

# Das Möglichkeitsspektrum sozialer Netzwerke

Lechek Kopczynski

Eine Arbeit erstellt im Rahmen von



# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Definition <i>Soziale Netzwerke</i> .....</b>	<b>3</b>
<b>3. Aufzählung der Möglichkeiten.....</b>	<b>5</b>
3.1 <i>Selbstdarstellung</i> .....	5
3.2 <i>Ökonomie</i> .....	6
3.3 <i>Unterhaltung</i> .....	7
3.4 <i>Beziehungen</i> .....	7
3.5 <i>Wissenschaft</i> .....	8
3.6 <i>Kriminalität</i> .....	8
3.7 <i>Überwachung</i> .....	9
3.8 <i>Propaganda</i> .....	9
<b>4. Fazit .....</b>	<b>11</b>
<b>5. Referenzen.....</b>	<b>14</b>

# 1. Einleitung

Das Internet wie es in der heutigen Form existiert beruht nur noch geringfügig auf dem Internet aus der Entstehungszeit in den sechziger Jahren. Gestartet war das Projekt als ein dezentrales Netzwerk mit militärischen Hintergrund und sollte vorrangig militärische Daten schützen, indem mehrere Kopien an weit zerstreuten Rechnern abgelegt werden sollten.<sup>1</sup> Mit der Zeit erkannten auch Wissenschaftler das riesige Potential des *World Wide Web*, dem sogenannten WWW, jedoch eher mit dem Hintergrund des Informationsaustauschs anstatt der Datensynchronisation. Aber auch die Studenten der jeweiligen wissenschaftlichen Einrichtungen sahen die Möglichkeit der einfachen Vernetzung und nutzten das Internet als schwarzes Brett um Dienstleistungen, Jobs sowie Gebrauchsgegenstände anzubieten oder einfach zu diskutieren.<sup>2</sup> Im Laufe der Zeit begann innerhalb der Internetgemeinde ein revolutionäres Umdenken. Während das Internet zu Beginn eher statisch wirkte, sprich der Nutzer hatte weniger Einfluss auf den Inhalt und Gestaltung einer Website, so begann mit aufkommen entsprechender Tools und Techniken der Umschwung. Dieser ermöglichte den Usern einen direkten Eingriff auf den dargestellten Inhalt einer Website. Dies hatte zur Folge, dass die Nutzer eine Seite öfter Besuchten und auch länger auf dieser verweilten, woraus ein riesiges Geschäftsfeld entstand. Fachleute sprechen in diesem Kontext über das Web 2.0, wodurch das Internet stark an Dynamik gewonnen hat. Und genau dieser Zusammenhang führte dazu, dass die ersten internetbasierten sozialen Netzwerke in Erscheinung traten.

Heutzutage gibt es eine Vielzahl von unterschiedlichen sozialen Netzwerken im Internet und die Schnellebigkeit des Webs führt dazu dass viele Portale schnell in den Fokus der breiten Masse gelangen, aber zum Teil auch genauso schnell verschwinden. Die Abb. 1.1 zeigt die 15 größten Netzwerke nach Nutzerzahlen. Diese schwanken zwischen knapp 1 Milliarde Nutzern bei *Facebook*, dem größten internetbasierenden sozialen Netzwerk und 25 Millionen Nutzern, welche regelmäßig *MySpace* besuchen.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Plötz, Henryk: Entstehung des Internet. In: <http://de.selfhtml.org/intro/internet/entstehung.htm> , 2007 (Stand: Januar 2013)

<sup>2</sup> ebd.

<sup>3</sup> *büez web services GmbH, Branding im Netz: Top 20 Nutzerzahlen Soziale Netzwerke Marktanteil weltweit*. In: <http://bueez-web-services-gmbh.ch/nutzerzahlen-soziale-netzwerke-marktanteile-weltweit/> Frühjahr 2012 (Stand: Januar 2013)



Abb. 1.1 Darstellung der 15 größten Netzwerke Weltweit. Die Größe der Symbole stellt die Nutzerzahl des jeweiligen Netzwerks in Relation dar; Angaben in Mio. (Stand Frühjahr 2012).<sup>4</sup>

Diese verschiedenen Netzwerke bieten den Nutzern ein breites Spektrum an unterschiedlichen Möglichkeiten, woraus folgende Fragen abgeleitet werden:

**Welches Möglichkeitsspektrum bieten internetbasierte soziale Netzwerke und wie sind diese Möglichkeiten zu klassifizieren?**

Ziel der Arbeit ist eine möglichst objektive und neutrale Auseinandersetzung mit beiden oben aufgeführten Fragen um ggf. eine Antwort zu ermitteln. Dieses Ziel wird erreicht indem zunächst im Kap. 2 der Begriff *Soziale Netzwerke* definiert und eine Arbeitsdefinition erarbeitet wird. Anschließend werden im Kap. 3 verschiedene Möglichkeiten internetbasierender sozialer Netzwerke aufgefunden. Im direkten Anschluss wird dieses Möglichkeitsspektrum klassifiziert bevor die Arbeit mit dem Fazit im Kap. 5 abschließt.

