speichern die Ergebnisse dieser Aktivitäten dauerhaft.

1. <http://www.web2con.com>

2. <http://www.oreillynet.com/lpt/a/6228>

Um zu verdeutlichen, worin der Unterschied zum alten Web besteht, nennt O'Reilly eine Reihe von Beispielen. Hier ein Auszug:

| Web 1.0 | Web 2.0 |
|----------------------------|-------------------|
| Private Webseiten | Blogs |
| Content-Management-Systeme | Wikis |
| Verzeichnisse (Taxonomy) | Tags (Folksonomy) |

1.2 Menschen statt Features

Genau wie bei Web 2.0 gilt bei Social Software: Fragen Sie zehn Experten, was Social Software ist, und Sie erhalten mindestens zehn unterschiedliche Antworten.

Doch auch im Fall von Social Software gibt es eine Quelle, auf die immer wieder verwiesen wird. Auf seiner Website „Life with Alacrity“ veröffentlichte Christopher Allen im Oktober 2004 den Eintrag „Tracing the Evolution of Social Software“¹, in dem er unter Social Software diejenigen Anwendungen zusammenfasst, welche die Interaktion innerhalb von Gruppen unterstützen.

In seinem Artikel beschäftigt er sich ausführlich mit den Vorläufern der Social Software, die er bis in das Jahr 1945 zurückverfolgt. Er identifiziert Groupware als den direkten Vorgänger von Social Software, da sie ebenfalls dazu dient, Gruppen zu unterstützen.

Neu an Social Software gegenüber Groupware sind neben der Fokussierung auf das WWW die Möglichkeiten, Informationen zu bewerten und aufgrund der Bewertung zu filtern.

1. http://www.lifewithalacrity.com/2004/10/tracing_the_evo.html

Diese Erkenntnis wurde bereits in den Neunzigern gewonnen, doch war das Phänomen der Social Software bis 2002 nur einer kleinen Gruppe von Forschern um K. Eric Drexler, dem Gründer des Foresight Instituts¹, bekannt.

Erst Clay Shirky², Dozent für Neue Medien an der New York University, machte den Begriff 2002 einem breiteren Publikum bekannt, als er das Social Software Summit organisierte. Er lieferte auch die ersten Definitionen von Social Software: „Social software treats triads of people differently than pairs.“ (Social Software behandelt Triaden von Menschen anders als Paare.)

Eine weitere Definition lautet: „Social software treats groups as first-class objects of the system.“ (Social Software behandelt Gruppen als die primären Objekte des Systems.)

Inzwischen favorisiert Shirky die einfache Beschreibung, dass Social Software die Interaktion von Gruppen unterstützt. Zu Gruppen zählt er nicht nur die Online-Communities, sondern ausdrücklich auch Offline-Gruppen.

Wir werden uns in diesem Buch auf die Software für Online-Communities beschränken, nicht weil wir Shirkys Definition widersprechen wollen, sondern weil die Einbeziehung der Offline-Communities den Rahmen sprengen würde.

Eine Vorschau auf die Themen dieses Buchs liefert die Mindmap in Abbildung 1.1. Als Vorlage diente die Seite zur Social Software der Website Beats Bibliothek³.

1. <http://www.foresight.org>

2. <http://www.shirky.com>

3. <http://beat.doebe.li/bibliothek/w01734.html>

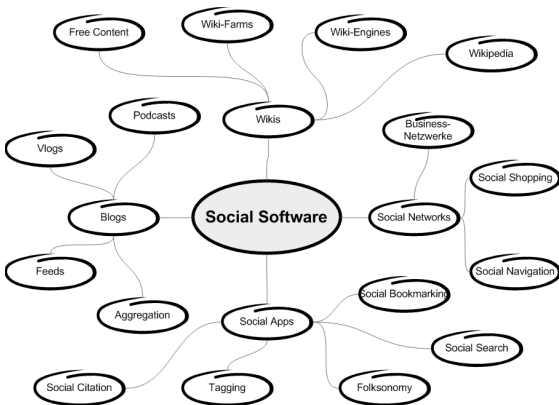


Abb. 1.1: Mindmap zum Thema Social Software

Neben dem Begriff „Social Software“ tauchen immer häufiger die Begriffe „Social Computing“ und „Social Applications“ auf. Mit „Social Computing“ ist die Beschäftigung mit Social Software gemeint. Microsoft¹ und IBM² unterhalten sogar jeweils eine eigene Social-Computing-Forschungsgruppe. Oftmals wird der Begriff synonym zu Social Software gebraucht. Wir verwenden in diesem Buch jedoch nur den Begriff „Social Software“.

Der Begriff „Social Application“ oder „Social App“ wird ebenfalls synonym zu „Social Software“ gebraucht, tritt aber vor allem in Zusammenhang mit einer besonderen Klasse von Social Software auf, die in Kapitel 4 und Kapitel 5 beschrieben wird. Wir verwenden den Begriff „Social App“ ausschließlich für diese spezielle Form von Social Software.

1. <http://research.microsoft.com/scg/>

2. <http://www.research.ibm.com/SocialComputing/>