

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

## Was ist eigentlich Social Media? (Material 22)

Frank Rapp hat Medien- und Kommunikationsmanagement studiert und gründete die Netzchampions – eine Agentur für Social Media und Online Marketing. Auf seinem Internetblog unter <http://frankrapp.de> schreibt er über Marketing, Medien und Kommunikation. Der abgedruckte Text, der sich unter anderem mit dem Unterschied zwischen klassischen Massenmedien und Social Media beschäftigt, wurde dort veröffentlicht.

*Frank Rapp:*

### **Was ist denn eigentlich Social Media?**

- 1 Im Alltag wird Social Media oft auf soziale Netzwerke begrenzt. Jedoch ist die Welt der sozialen Medien viel größer und bunter als nur Facebook, Twitter und Co. In diesem Artikel erfahren Sie, was soziale Medien sind, worin Unterschiede zu klassischen Massenmedien bestehen und welche Anwendungen den sozialen
- 5 Medien zugeordnet werden können.

- Social Media oder soziale Medien sind i. d. R. leicht zu bedienende Internet-Anwendungen, die es Nutzern ermöglichen, Informationen auszutauschen, miteinander zu kommunizieren und sich untereinander zu vernetzen. Dabei stellen Anbieter von Social Media-Plattformen eine technische Infrastruktur zur Verfügung,
- 10 die von Nutzern mit selbst erzeugten Inhalten, sogenanntem User Generated Content wie bspw. Videos, Bildern, Texten, Rezensionen oder Podcasts, gefüllt und mit anderen Nutzern geteilt werden.

- Während bei klassischen Massenmedien wie Fernsehen oder Radio eine eindimensionale Kommunikation stattfindet (one-to-many-communication) und
- 15 Nutzer somit lediglich Konsumenten der bereitgestellten Informationen sind, ermöglichen soziale Medien eine direkte Kommunikation (many-to-many-communication). Durch einen wechselseitigen Prozess, bei dem die Rollen zwischen Kommunikatoren und Rezipienten ständig wechseln, sind Nutzer sozialer Medien sowohl Produzenten als auch Konsumenten von Informationen. Deshalb
  - 20 werden Social Media-Nutzer in der Literatur auch oft als Prosumenten oder Produzer bezeichnet.

- Unterschiede zwischen klassischen Massenmedien und Social Media bestehen außerdem in der Möglichkeit und dem Interesse an der Veröffentlichung von eigenen Inhalten und Beiträgen, sogenanntem User Generated Content.
- 25 Informationen werden in sozialen Medien i. d. R. ohne vorherige Filterung durch Gatekeeper wie Journalisten, Redakteure oder Verleger veröffentlicht. Ihre

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

Reichweite wird jedoch durch Meinungsführer, den Grad der Nutzer-Vernetzung sowie die Sichtbarkeit innerhalb von Suchmaschinen beeinflusst. Auch im Social Web gilt: Was nicht gefunden wird, das existiert nicht. Hohe Informationsfilter sowie  
30 technologische und ökonomische Zugangsbarrieren in klassischen Massenmedien führen zu einer begrenzten Möglichkeit und dadurch zu einem geringen Interesse, eigene Inhalte zu erstellen. Soziale Medien hingegen machen das Erstellen eigener Inhalte leicht und fördern dadurch sowohl das Interesse als auch die Bereitschaft eigene Inhalte zu erstellen. Aufgrund von Aktualität erzielen soziale Medien  
35 außerdem eine hohe Sichtbarkeit innerhalb von Suchmaschinen, was das Interesse an der Erstellung und Veröffentlichung von eigenen Inhalten zusätzlich fördert.

Hinzu kommt, dass Endgeräte zum Surfen im Internet in Deutschland weit verbreitet und günstig zu erwerben sind, was zu niedrigen technologischen und  
40 ökonomischen Zugangsbarrieren bei sozialen Medien führt. So werden laut ComScore Social Media-Angebote in Deutschland bereits von rund 46 Millionen Menschen mit dem PC oder Laptop genutzt. Auch die Internetnutzung mit mobilen Endgeräten (im Jahr 2012 waren 70 Prozent aller in Deutschland verkauften Handys Smartphones) und Tablet-Computer (im Jahr 2012 wurden 3,2 Mio. Tablets  
45 in Deutschland verkauft) setzt sich laut einer Untersuchung der BITKOM immer mehr durch. So nutzen bereits 37 Prozent der Deutschen – rund 26 Millionen Menschen – das Internet mobil. Durch mobile Endgeräte sind soziale Medien orts- und zeitunabhängig verfügbar und werden – laut einer repräsentativen Studie von TNS Infratest – von mehr als der Hälfte der Befragten häufiger als bisher mit PCs genutzt.

