

Anja Ebersbach, Markus Glaser, Richard Heigl

Social Web

2., völlig überarbeitete Auflage

UVK Verlagsgesellschaft mbH

Inhalt

Geleitwort (Rainer Kuhlen).....	9
Vorwort zur ersten Auflage.....	11
Vorwort zur zweiten Auflage.....	13
1 Einleitung.....	15
1.1 Perspektiven für eine wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Social Web.....	15
1.2 Geschichte des Internets als sozialer Treffpunkt.....	16
1.2.1 Vernetzte Computer als Kommunikationsmedium.....	17
1.2.2 Die ersten selbstverwalteten Computernetze.....	20
1.2.3 Kommerzialisierung und Professionalisierung.....	22
1.2.4 Web 2.0 - die Aneignung des Netzes.....	25
1.3 Begriffsklärung und Abgrenzung.....	27
1.3.1 SocialWeb und Web2.0.....	27
1.3.2 Definition »Social Web«.....	32
2 Praxis des Social Webs.....	37
2.1 Einteilungskriterien.....	37
2.2 Wikis.....	39
2.2.1 Geschichte.....	41
2.2.2 Berühmte Wikis.....	43
2.2.3 Funktionsweise.....	45
2.2.4 Komponenten.....	49
2.2.5 Anwendungsgebiete.....	50
2.2.6 Der Wiki-Effekt.....	51
2.2.7 Ein kleiner Kulturschock.....	55
2.2.8 Schattenseiten.....	56
2.2.9 Ein eigenes Wild erstellen.....	58
2.3 Blogs.....	61
2.3.1 Geschichte.....	62
2.3.2 Einteilungskriterien.....	65

2.3.3	Beliebte Blogs.....	66
2.3.4	Funktionsweise.....	67
2.3.5	Komponenten eines Blogs.....	68
2.3.6	»Wie ich blogge!?!«.....	71
2.3.7	Die Blogosphäre.....	73
2.3.8	Zwischen Tagebuch und Graswurzel-Journalismus.....	75
2.3.9	Podcast.....	77
2.3.10	Schattenseiten.....	81
2.3.11	Einen eigenen Blog betreiben.....	82
2.4.	Microblogs.....	84
2.4.1	Die Erfolgsgeschichte von Twitter.....	86
2.4.2	Twitterfunktionen.....	88
2.4.3	Twitter-Lingo.....	89
2.4.4	Wer twittert was?.....	90
2.4.5	Werkzeuge für Twitter.....	92
2.4.6	Ein eigenes Microblogssystem betreiben.....	94
2.5.	Social Networks.....	96
2.5.1	Soziale Netzwerkforschung.....	97
2.5.2	Prominente Beispiele.....	99
2.5.3	Eigenschaften und Unterschiede.....	102
2.5.4	Mehr-Ebenen-Networking.....	110
2.5.5	Facebook - Ein exemplarischer Sonderfall.....	111
2.5.6	Schattenseiten.....	114
2.5.7	Ein eigenes Netzwerk erstellen.....	116
2.6	Social Sharing.....	117
2.6.1	Funktionsweise.....	119
2.6.2	Social Bookmarking.....	126
2.6.3	Medialeinhalte.....	130
2.6.4	Produktbewertung.....	136
2.6.5	Social Search.....	138
2.6.6	Eine eigene Sharing-Plattform?.....	140
2.7.	Weitere Konzepte des Social Webs.....	142
2.7.1	Tagging.....	142
2.7.2	Newfeeds.....	149
2.7.3	Mashups.....	154
2.7.4	Funktionen, die die Community unterstützen.....	158
2.8.	Die Technik des Social Webs.....	161
2.8.1	Grundlagen der Web-Anwendung.....	161
2.8.2	Benutzerfreundlichkeit durch Ajax.....	163

2.8.3	Viele neue Schnittstellen.....	172
2.8.4	Verwendete Sprachen.....	179
2.8.5	Mikroformate.....	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.....	200
3.1.5	Dynamik der Kooperation.....	206
3.1.6	Kollektive Intelligenz.....	210
3.1.7	Das ewige Beta.....	211
3.1.8	Web Monitoring.....	217
3.1.9	Wie starte ich meine eigene Community?.....	219
3.2	Gesellschaftliche Bedeutung.....	222
3.2.1	Was treibt das Social Web?.....	222
3.2.2	Gesellschaftliche Sphären.....	231
3.2.3	Geschäftsmodelle.....	242
3.2.4	Die rechtliche Seite.....	246
3.2.5	Open Source versus Closed Source.....	254
3.2.6	Datenschutz.....	257
4	Ausblick.....	271
4.1	Auf dem Weg zum Web 3.0? Die technische Entwicklung.....	272
4.2	Das Social Web als Leitmedium einer sich verändernden Gesellschaft.....	274
4.2.1	Arbeitsweisen.....	275
4.2.2	Netzpolitik.....	277
Anhang.....		281
Glossar.....		281
Literatur & Links.....		291
Index.....		311