<sup>4</sup> ebd.

## 2. Definition Soziale Netzwerke

In dieser Arbeit wird zunächst allgemein der Begriff *Soziale Netzwerke* als Ganzes betrachtet. Wird er als solches in eine Suchmaschine eingegeben, überwiegen Einträge welche speziell auf Netzwerke im Internet eingehen. So könnte man die Schlussfolgerung ziehen, dass der Volksmund im 21. Jahrhundert mit dem Begriff des sozialen Netzwerks ganz allgemein ein Onlineportal in Verbindung bringt. Wird auf [www.duden.de](http://www.duden.de) nach *soziales Netzwerk* gesucht, so wird einem u.a. *Social Network*<sup>5</sup> mit folgender Bedeutung angegeben:

***„Portal im Internet, das Kontakte zwischen Menschen vermittelt und die Pflege von persönlichen Beziehungen über ein entsprechendes Netzwerk ermöglicht; soziales Netzwerk.“***<sup>6</sup>

Dies wiederum bekräftigt die oben aufgeführte These. Jedoch bleibt immer noch die Frage offen, was die Menschen vor dem Internetzeitalter unter der Begrifflichkeit verstanden haben. So definiert z.B. Prof. Dr. Karl Leidlmair ein soziales Netzwerk als

***„das Beziehungsgeflecht zwischen einer Vielzahl von Akteuren.“***<sup>7</sup>

Unter den Akteuren sind die Personen oder Gruppen gemeint, deren Beziehungen und Interaktionen die Eigenschaft des Beziehungsgeflechts bestimmen.<sup>8</sup>

Eine weitere interessante Definition aus einem Proseminar der Uni. Köln lautet wie folgt:

***„Ein Soziales Netzwerk ist eine abgegrenzte Menge von Personen, die über (soziale) Beziehungen miteinander verbunden sind.“***<sup>9</sup>

<sup>5</sup> Bibliographisches Institut GmbH: soziales Netzwerk.

In: <http://www.duden.de/suchen/dudenonline/soziales%2BNetzwerk> , 2012 (Stand: Januar 2013)

<sup>6</sup> Bibliographisches Institut GmbH: social Network. In: [http://www.duden.de/rechtschreibung/Social\\_Network](http://www.duden.de/rechtschreibung/Social_Network) , 2012 (Stand: Januar 2013)

<sup>7</sup> Katerna, Sylvia; Schmidt, Sarah: Soziale Netzwerke.

In: <http://www.uibk.ac.at/psychologie/mitarbeiter/leidlmair/soziale-netzwerke.pdf> , 15.02.2011 (Stand: Januar 2013), S. 5

<sup>8</sup> Bastians, Frauke: Soziale Netzwerke.

In: [http://www.home.uni-osnabrueck.de/pwurster/netzwerkkapitel\\_frauke.pdf](http://www.home.uni-osnabrueck.de/pwurster/netzwerkkapitel_frauke.pdf) , 15.08.2001 (Stand: Januar 2013), S. 1

<sup>9</sup> Soziale Beziehungen & Gesellschaft – Proseminar Sommersemester 2005: Soziale Netzwerke.

In: [http://eswf.uni-koeln.de/lehre/05/08/08\\_Schenk\\_Netzwerke.pdf](http://eswf.uni-koeln.de/lehre/05/08/08_Schenk_Netzwerke.pdf) , 2005 (Stand: Januar 2013), S. 11

Unabhängig davon auf welchem Kanal oder auch persönlichen/gesellschaftlichen Netzwerk die Beziehung beruht, übernehmen soziale Netzwerke i.d.R. die Funktion des Informationsaustausches, aber auch der materiellen und emotionalen Unterstützung aller Personen oder Gruppen innerhalb des Netzwerks.<sup>10</sup> Aus diesen Überlegungen wird für die vorliegende Arbeit folgende Arbeitsdefinition abgeleitet:

**Soziale Netzwerke sind ein Geflecht von einer Menge unterschiedlicher Akteure, die untereinander Informationen austauschen und ggf. soziale Unterstützung gewähren.**

Diese Definition ist allgemein gültig und nicht nur auf internetbasierende soziale Netzwerke anwendbar.

