



Soziale Medien: Eine kurze Geschichte

Entwicklung, Funktionsweise und Auswirkungen sozialer Netzwerke im Überblick.

Die Ursprünge des Internets

1

Kalter Krieg

Das Internet entstand als dezentrale Kommunikationsinfrastruktur. Es sollte gegen den Ausfall einzelner Knoten resistent sein.

2

IP-Adressen

Computer im Internet erreichen sich über IP-Adressen. Diese bestehen aus zwölf Zahlen zu vier Dreiergruppen.

3

Erweiterung

Mit zunehmender Popularität wurden IP-Adressen knapp. Mittlerweile gibt es erweiterte Adressformate.





Vom Text zum Bewegtbild

1

Textlastiges Medium

Das frühe Internet war stark textlastig. Bilder waren kleinformatig und selten.

2

Multimediale Inhalte

Später kamen Bewegtbilder hinzu. Die Bandbreite ermöglichte reichhaltigere Inhalte.

3

Smartphone-Revolution

Mit dem ersten iPhone begann die Smartphone-Ära. Dies war ein wesentlicher Entwicklungsschritt.

Web 1.0 vs. Web 2.0

Web 1.0

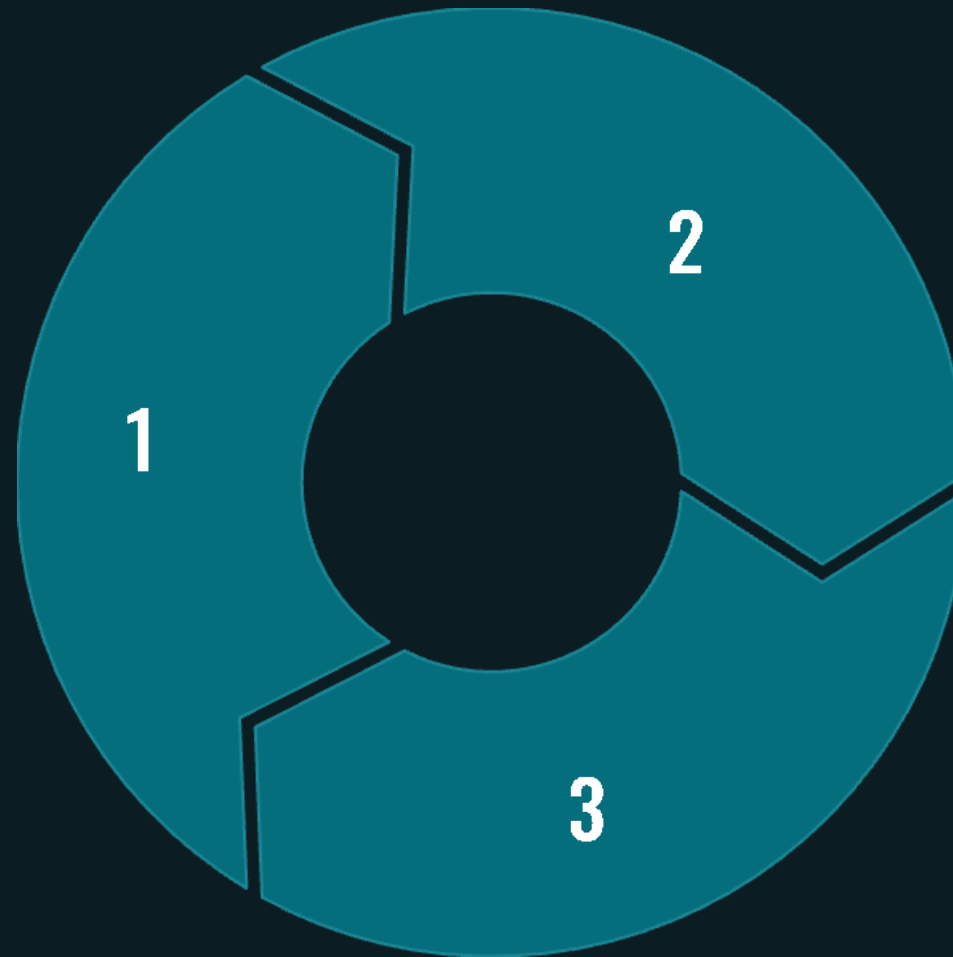
One-Way-Informationsübertragung: Nutzer tippen etwas im Browser ein. Sie lesen Informationen passiv.

Web 2.0

Dialog und Interaktion: Nutzer beteiligen sich direkt an Inhalten. Sie kommentieren und diskutieren in Foren.

Kommunikationswandel in elektronischen Medien

Vor dem Internet
Hauptsächlich One-to-Many
Kommunikation möglich.



Mit dem Internet

Jeder kann mit jedem
kommunizieren.

Soziale Medien

Viele-zu-viele-Kommunikation wird
Alltag.