## Die Welt der sozialen Medien ist groß und bunt

50 Durch dieses zugrunde gelegte Verständnis von Social Media können viele Internet-Anwendungen den sozialen Medien zugeordnet werden. Das sogenannte Social Media Prisma von Ethority visualisiert die in Deutschland relevanten Social Media-Angebote. [...]

55 Wie auf dem Schaubild zu erkennen ist, teilt Ethority die für Deutschland relevanten Social Media-Angebote in 25 Kategorien ein. Die Relevanz einer bestimmten Social Media-Anwendung (z. B. Facebook) innerhalb einer bestimmten Kategorie (in diesem Fall die Kategorie *Social Networks*) nimmt dabei von innen nach außen zu. Ethority versteht relevant als populär bzw. beliebt, d. h. eine Anwendung ist umso relevanter, je mehr Personen sie nutzen. Einige der Kategorien ähneln sich  
60 hinsichtlich ihrer Funktionsweise bzw. in der Art und Weise, wie die jeweilige Anwendung genutzt werden kann. So werden bspw. in den Kategorien *Video*, *Documents/Content*, *Music* oder *Pictures* stets Dateien von Nutzern auf einen Server hochgeladen, um diese mit anderen Nutzern zu teilen.

6BG	Klasse 10	Medien	Deutsch
-----	-----------	--------	---------

65 Daher können die Social Media-Anwendungen innerhalb des sehr kleinteiligen Social Media-Prismas gebündelt und in den folgenden sieben Social Media-Gruppen zusammengefasst werden:

70 **Soziale Netzwerke** zum Knüpfen und Pflegen von privaten und geschäftlichen Beziehungen sowie zur Kommunikation. Beispiele sind Facebook, Google+ oder Xing.

**Mobile Communities** sind darauf ausgelegt, von unterwegs genutzt zu werden. Sie werden daher i. d. R. über mobile Endgeräte genutzt und bieten Funktionalitäten wie bspw. standortbezogene Bewertungen von Restaurants, Hotels oder Sehenswürdigkeiten. Beispiele sind Foursquare oder Qype.

75 **Media-Plattformen** zum Hochladen und Austauschen von Dateien und Dokumenten wie bspw. Fotos, Videos oder Präsentationen. Beliebte Media-Plattformen sind YouTube, SlideShare oder Flickr.

80 **Foren und Bewertungsportale** zum Meinungs austausch sowie zur Bewertung von Produkten und Dienstleistungen. In Deutschland beliebte Foren und Bewertungsportale sind Ciao oder HolidayCheck.

**Blogs und Microblogs** zum Erstellen und Verbreiten redaktioneller Inhalte und persönlicher Meinungen wie bspw. WordPress, Twitter oder Tumblr.

**Social Bookmarks** zum Speichern und Austauschen von Internet-Lesezeichen wie z. B. Mister Wong, AddThis oder Delicious.

85 **Open Source-Plattformen** zum Erstellen und Editieren von öffentlich zugänglichen Internetseiten wie bspw. Wikipedia, MediaWiki oder Wikidot.

90 Soziale Medien sind dadurch geprägt, dass sie durch Gemeinschaften zum Leben erweckt und am Leben erhalten werden, d. h. sowohl der inhaltliche Aufbau als auch die Pflege basieren auf einer Vielzahl von Nutzern. Somit haben alle Social Media-Anwendungen einen sozialen Aspekt – was bereits in der Bezeichnung „Social Media“ zum Ausdruck kommt – inne, der für den Erfolg einer jeweiligen Anwendung von wesentlicher Bedeutung ist.

Dieser Artikel basiert auf dem Artikel:  
„Was ist denn eigentlich Social Media?“ von Frank Rapp.



- Lies dir den Artikel aus dem Internetblog von Frank Rapp durch.
- Wodurch unterscheiden sich die klassischen Massenmedien von den neuen Medien?
- Gliedere den Text in Sinnabschnitte und formuliere passende Überschriften.
- Unterstreiche die Kernaussagen jedes Sinnabschnittes und stelle diese in einer MindMap zusammen.
- Erstelle eine Textwiedergabe, benutze dazu auch deine MindMap.