---

<sup>10</sup> Informatik und Gesellschaft 2010: Definition von sozialen Netzwerken.  
In: <http://www.informatik.uni-oldenburg.de/~iug10/sn/html/content/definition.html> , 2011 (Stand: Januar 2013)

### 3. Aufzählung der Möglichkeiten

Nachdem nun geklärt wurde, dass soziale Netzwerke nicht zwangsläufig mit der Internetkultur und den online agierenden Portalen einhergehen, sollen nun speziell für internetbasierte soziale Netzwerke alle nun folgenden Möglichkeiten

**Informationen, Schadenfreude, Kontakte knüpfen, Schaulust, Drang nach Zuneigung und Aufmerksamkeit, mit Freunden in Verbindung bleiben, etc.**

aufgelistet und klassifiziert werden. Die Reihenfolge der Unterkapitel soll keine Gewichtung der einzelnen Punkte darstellen und da es bei der Arbeit lediglich um eine Aufzählung geht werden die Themenbereiche nur kurz angeführt.

#### 3.1 Selbstdarstellung

Als erstes wird kurz auf die Selbstdarstellung eingegangen, bei der es sich um ein breites und sehr Wichtiges Feld handelt. Viele User nutzen ein *social Network* um sich selbst in Szene zu setzen, wobei hier jedoch die Frage offen bleiben soll inwiefern dieses Bild der Realität entspricht. Es geht i.d.R. darum ein bestimmtes Ansehen von sich selbst herzustellen. *Patrick Toalster* schreibt in diesem Zusammenhang auf seiner Website [www.toalster.de](http://www.toalster.de) „Soziale Netzwerke sind auch nur eine Plattform, um sich zu präsentieren wie in der Tageszeitung oder auf einer Plakatwand.“<sup>11</sup> Doch woher kommt dieses Nutzerverhalten und wieso handelt es sich bei den meisten Statusmeldungen um ‚leichte Kost‘? An dieser Stelle verweise ich auf einen Artikel aus dem Stern mit dem Titel „Wir Facebook-Schauspieler.“<sup>12</sup> Dabei geht es um das Verhalten der einzelnen Personen im größten internetbasierten sozialen Netzwerk *Facebook*. Kurz zusammengefasst schreibt der Autor, um den Drang nach Aufmerksamkeit und Bestätigung bezgl. Seiner Einträge. Der User erntet bei Statusmeldungen über das Wetter oder Bilder eines neu erworbenen Gegenstandes mehr Aufmerksamkeit über Kommentare und dem „Gefällt mir“-Button als für Meldungen aus wirtschaftspolitischen Themen oder ähnlichem. Der User lernt mit welcher Art von Meldungen er mehr Beachtung erntet und reduziert sich auf diese. Dies führt dazu, dass einzelne Personen ihre Meldungen darauf beschränken. Bei dieser Art der Selbstdarstellung wird versucht

<sup>11</sup>Toalster, Patrick: Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken. <http://www.toalster.de/soziale-netzwerke/selbstdarstellung-in-sozialen-netzwerken/> 17.11.2012 (Stand: Januar 2013)

<sup>12</sup>Fritzsche, Lara: Wir Facebook-Schauspieler. <http://www.stern.de/digital/online/selbstdarstellung-in-sozialen-netzwerken-wir-facebook-schauspieler-1552227.html> , 19.03.2012 (Stand: Januar 2013)

**zu beeindrucken, bei jemanden ein bestimmtes Ansehen herzustellen<sup>13</sup>, sich ins rechte Licht zu rücken, Aufmerksamkeit zu erzielen.**

Dies ist nicht nur auf einzelne Personen zu reduzieren, wobei hier auch Prominente, Künstler, Sportler, u.a. gemeint sind. Auch Unternehmen, Vereine und Organisationen, die Politik oder auch die Kirche versuchen über die bestimmte Art der einzelnen Beiträge in sozialen Netzwerken, Aufmerksamkeit zu erreichen.