Personalisierung in sozialen Medien

Nachrichtenswertfaktoren

Im Journalismus bestimmen diese die Relevanz einer Nachricht.

Persönliche Relevanz

Informationen sind besonders relevant, wenn sie personalisiert sind.

Soziale Relevanz

Themen, über die Freunde sprechen, sind für uns vermutlich auch interessant.



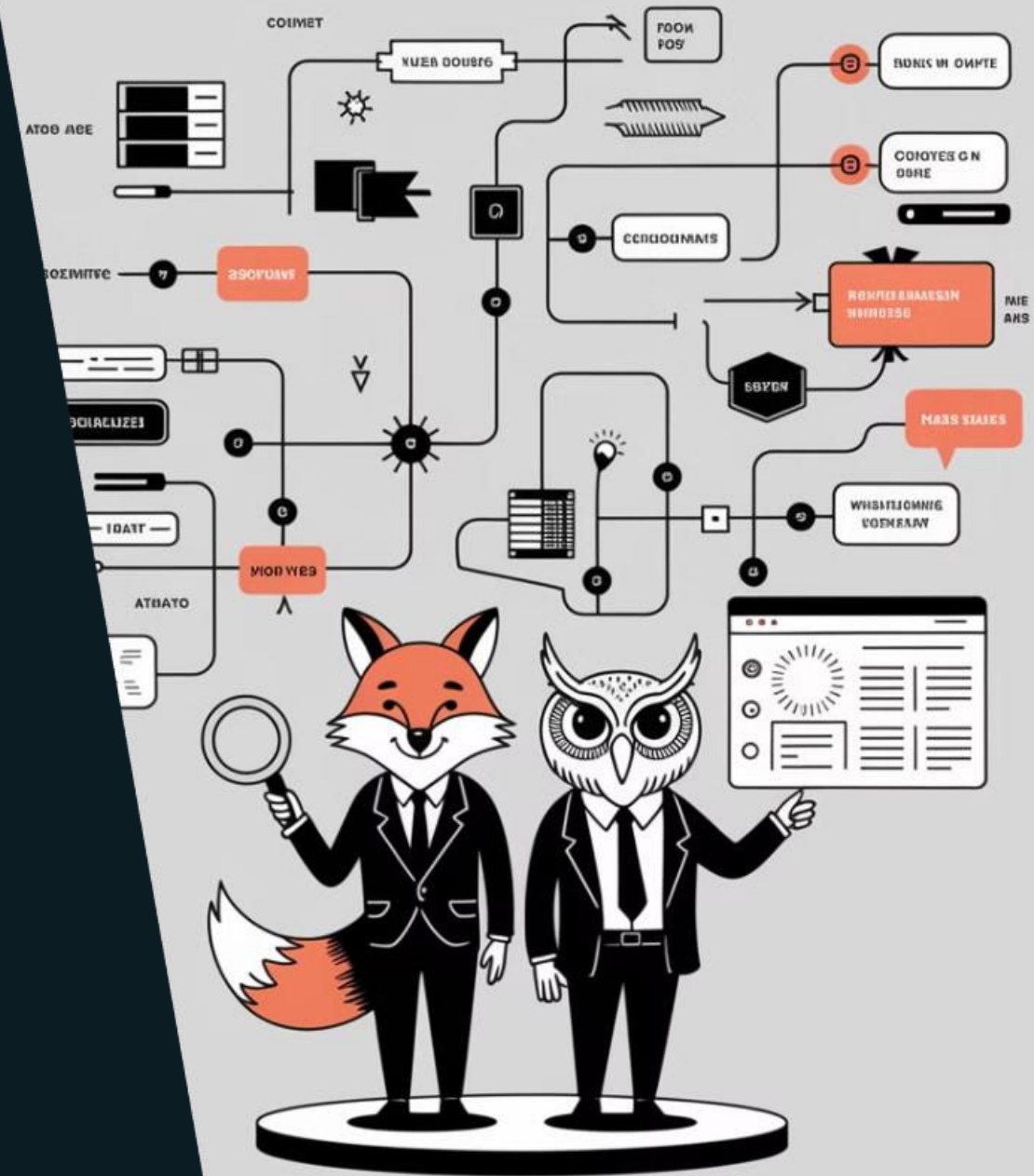
Grundparadigmen der Social-Media-Algorithmen

