

## Fragen zu Facebook

Ziel dieses Vortrags ist es, ein paar Fragen zu Facebook aufzuwerfen. Ich werde sie nicht alle beantworten – ich möchte in erster Linie ein Bild von Facebook entwickeln, und stehe mit diesem Ansatz noch am Anfang. Am Ende des Vortrags ergeben sich drei Thesen.

Welche Fragen an Facebook kann man stellen? Da Facebook inzwischen von vielen benutzt wird kann man Fragen folgender Art stellen: Welchen Einfluss hat Facebook? (Auf die Wirtschaft, die Politik, oder sonstige Bereiche)

Natürlich gibt es auch den grossen Komplex Datenschutz: Wie sicher sind meine Daten? Wer hat Zugriff? Werden sie verarbeitet? Und: wie werden sie verarbeitet?

Ein weiterer Komplex von Fragen dreht sich um die Wechselwirkungen: Verändert uns Facebook? Unseren Alltag? Unseren Umgang mit anderen Menschen?

(Und weiter: Strukturiert Facebook Informationen? Verändert es vielleicht gar unser Denken?)

Zunächst zum Thema Einfluss, oder Macht. Dazu ein paar Fakten:

FB könnte an der Börse 100 Mrd. Dollar wert sein – geplanter Börsengang nach Gerüchten 2012 – der Gewinn im Jahr 2010 lag bei 1 Mrd Dollar – der geschätzte Börsenwert ist das 100-fache.

Weltweit sind die Nutzerzahlen steigend, wenn auch langsamer als bisher (Es gab letztes Jahr i.d.R. 20 Mio neue User pro Monat, im Mai und Juni 2011 „nur“ 12 respektive 14 Mio neue).

Diese Zahlen beruhen lediglich auf der Messung der Reichweite der geschalteten Werbung, sagen also nicht direkt etwas über das Gesamtwachstum aus – die Werbung ist jedoch einer der wichtigsten Faktoren in FB. Die Zahlen sind nicht eindeutig – die genannten Zahlen stammen von „Inside Facebook“, es gibt unterschiedliche Zahlen, je nach Quelle – wobei es verständlich ist, wenn FB solche Analysen relativieren möchte, falls der Börsengang geplant ist.

Jedenfalls scheinen die „klassischen“ Märkte Nordamerika / Europa gesättigt, abgesehen von Deutschland → dies erklärt auch FB.

Es gibt weltweit 687 Mio Nutzer → etwas mehr als 1/3 aller Menschen mit Internetzugang haben einen Account.

Diese Zahlen sind die Grundlage für politischen Einfluss. Man denkt hierbei vielleicht zuerst an die sogenannte "Facebook-Revolution" – ein äusserst fragwürdiger Begriff. Ich möchte allerdings an zwei anderen Beispielen aus jüngster Zeit Facebooks Verhältnis zur Macht erläutern.

Barack Obama: Facebook und andere soziale Medien spielten für seinen Wahlkampf eine zentrale Rolle. Am 20. April hielt er eine Gemeindeversammlung in der Facebook-Zentrale in Palo Alto (Kalifornien). Zitat des amerikanischen Präsidenten, gerichtet an Mark Zuckerberg:

»Was Sie hier aufgebaut haben, revolutioniert die Art und Weise, wie Menschen an Informationen kommen, wie sie Informationen verarbeiten, wie sie miteinander in Kontakt treten. Historisch betrachtet, sind Sie Teil dessen, was eine gute Demokratie ausmacht.«

Rund einen Monat später, am 24./25. Mai, fand das e-G8-Forum statt: Frankreichs Präsident Sarkozy lud u.a. Eric Schmidt und Mark Zuckerberg hierzu ein – die Nähe zum G8-Gipfel ist nicht nur zeitlich, und räumlich, sondern auch inhaltlich: die Ergebnisse des Forums wurden beim G8-Gipfel vorgelegt.

In diesem kleinen Rahmen kann vielleicht die folgende These Facebooks Verhältnis zur Macht charakterisieren: Die Machthaber der „westlichen“ Welt suchen die Nähe zum grössten Medium unserer Zeit.

Ich möchte mich nun dem Komplex Datenverarbeitung zuwenden, zunächst unter der Frage: was geschieht mit den Daten?

Zum Beispiel folgendes: seit 2007 gibt es den von Facebook selbst herausgegebenen Facebook Happiness Index, der anhand der Wörter in den Statusmeldungen die Stimmung der User ermittelt.

Umfangreiche Daten in dem Sinne, dass es sehr viele sind, lassen vermuten, dass dieser Index repräsentativ ist – allerdings wirkte sich z.B. Fukushima nicht auf die Stimmung aus. Das ist ziemlich kontraintuitiv, über den Repräsentationsgehalt dieser Datenverwertung lässt sich also streiten.

Der angesprochene Umfang der vorhandenen Daten ist zunächst äusserst interessant für die empirische Sozialforschung (Soziologen / Psychologen, die nicht von Facebook beschäftigt werden). Ich zitiere aus der Zeit:

„Aber lernen die Forscher dabei tatsächlich etwas über die Menschen – oder nur darüber,

wie die sich darstellen? Ist das Verhalten in Sozialen Netzwerken tatsächlich authentisch? Oder schaffen sich die Beteiligten eine künstliche Identität, die mit ihrem »Offline-Verhalten« nur wenig zu tun hat?