### 3.2 Ökonomie

Bei dem Unterkapitel 3.2 geht es um die wirtschaftlichen Aspekte, welche mit dem Netzwerk einhergehen. Dabei sind es nicht nur die Betreiber der einzelnen Portale die an den Usern Geld verdienen können. Es entstand eine eigene Ökonomie rund um die internetbasierten sozialen Netzwerke. Hierbei geht es nicht nur um Werbung, wobei Die Werbeeinnahmen für die Portalbetreiber die Haupteinnahmequelle sind. So wird schließlich der Börsenwert von *Facebook*. Anhand seiner Nutzerzahlen und dem jeweiligen Potential wie viele Menschen eine Anzeige lesen könnten, festgelegt. Den Betreibern sozialer Netzwerke kommt der Umstand zugute, dass die Nutzer i.d.R. viele Daten preisgeben. Mit der Verbindung der Angaben was den jeweiligen Nutzern gefällt, speziell bei *Facebook* über den „Gefällt mir“-Button, besitzen die Portale ein riesiges wirtschaftliches Potential, da personenzugeschnittene Werbung geschaltet werden kann. Je mehr Daten über eine Person zur Verfügung stehen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass der Betreiber dem Nutzer eine Werbung schaltet, die er anklickt. Die Unternehmen können aber auch über eigene „Seiten“ bei *Facebook* Werbung direkt auf dem Marktplatzt schalten. Abb. 1.1 zeigt wie viele Menschen auf den jeweiligen Plattformen unterwegs sind, was die internetbasierten sozialen Netzwerke für Unternehmen so interessant macht. Auch das werben mit Stellenangeboten und das Offerieren von Angeboten und Gewinnspielen über die Portale sind heutzutage eine normale vorgehensweise um sich die Aufmerksamkeit der Nutzer anzueignen. Aber auch die Spieleindustrie hat bereits den Weg in die sozialen Netzwerke gefunden. Interessant ist z.B. das börsennotierte Unternehmen *Zynga*. *Zynga*, welches auf *Facebook* Spiele wie *Farmville* anbietet. Die Nutzer dieser *App* können das Spiel gebührenfrei spielen, es besteht aber die Möglichkeit innerhalb des Spiels virtuelle Güter zu kaufen. Mit solchen *In-App-Verkaufen* verdient das Unternehmen einen Teil seiner

<sup>13</sup> Spiegel, Carmen; Spranz-Fogasy, Thomas: Selbstdarstellung im öffentlichen und beruflichen Gespräch. In: <http://www.verlag-gespraechsforschung.de/diskursforschung/1-215-232.pdf> , 2002 (Stand: Januar 2013), S. 2



Umsatzerlöse. Diese lagen im Jahr 2011 bei 1,14 Mrd. US-Dollar.<sup>14</sup> Die Ökonomie um die Portale stellt ein breites Feld dar, sodass ein paar Möglichkeiten wie die folgenden aufgelistet werden:

**Werbung, personenzugeschnittene Werbung, Spiele, In-App-Verkauf, Head-hunting, Warenverkehr, Medien, Produktempfehlungen, Preisvergleich, Kunden akquirieren, Programmvorstellung, Kartenverkauf.**

### 3.3 Unterhaltung

Die Möglichkeiten im Bereich der Unterhaltung sind sicherlich ein ausschlaggebender Grund für den Erfolg und die Attraktivität der sozialen Netzwerke. Allgemein versuchen die Betreiber eine größtmögliche Verweildauer der Nutzer auf der eigenen Website zu erzielen, was sicherlich über Punkte wie

**Spiele, Witze, Videos, Bilder, Gedichte, Zitate, Sprüche, Musik, Tagebuch führen, Freizeitplanung, Schadenfreude, Schaulust, mit Freunden messen,**

zu realisieren ist. Speziell *Facebook* bietet ein sehr breites Spektrum an, besonders im Bereich der Unterhaltung. Die Presse redet in diesem Zusammenhang auch häufig von einer eigenen Webkultur. Ein besonders interessanter Beitrag in der *Wirtschafts Woche* mit dem Titel „*Facebook-das zweite Internet*“<sup>15</sup> beschreibt den hier aufgeführten Sachverhalt.

### 3.4 Beziehungen

Wenn man dem Film *The social Network*<sup>16</sup> glauben darf, der die Verfilmung der *Facebook-Story* darstellt, war die Grundidee hinter dem größten internetbasierten sozialen Netzwerk, das der Nutzer immer Informationen darüber hat, was die eigenen ‚Freunde‘ gerade machen. Somit sollte das Netzwerk der Freundschaftspflege dienen. Mittlerweile sind über soziale Netzwerke und der damit verbundenen Ökonomie eine Vielzahl von verschiedenen Bereichen der Beziehungspflege, wie auch der Knüpfung neuer Kontakte in die sozialen Medien übergegangen, wie die folgende Auflistung zeigt:

<sup>14</sup> Finanzen.net GmbH: Bilanz Zynga Aktie. In: [http://www.finanzen.net/bilanz\\_guv/Zynga](http://www.finanzen.net/bilanz_guv/Zynga), 2011 (Stand: Januar 2013)

<sup>15</sup> Mai, Jochen; Retting, Daniel: Facebook-das zweite Internet. In: <http://www.wiwo.de/erfolg/trends/soziale-netzwerke-facebook-das-zweite-internet-seite-all/5154996-all.html>, 12.11.2012 (Stand: Januar 2013)

<sup>16</sup> Sony Pictures Digital Inc.: The social network. In: <http://www.thesocialnetwork-movie.com/>, 2011 (Stand: 2013)

**chatten, flirten, Networking, Freundschaftspflege, in Kontakt bleiben, neue Kontakte knüpfen, auf dem Laufenden bleiben.**

Diese Bereiche stellen kein Novum dar, jedoch wurden die Möglichkeiten in einem sozialen Netzwerk zusammen geführt.