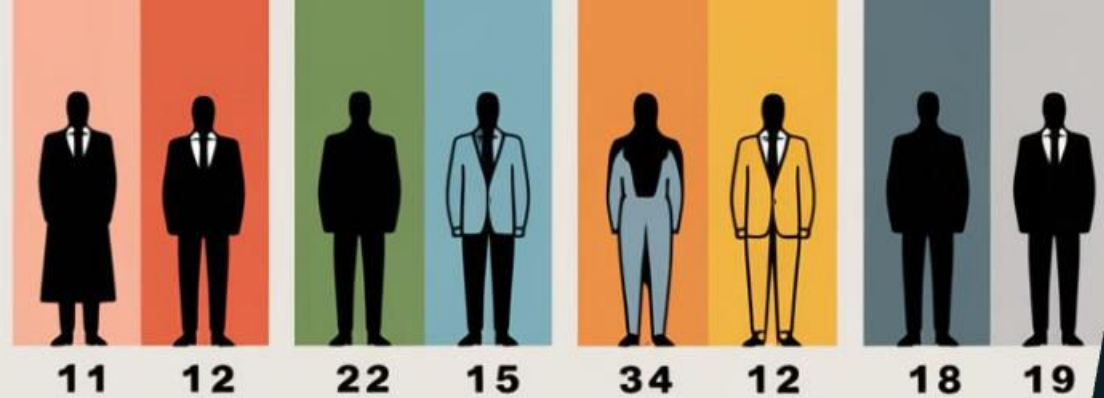
1 Nutzerinteraktionen

Reaktionen auf Inhalte zeigen Interesse. Likes, Kommentare und Verweildauer werden gemessen.

2 Soziale Verbindungen

Algorithmen nutzen Reaktionen unserer Freunde. Sie bilden Beziehungen digital ab.





Six Degrees: Die erste Social-Media-Plattform

1

Launch 1997

Name leitet sich von der Theorie ab, dass jeder Mensch jeden anderen über sechs Grade kennt.

2

Funktionen

Beziehungen zwischen Personen abbilden. Hatte Registrierung, Profile und Connections-Listen.

3

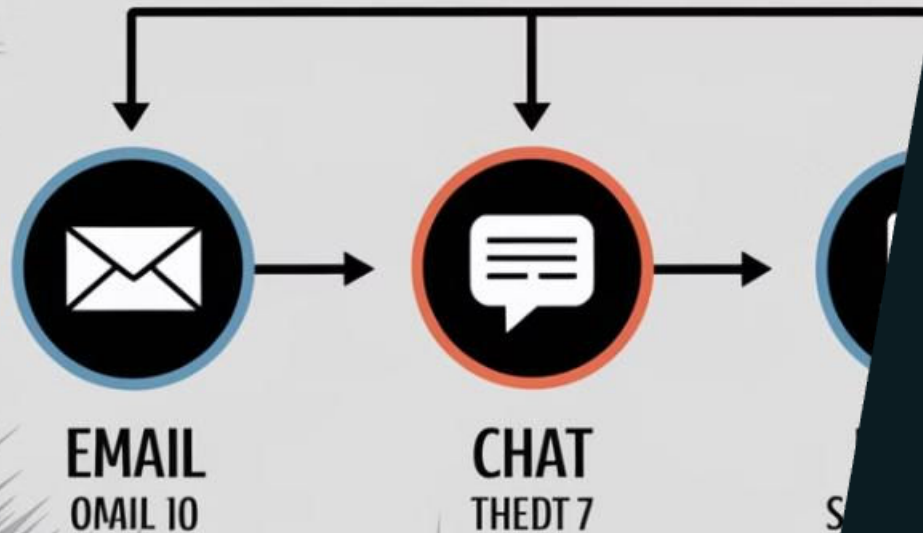
Einstellung 2000

Trotz einer Million Nutzer wurde der Betrieb nach drei Jahren eingestellt.





INTERNET COMMUNICATION



Vorläufer sozialer Medien

1971: Erste E-Mail

Anstoß für die elektronische one-to-one Kommunikation.

1978: Bulletin Board Systems

Vorläufer von Diskussionsforen entstehen.

1985: America Online (AOL)

Internetprovider mit interaktiven Funktionen wird gegründet.

Frühe Blogs

Dokumentierten zunächst nur den jeweiligen Internetkonsum.



LinkedIn: Das Business-Netzwerk



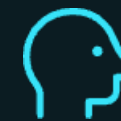
Launch 2003

Anfangs keine typische Social-Media-Plattform.



Fokus

Erste internationale Business-Community mit Fokus auf Geschäftsthemen.



Geschäftsmodell

Schrieb 2006 als erste Social-Media-Plattform schwarze Zahlen.



MySpace: Die erste "richtige" Social-Media-Plattform

1

Launch 2003

Entstand durch den Fall von Friendster. Zentrales Motto: "A place for friends".

2

Popularität

Von 2003-2005 eine der meistbesuchten Websites der Welt. Zu Spitzenzeiten 25 Millionen Nutzer.

3

Niedergang

Ab 2005 rasanter Absturz der Plattform. Auch der Kauf durch Rupert Murdoch änderte nichts daran.



Besonderheiten von MySpace

Gestaltungsfreiheit

Große Freiheit bei der Profilgestaltung. Quasi leere HTML-Seite mit CSS-Formatierungen.

Individuelle Profile

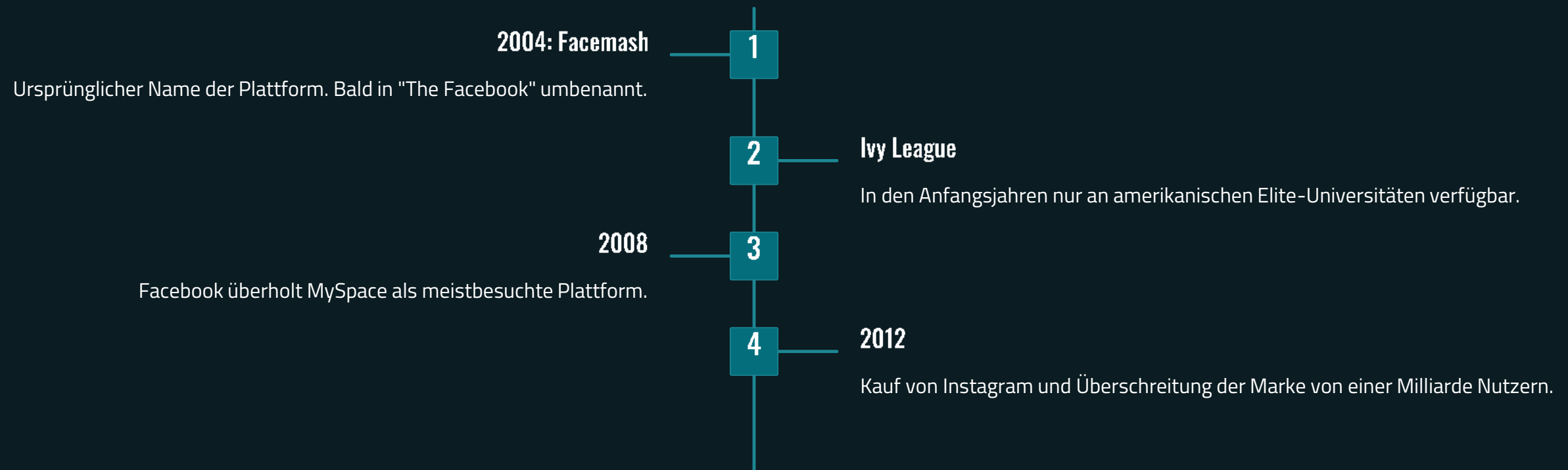
Nutzerprofile erhielten dadurch eine sehr individuelle Komponente.

Kein Algorithmus

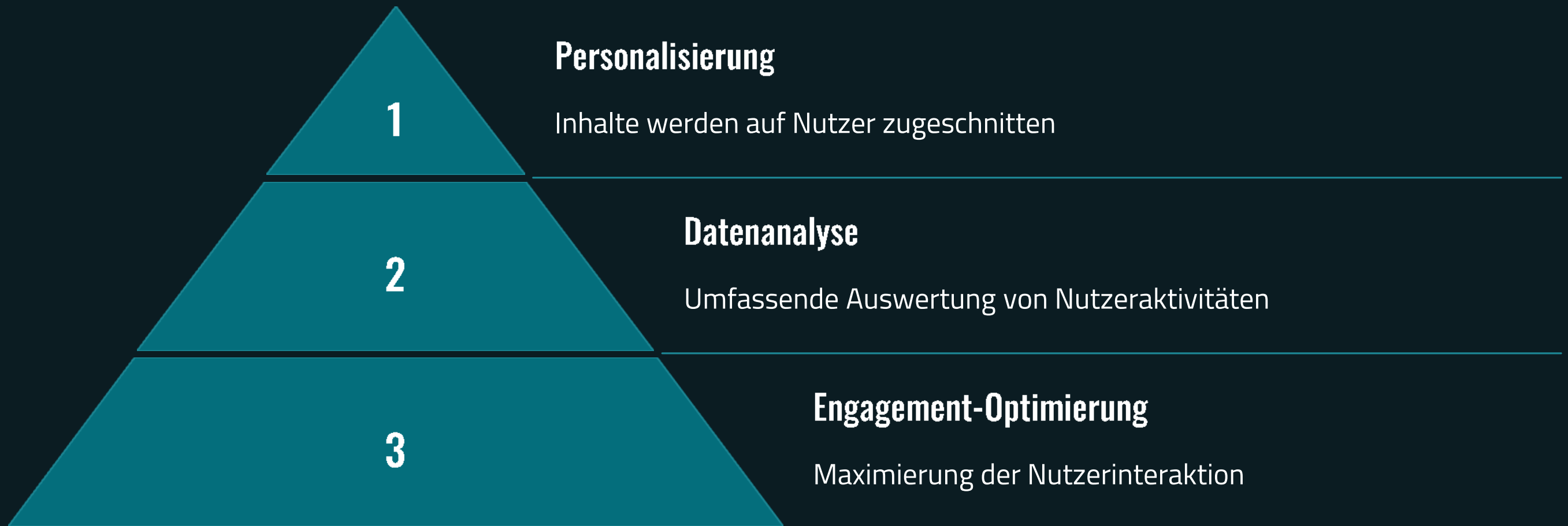
Im Gegensatz zu späteren Plattformen gab es keinen personalisierten Algorithmus.