### 3.5 Wissenschaft

Der Punkt der Wissenschaft bietet die folgenden Punkte:

**Informationsaustausch, Austausch von *know-how*, Verhaltensstudien, Umfragen, *Facebook Happiness Index*,<sup>17</sup> Publikationen, Ankündigungen, Präsentationen, Umfragen, Recherche.**

Ein ganz besonderer Punkt, welcher unter den Bereich der Forschung fällt, ist der *Facebook Happiness Index* (FbHI). Im Artikel aus der *Zeit Online* wird ein interessantes Beispiel zum o.g. Index vorgestellt. Die Auswertung des FbHI ist mit einer Umfrage gleichzustellen und beruht auf positiven und negativen Begriffen in den Statusmeldungen, welche sich auf bestimmte Ereignisse beziehen wie z.B. die Wiederwahl von *Barack Obama*, dem Präsident der Vereinigten Staaten.<sup>18</sup> Somit wird über bestimmte Algorithmen aus dem „*riesigen Haufen Informationsmüll (...), unermesslich kostbare Datensätze*“<sup>19</sup> herausgefiltert und zu statistischen Zwecken analysiert.

### 3.6 Kriminalität

Ein weiterer wesentlicher Punkt ist die Kriminalität und das Potential zur Generierung und Bekämpfung von Straftaten. Es besteht die Möglichkeit, dass staatliche sowie private Ermittler das soziale Netzwerk zur Personensuche nutzen, sowie gezielt nach Informationen oder Personen fahnden. Doch auch für illegale Machenschaften bieten internetbasierte soziale Netzwerke genug Spielraum. Oftmals handeln die Nutzer der Portale zu unüberlegt, was zu Personen- oder finanziellen Schäden führen kann. Datenmissbrauch und digitale Spionage sind nicht die einzigen angewandten Mittel. Auch wenn Menschen zu gutgläubig sind und vermeintlichen „Freunden“ auf deren bitte hin Geld zuschicken, kann dies zu finanziellen Schäden der Betroffenen führen. Aber auch *Stalking* nimmt innerhalb des Web 2.0 neue Züge

---

<sup>17</sup> Heinrich, Christian: Forschen mit Facebook. In: <http://www.zeit.de/2011/23/T-Facebook> , 03.06.2011 (Stand: Januar 2013)

<sup>18</sup> ebd.

<sup>19</sup> ebd.

an. So geben die vermeintlichen Opfer oftmals über soziale Netzwerke an, zu welchem Zeitpunkt und an welchen Ort sie anzutreffen sind, wodurch der Stalker dem Opfer sehr viel leichter hinterher spionieren kann. Bei der Generierung ist oftmals der „Faktor Mensch“ das Problem, welcher zu unvorsichtig und zu unbedacht mit seinen Daten und Äußerungen umgeht. Das Unterkapitel 3.6 bringt folgende Möglichkeiten innerhalb sozialer Netzwerke hervor:

**Mobbing, Phishing, Viren, Trojaner, falsche Spendenaufrufe, falsche Freunde, Stalking, Fahndungsplakat, Personensuche, Datenmissbrauch.**

### 3.7 Überwachung

Das Unterkapitel Überwachung soll auf Möglichkeiten hinweisen, welche sozialen Netzwerke in Bereich der Observierung und Beobachtung bieten. Es kann zunächst eine Untergliederung in staatliche, private und unternehmerische Überwachung eingeführt werden. Im Bereich der staatlichen Überwachung kann man je nachdem in welchem Staat man lebt, oder vielmehr die Server des Betreibers stehen, von Zensur reden. Bei der Zensur werden Inhalte kontinuierlich geprüft und ggf. gesperrt. Diese erfolgt von staatlicher Seite aus, jedoch nicht zwangsläufig über die Exekutive. Die Polizei nutzt sozialen Medien darüber hinaus auch um gezielt Personen oder verdächtige Einträge innerhalb sozialer Netzwerken ausfindig zu machen um evtl. präventionsmaßnahmen zu ergreifen. Speziell für diesen Einsatz schult die Gewerkschaft der Polizei junge Anwärter.<sup>20</sup> Aber auch im unternehmerischen Bereich ist eine Überwachung möglich. In diesem Zusammenhang können verschiedene Szenarien durchgespielt werden, wie z.B. dass der Arbeitgeber die Aktivität und Statusmeldungen von krankgeschriebenen Angestellten über soziale Netzwerke überprüft um daraus ggf. Schlüsse über die Krankmeldung zu ziehen. Eine Vielzahl verschiedener Punkte wird nachfolgend aufgezählt:

**Zensur, Polizei, Privatdetektiv, Angehörige, Freunde, (Ehe-)Partner/in, Angestellte, Industriespionage.**

### 3.8 Propaganda

Einen wichtigen Punkt stellt die Propaganda dar. Nach dem *Duden Online* bedeutet Propaganda, die

<sup>20</sup> Gewerkschaft der Polizei: Internetkriminalität-polizeiliche Ermittlungen in sozialen Netzwerken. [http://www.gdp.de/gdp/gdp.nsf/id/JG\\_S4](http://www.gdp.de/gdp/gdp.nsf/id/JG_S4), 2013 (Stand: Januar 2013)

*„systematische Verbreitung politischer, weltanschaulicher o.ä. Ideen und Meinungen mit dem Ziel, das allgemeine Bewusstsein in bestimmter Weise zu beeinflussen.“<sup>21</sup>*

So bieten die verschiedenen Portale Parteien, Organisationen und Vereinen mit radikalem Hintergrund einen Marktplatz um die eigenen Ansichten zu verbreiten. Oftmals passiert dies auf unterhaltsame Weise. So können doch schon über Witze oder ein vermeintlich lustiges Bild entsprechende Botschaften an die Betrachter übermittelt werden.<sup>22</sup> Aber auch Staaten können diese Quelle nutzen um im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit tätig zu werden. Tatsachen können verschleiert oder verschönt an die Öffentlichkeit weitergegeben werden. Das dies jedoch auch in beide Richtungen funktioniert und das Volk sich über soziale Netzwerke zusammenschließen kann, was sogar einen Putsch zur Folge haben kann, zeigten die Ereignisse, welche heute allgemein unter dem Namen *Arabischer Frühling* bekannt sind. Selbst Unternehmen können über die Online Portale einer breiten Masse die Unternehmensphilosophie aufdrängen oder sogar Lobbyarbeit betreiben. Die Möglichkeiten der Propaganda sehen wie folgt aus:

**Lobbyarbeit, Unternehmenseinstellung, Öffentlichkeitsarbeit.**

---

<sup>21</sup> Bibliographisches Institut GmbH: Propaganda. In: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Propaganda> , 2012 (Stand: Januar 2013)

<sup>22</sup>Baldauf, Johannes; u.a.: Zwischen Propaganda und Mimikry; Neonazi-Strategien in sozialen Netzwerken. <http://www.netz-gegen-nazis.de/files/Netz%20gegen%20Nazis2.0%20Internet.pdf> , 2011 (Stand: Januar 2013) , S. 6

## 4. Fazit

Das Ziel der Arbeit war eine möglichst objektive und neutrale Auseinandersetzung folgender Fragen:

**Welches Möglichkeitsspektrum bieten internetbasierte soziale Netzwerke und wie sind diese Möglichkeiten zu klassifizieren?**

Die Beantwortung soll mithilfe dem in Abb. 4.1 dargestellten Begriffsbaum erfolgen. Da es um eine objektive Bewertung der Fragestellung geht, soll weder Position noch Farbe einzelner Punkte beachtet werden. Die Gewählte Anordnung erfolge mit dem Hintergrund der optimalen Nutzung der zur Verfügung stehenden Seite. Diese Hausarbeit zeigt deutlich, dass internetbasierte soziale Netzwerke ein breitbändiges Möglichkeitsspektrum aufweisen. Es ist durchaus davon auszugehen, dass bei weitem nicht alle Möglichkeiten und Verknüpfungen im Rahmen dieser Arbeit genannt wurden. Die Abb. 4.1 zeigt einen Ansatz, auf welchem weiter aufgebaut werden kann. Des Weiteren muss die Prämisse genannt werden, dass nicht alle Möglichkeiten global anzusehen sind, sondern dass durchaus bezgl. einzelner Staaten Unterschiede bestehen können. Als Beispiel hierfür soll der im Kap. 3.8 Überwachung genannte Punkt der Zensur dienen. So ist das in einem Land wie Deutschland nicht vorstellbar und im Rahmen der Meinungsfreiheit auch nicht zulässig, jedoch in Länder mit anderen Regierungsstrukturen durchaus üblich. So ist in westlichen Ländern allgemein bekannt, dass z.B. die chinesische Regierung Inhalte im WWW zensiert und somit der Öffentlichkeit nicht zugänglich macht. Zudem ist bei genauerer Betrachtung zu erkennen, dass auch Querverknüpfungen bestimmter Kategorien möglich wären bzw. dass Begriffe doppelt auftauchen. Dies hat den Hintergrund der Übersichtlichkeit des Begriffsbaums, könnte aber auch indirekt daraufhin deuten, dass es gar nicht durchführbar ist die Möglichkeiten mit klar definierten Grenzen zu klassifizieren.