Facebook: Von der Uni zur Weltplattform



Zuckerbergs Algorithmus-Revolution



Die Erfindung des Social-Media-Algorithmus geht auf Mark Zuckerberg zurück. Er revolutionierte die Personalisierung und Analyse von Nutzerinformationen. Dies wurde zum Standard für fast alle späteren Plattformen.



Twitter: Kurz und knapp



Launch 2006

Ursprünglich "twtr" geschrieben ohne Vokale, später umbenannt.



Kurznachrichten

Charakterisiert durch sehr kurze Messagingmöglichkeiten (160 Zeichen).



Nachrichtenquelle

Wichtiges Medium für aktuelle Informationen. Bei Journalisten beliebt.



Von Twitter zu X

1

Elon Musk Übernahme

Kürzlich von Elon Musk übernommen und in "X" umbenannt.

2

Interne Turbulenzen

Seitdem intern sehr chaotischer Zustand. Entlassungen und offene Rechnungen.

3

Werbeeinbruch

Massiv eingebrochene Werbeeinnahmen. Viele Nutzer verlassen die Plattform.

4

Kreditabilitätsverlust

Die Glaubwürdigkeit der Plattform hat sehr gelitten.

Instagram: Vom Foto zur Story

1

Launch 2010

Ursprünglich als alternative Smartphone-Kamera-Software im Retro-Stil konzipiert.

2

Facebook-Übernahme 2012

Kauf durch Facebook markierte einen Wendepunkt.

3

IGTV und Reels

Einführung neuer Videoformate. IGTV wurde später zu Reels.

4

Algorithmus-Experimente

Viele Experimente mit dem Algorithmus. Wechselnde Prioritäten bei Inhaltsformaten.



Instagram-Formatentwicklung

Klassische Fotos

Ursprünglicher Fokus auf quadratische Bilder mit Filtern.

Neue Balance

Bilder werden wieder wichtiger, aber im Story-Format.



Stories

24-Stunden-Format wurde zum zentralen Element.

Reels

Kurze Videoformate gewinnen an Bedeutung.

Twitch: Live-Streaming-Revolution

Launch 2011

Spezialisiert auf Live-Streaming-Video.

Gaming-Fokus

Primär für Videospiele-Streams konzipiert.

Diversifizierung

Inzwischen 20% Non-Gaming-Inhalte. Wachsende Vielfalt an Formaten.



Snapchat: Vergängliche Inhalte



Launch 2011

Führte erstmals das Story-Format ein.
Inhalte nur 24 Stunden sichtbar.



Mobile First

Für Smartphones optimierte App.
Hochformat durch primäre Nutzung auf Mobilgeräten.



Innovative Technologien

Lenses als Vorgänger vieler späterer Filter.
Pionier bei AR-Funktionen.



TikTok: Der neue Star

1 Ursprung

2017 international
gelauncht. Früher als
Musical.ly bekannt, 2016 in
TikTok umbenannt.

2 Nutzerbasis

Eine Milliarde monatlich
aktive Nutzer. Etwa 11
Milliarden
Jahreseinkommen.

3 Herkunft

Aus China stammend. Datenschutzproblematik durch
potentielles Mithören der chinesischen Regierung.





TikTok-Besonderheiten

Mobile-Optimierung

Zielt wie Snapchat auf Mobilnutzung ab. Vertikales Videoformat.

Reiner Videocontent

Ausschließlich Videos und Livestreams. Keine statischen Inhalte.

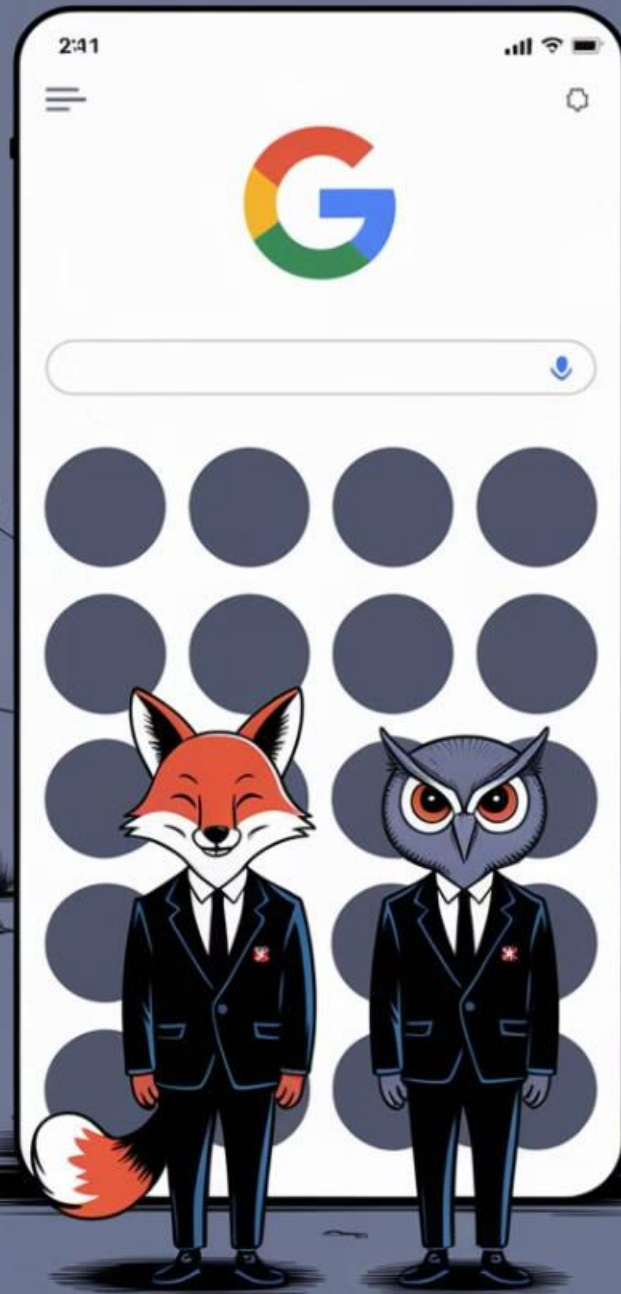
Musikintegration

Frühe Verträge mit Musiklabels. Aktuelle Songs können legal verwendet werden.

Reaktiver Algorithmus

Besonderer Algorithmus reagiert schneller auf Nutzerverhalten als andere Plattformen.

Google+: Der gescheiterte Riese



1

Ziel

Sollte Facebook Konkurrenz machen. Setzte sich jedoch nicht durch.

2

Zwangsnutzung

Allen Google-Kontoinhaber wurde automatisch ein Google+-Konto zugewiesen.

3

Geringe Aktivität

Trotz nominell großer Nutzerzahlen nie wirklich aktiv genutzt.

4

Ende 2018

Wegen Erfolglosigkeit eingestellt. Offizielles Shut-Down 2019.

Clubhouse: Der Audio-Trend

1

Audio-Only

Basierte ausschließlich auf Audioinhalten.

2

Live-Podcasts

"Audio Rooms" mit interaktiven Funktionen.

3

Nischenprodukt

Nach anfänglichem Hype zum Nischenthema geworden.



Meta Threads: Der Twitter-Konkurrent

1 Neuester Launch

Von Meta als Antwort auf Twitter/X eingeführt.

2 Ähnlichkeit

Funktional und optisch ähnlich wie Twitter/X gestaltet.

3 Integration

Enge Verbindung mit Instagram-Accounts und -Nutzerbasis.

Social Media als Distributionskanal



Soziale Medien sind zu sehr relevanten Distributionskanälen geworden. Sie ermöglichen die direkte Ansprache von Zielgruppen ohne traditionelle Gatekeeper.