Zur Untersuchung und Interpretation des Begriffsbaums könnte folgende Regel genutzt werden:

**Zur Begriffserläuterung soll ein Begriff aus der Baumkrone gewählt werden, welcher über die Begriffe auf dem Pfad zum Stamm der Sozialen Netzwerke beleuchtet wird.**

Betrachtet wird der Begriffsbaum in Abb. 4.1 von oben nach unten. Zunächst soll ein Oberster Begriff ausgewählt und dem Pfad nach unten gefolgt werden. Alle Begriffe welche dem Pfad entlang *aufgesammelt* werden sollen mit, im Zusammenhang sinnvollen Füllwörtern, ergänzt werden. Wählt man z.B. als obersten Begriff das *Phishing* aus und wendet die vorgestellte Regel an, so sagt der Begriff bezogen auf internetbasierte soziale Netzwerke, folgendes aus:

**Phishing beschreibt die digitale Spionage bei der Generierung von Internet-Kriminalität in sozialen Netzwerken.**

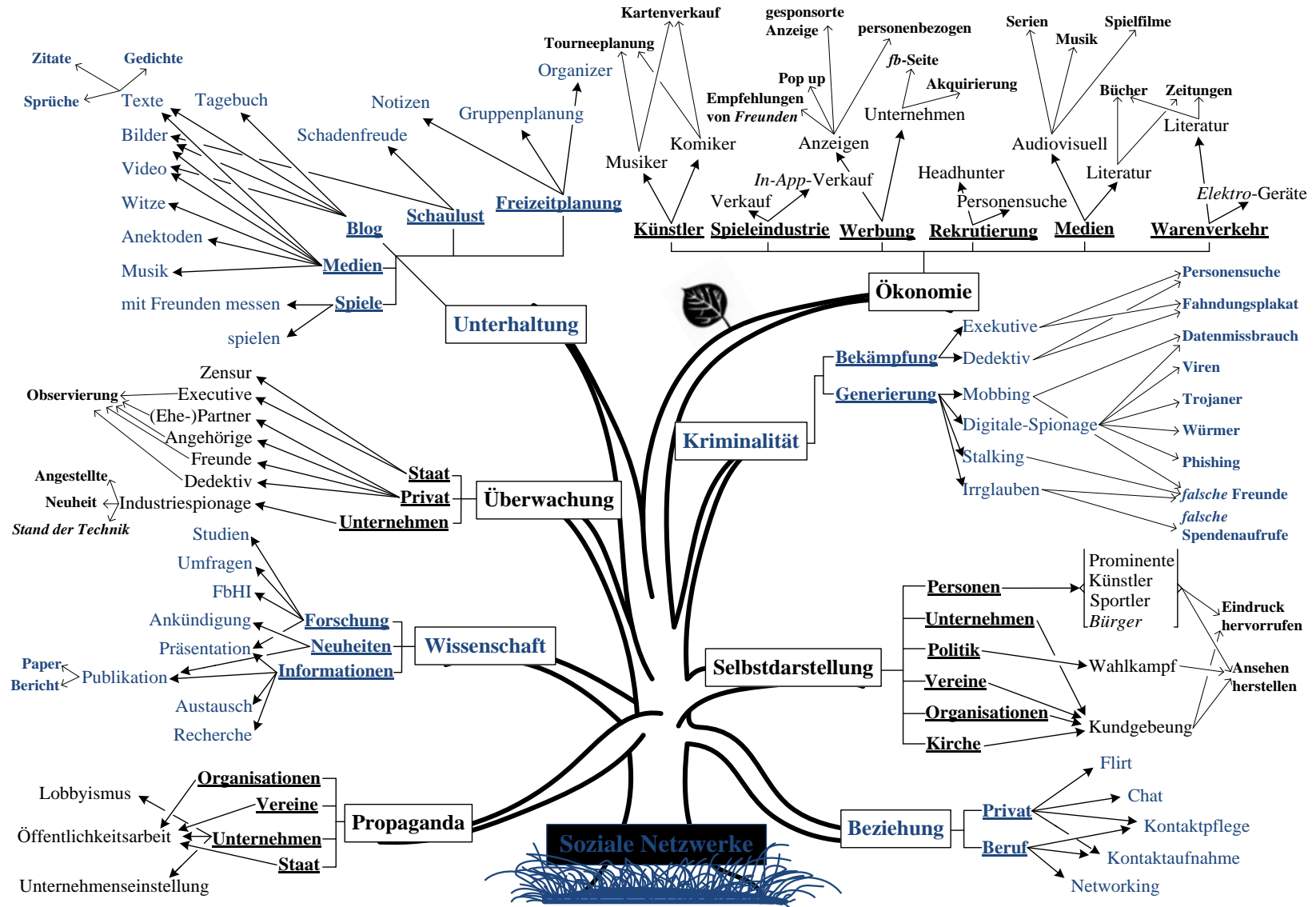


Abb. 4.1 Begriffsbaum zur Darstellung des klassifizierten Möglichkeitsspektrums internetbasierter sozialer Netzwerke.

## 5. Referenzen

Baldauf, Johannes; u.a.: Zwischen Propaganda und Mimikry; Neonazi-Strategien in sozialen Netzwerken. In: <http://www.netz-gegen-nazis.de/files/Netz%20gegen%20Nazis2.0%20Internet.pdf> , 2011 (Stand: Januar 2013)

Bastians, Frauke: Soziale Netzwerke.

In: [http://www.home.uni-osnabrueck.de/pwurster/netzwerkkapitel\\_frauke.pdf](http://www.home.uni-osnabrueck.de/pwurster/netzwerkkapitel_frauke.pdf), 15.08.2001 (Stand: Januar 2013)

Bibliographisches Institut GmbH: In: <http://www.duden.de/> , 2012 (Stand: Januar 2013)

*büez web services GmbH, Branding im Netz: Top 20 Nutzerzahlen Soziale Netzwerke Marktanteil weltweit.* In: <http://bueez-web-services-gmbh.ch/nutzerzahlen-soziale-netzwerke-marktanteile-weltweit/> , Frühjahr 2012 (Stand: Januar 2013)