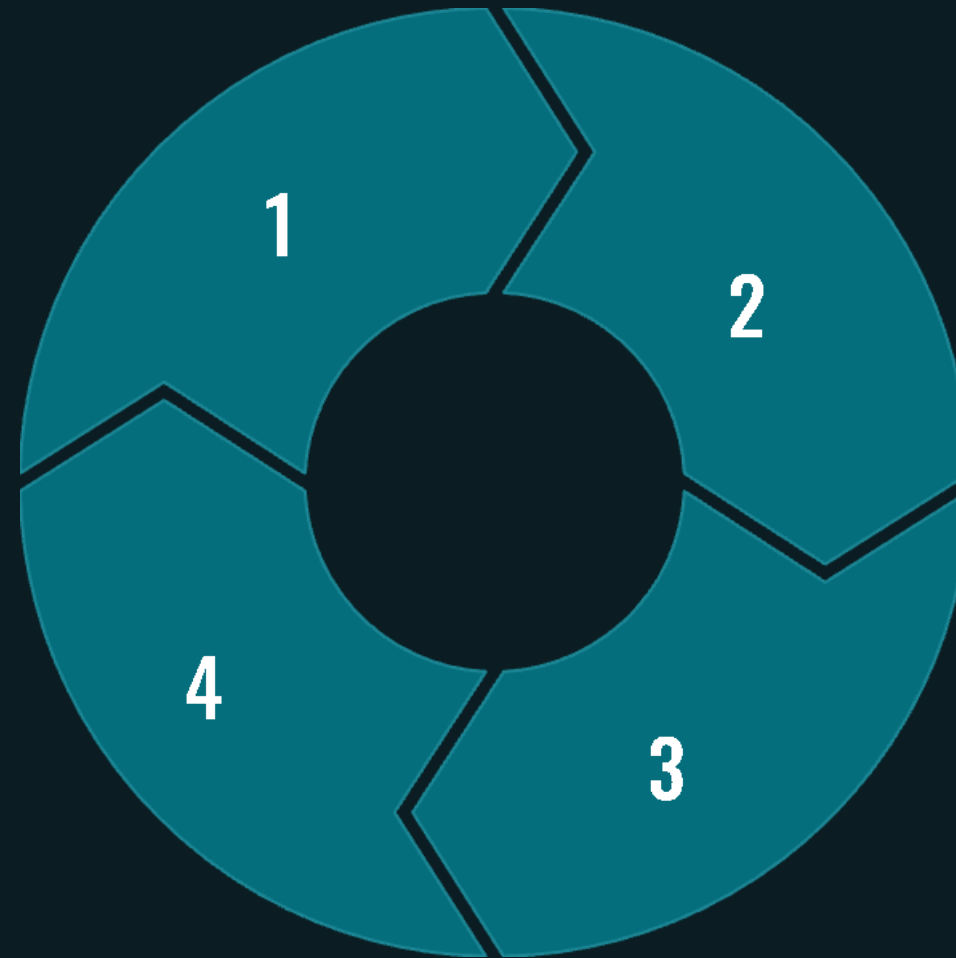
Der Bubble-Effekt

Personalisierung

Algorithmen zeigen bevorzugt ähnliche Inhalte.

Isolation

Nutzer sehen zunehmend nur bestätigende Inhalte.



Bestätigung

Nutzer interagieren mit vertrauten Meinungen.

Verstärkung

Algorithmen verstärken diese Präferenzen weiter.

Der Bubble-Effekt beschreibt die selbstverstärkende Wirkung von Social Media. Nutzer werden zunehmend von gleichgesinnten Meinungen umgeben.

Algorithmen im Vergleich

Facebook

Personalisierter Feed basierend auf Interaktionen und sozialen Verbindungen. Langsame Anpassung über Zeit.

Instagram

Kombination aus chronologischen und interessenbasierten Inhalten. Starke Gewichtung von Engagement und Beziehungen.

Twitter/X

Chronologische Timeline mit optionaler Algorithmus-Sortierung. Fokus auf Aktualität.

YouTube

Komplexer Algorithmus mit Fokus auf Wiedergabezeit und Nutzerengagement. Berücksichtigt langfristige Interessen.

TikTok

Schnell reagierender Algorithmus. Basiert auf aktueller Verweildauer und Likes. Weniger historische Daten.

LinkedIn

Berufsorientierter Algorithmus. Priorisiert professionelle Relevanz und Netzwerkverbindungen. Weniger Reaktivität als Entertainment-Plattformen.

Formatentwicklung in sozialen Medien

1

Text

Frühe Plattformen waren textbasiert. Kurze Statusupdates dominierten.

2

Bilder

Mit Instagram kamen Fotos ins Zentrum. Visuelle Kommunikation gewann an Bedeutung.

3

Stories

Snapchat führte vergängliche Inhalte ein. 24-Stunden-Format wurde zum Standard.

4

Video

TikTok machte Kurzvideos populär. Bewegtbild dominiert heute viele Plattformen.



Shar·biased update
#37335F9



Ephemeral story
#77E9099



Ephemeral story
#8E5999



Short·fo
#8F



Mobile-First-Entwicklung

1

Desktop-Ära

Frühe Plattformen wurden für Computer optimiert. Komplexe Layouts waren üblich.

2

iPhone-Revolution

Mit dem ersten iPhone begann der Wandel. Mobile Nutzung wurde wichtiger.

3

Responsive Design

Plattformen passten sich an verschiedene Bildschirmgrößen an. Hybride Nutzung war möglich.

4

Mobile-Only

Neuere Plattformen wie TikTok und Snapchat sind primär für Smartphones konzipiert.

Datenschutzproblematik



Die Datenschutzproblematik ist besonders bei Plattformen wie TikTok relevant. Die Sorge vor Mithören durch ausländische Regierungen besteht. Nutzer geben oft unbewusst viele persönliche Informationen preis.

Soziale Medien und Journalismus

Nachrichtenquelle

Plattformen wie Twitter werden zur primären Informationsquelle. Journalisten nutzen sie für Recherche.

Distributionskanal

Medien verbreiten ihre Inhalte über soziale Netzwerke. Reichweite wird oft über Plattformen generiert.

Konkurrenz

Soziale Medien konkurrieren mit klassischen Medien um Aufmerksamkeit und Werbeeinnahmen.