Finanzen.net GmbH: Bilanz Zynga Aktie. In: <http://www.finanzen.net/> , 2011 (Stand: Januar 2013)

Gewerkschaft der Polizei: Internetkriminalität-polizeiliche Ermittlungen in sozialen Netzwerken. In: [http://www.gdp.de/gdp/gdp.nsf/id/JG\\_S4](http://www.gdp.de/gdp/gdp.nsf/id/JG_S4) , 2013 (Stand: Januar 2013)

Heinrich, Christian: Forschen mit Facebook. In: <http://www.zeit.de/2011/23/T-Facebook> , 03.06.2011 (Stand: Januar 2013)

Informatik und Gesellschaft 2010: Definition von sozialen Netzwerken. In: <http://www.informatik.uni-oldenburg.de/~iug10/sn/html/content/definition.html>, 2011 (Stand: Januar 2013)

Katerna, Sylvia; Schmidt, Sarah: Soziale Netzwerke. In: <http://www.uibk.ac.at/psychologie/mitarbeiter/leidlmair/soziale-netzwerke.pdf>, 15.02.2011 (Stand: Januar 2013)

Mai, Jochen; Retting, Daniel: Facebook-das zweite Internet.

In: <http://www.wiwo.de/erfolg/trends/soziale-netzwerke-facebook-das-zweite-internet-seite-all/5154996-all.html> , 12.11.2012 (Stand: Januar 2013)



Plötz, Henryk: Entstehung des Internet. In: <http://de.selfhtml.org/intro/internet/entstehung.htm>, 2007 (Stand: Januar 2013)

Soziale Beziehungen & Gesellschaft – Proseminar Sommersemester 2005: Soziale Netzwerke. In: [http://eswf.uni-koeln.de/lehre/05/08/08\\_Schenk\\_Netzwerke.pdf](http://eswf.uni-koeln.de/lehre/05/08/08_Schenk_Netzwerke.pdf), 2005 (Stand: Januar 2013)

Spiegel, Carmen; Spranz-Fogasy, Thomas: Selbstdarstellung im öffentlichen und beruflichen Gespräch. In: <http://www.verlag-gespraechsforschung.de/diskursforschung/1-215-232.pdf>, 2002 (Stand: Januar 2013)

Toalster, Patrick: Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken. In: <http://www.toalster.de/soziale-netzwerke/selbstdarstellung-in-sozialen-netzwerken/>, 17.11.2012 (Stand: Januar 2013)