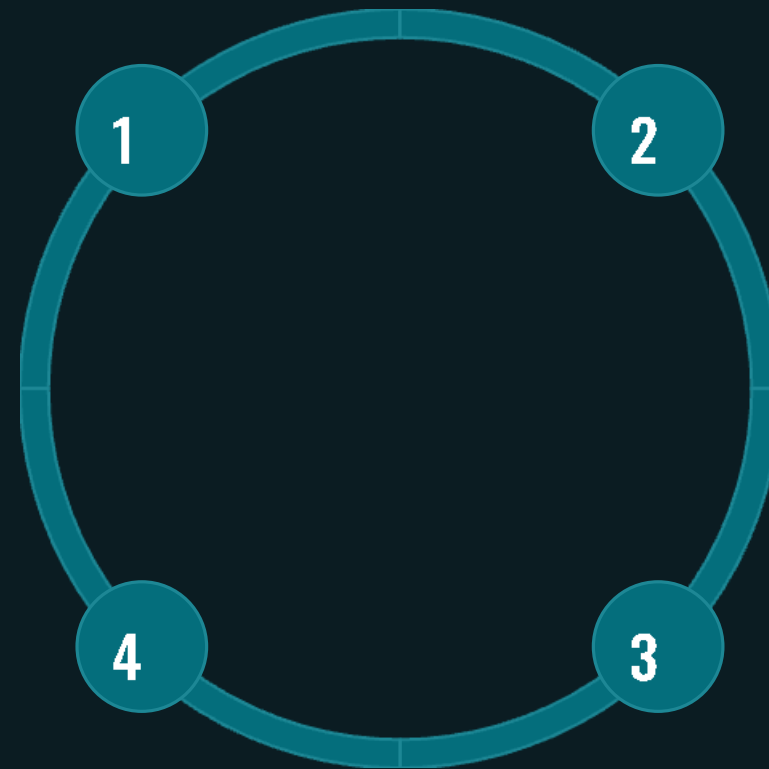
Einfluss auf die Gesellschaft

Kommunikation

Veränderung der zwischenmenschlichen Kommunikation. Neue Formen des Austauschs entstehen.

Identität

Selbstdarstellung und Identitätsbildung werden durch soziale Medien geprägt.



Information

Demokratisierung des Informationszugangs. Jeder kann Inhalte produzieren und konsumieren.

Meinungsbildung

Einfluss auf politische und gesellschaftliche Diskurse. Filter-Bubbles entstehen.



Psychologische Auswirkungen

1 FOMO

"Fear of Missing Out" - Angst, etwas zu verpassen. Führt zu ständigem Überprüfen der Feeds.

3 Dopamin-Loops

Likes und Benachrichtigungen aktivieren Belohnungszentren im Gehirn. Suchtpotential entsteht.

2 Sozialer Vergleich

Nutzer vergleichen sich mit idealisierten Darstellungen anderer. Kann zu Unzufriedenheit führen.

4 Identitätsbildung

Besonders bei Jugendlichen beeinflussen soziale Medien die Selbstwahrnehmung stark.

Regulierung sozialer Medien

1

Selbstregulierung

Plattformen setzen eigene Regeln.

2

Nationale Gesetze

Länder erlassen spezifische Regelungen.

3

Internationale Standards

Globale Rahmenwerke werden entwickelt.

Die Regulierung sozialer Medien ist ein komplexes und umstrittenes Thema. Es geht um den Balanceakt zwischen freier Meinungsäußerung und dem Schutz vor Missbrauch. Verschiedene Länder verfolgen unterschiedliche Ansätze, von strenger Kontrolle bis zu minimaler Einmischung.



Zukunftstrends



Virtuelle Realität

Immersive soziale Erfahrungen in VR-Umgebungen. Meta investiert stark in diesen Bereich.



KI-Integration

Künstliche Intelligenz wird Content-Erstellung und Moderation revolutionieren.



Datenschutz

Stärkerer Fokus auf Privatsphäre und Datenkontrolle durch Nutzer.



Dezentralisierung

Neue Plattformen ohne zentrale Kontrolle könnten an Bedeutung gewinnen.



Digital Detox

Bewusste Auszeiten von sozialen Medien werden zunehmend wichtig für das psychische Wohlbefinden.



Blockchain-basierte Plattformen

Soziale Netzwerke auf Blockchain-Basis versprechen mehr Transparenz und Nutzerkontrolle.



Zusammenfassung und Ausblick

Rasante Entwicklung

Soziale Medien haben sich in kurzer Zeit fundamental verändert. Von Six Degrees bis TikTok.

Gesellschaftliche Bedeutung

Sie prägen heute Kommunikation, Information und Meinungsbildung. Ihr Einfluss ist enorm.

Herausforderungen

Datenschutz, Fake News und Polarisierung sind aktuelle Probleme. Sie erfordern Lösungen.

Zukunftsperspektiven

Neue Technologien werden soziale Medien weiter verändern. VR, KI und Dezentralisierung sind Trends.