Die Ansicht, der Benutzer erschaffe auf den Seiten ein geschöntes, idealisiertes Bild seiner selbst, war in den vergangenen Jahren weit verbreitet. Doch inzwischen gewinnt die Gegenthese an Boden: dass wir unsere Persönlichkeit einfach auf die Sozialen Netze ausdehnen. Zeige mir dein Facebook-Profil, und ich sage dir, wer du bist.“ → Dies liess sich auch in einer empirischen Studie zeigen. Qualitativ wird diesen Daten also eine hohe Relevanz zugesprochen.

Ein Problem stellt sich jedoch für die, nennen wir sie unabhängigen, Forscher: an die Daten zu gelangen. Sie versuchen das mittels Apps, denen man zustimmen muss. Sobald jedoch Menschen aus einer Zielgruppe nicht zustimmen, sind die dort gesammelten Daten nicht mehr repräsentativ.

Facebook selbst stellt sich dieses Problem nicht: es beschäftigt das Facebook-Data-Team, eine Gruppe von 15 Soziologen bzw. Statistikern, unter Leitung von Cameron Marlow. Von ihnen stammt der Facebook-Happiness-Index.

Es gibt viele weitere Versuche anhand von Inhalten sozialer Netzwerke Prognosen zu treffen, z.B. kann anhand Tweets gezeigt werden, ob ein Kinofilm Erfolg haben wird – allerdings erst am Tag vor der Premiere. Ausserdem gibt es Studien in Richtung Finanzmärkte, also ob es Korrelationen zwischen sozialen Netzwerken und der Börse gibt – dazu wird Martin etwas erzählen.

Zwischenfazit: Den Daten in sozialen Netzwerken wird ein hoher Wert zugesprochen. Problematisch hierbei ist der Zugang dazu.

Zum Abschluss dieses kleinen Vortrags möchte ich noch einige Thesen von Amber Case erläutern. Es geht hier um die Frage der Wechselwirkungen auf uns als Menschen. Case bezeichnet sich selbst als „Cyber-Anthropologin“.

Ihre These lautet, auf den Punkt gebracht: Wir sind Cyborgs.

Ich zitiere aus einem Interview mit ihr: „Jedes Mal wenn Sie auf einen Computerbildschirm schauen oder Ihr Handy nutzen, gehen Sie eine Beziehung mit nicht menschlicher Technologie ein. Sie machen das regelmäßig, es gehört zu Ihrem Alltag. Somit sind Sie ein Cyborg.“

„(...) der Begriff [Cyborg wurde] zum ersten Mal 1960 in einem Artikel über Raumfahrt

verwendet. Ein Cyborg, so heißt es dort, sei ein Organismus, dem körperfremde Komponenten hinzugefügt werden, damit er sich an eine neue Umgebung anpassen kann.“

„Die Technik steht im Dienst der Menschen. Wir schaffen Roboter, Handys und andere technische Geräte nach unseren eigenen Bedürfnissen. Sie machen uns funktionaler, produktiver, einfach besser. Die Technik macht uns zu Supermenschen.“

„Heute sind Soziale Netzwerke das echte Leben. Hier treffen sich echte Menschen, werden echte Freundschaften geschlossen und echte Netzwerke aufgebaut. Und ebenso wie man morgens duscht, sich anzieht und die Haare macht, muss man im virtuellen Leben sein Profil pflegen, also ordentliche Fotos und sinnvolle Beiträge posten.“

Amber Case gab auch einen Ted-Talk mit dem Titel: „We are all Cyborgs now“, dessen Gedankengang ich als äusserst relevant im Zusammenhang der sozialen Netzwerke einschätze – ich möchte ihn kurz skizzieren.

Case begreift den klassischen Werkzeuggebrauch (man denke an einen Hammer) als „extension of the physical self“, also Erweiterung des physischen Selbst. Heute findet, quasi als Weiterentwicklung dieser Struktur, eine „extension of the mental self“ statt – dies hat mehrere Aspekte: man hat ein zweites Selbst, online, das sich zum Beispiel an der Facebook-Pinwand manifestiert. Der zweite Aspekt ist auch technologischer Natur: sie begreift Handys als technosoziale Wurmloch; durch diese Werkzeuge findet „compression of time and space“, also eine Verdichtung von Raum und Zeit, statt. Ich würde noch einen Schritt weiter gehen, und diesen Aspekt als Überwindung von Raum und Zeit bezeichnen, denn wir können, unabhängig von Raum und Zeit, mit anderen Menschen kommunizieren. Wir können uns jederzeit verbinden mit jedem, den wir wollen. Case zieht aus der These, dass wir zwei Selbste – das physische und das mentale – haben den Schluss, dass der moderne Mensch zwei mal erwachsen werden muss.

Es ist meines Erachtens ziemlich schwierig, bei einer Person von zwei Selbsten zu sprechen, da die philosophischen und psychologischen Fragen, die sich an eine solche These anschliessen, den Personenbegriff verändern. Ausserdem erinnern wir uns an die Passage aus der Zeit: „dass wir unsere Persönlichkeit einfach auf die Sozialen Netze ausdehnen.“ Allerdings macht diese These klar, dass wir in unserer heutigen Welt in zwei Bereichen handeln: physisch und virtuell.

Ich möchte die genannten Aspekte noch einmal zusammenfassen: Facebook ist das

grösste Medium unserer Zeit, und damit auch von politischer Relevanz. Auch für Wissenschaftler ist Facebook interessant, da sich in diesem Medium empirische Daten finden, zu denen es nichts qualitativ vergleichbares gibt. Es ist eine offene Frage, wie sich digitale Medien auf uns als Menschen auswirken, fest steht jedoch, dass die Technik uns in gewisser Weise erweitert – was zunächst wertneutral ist.

Zur Frage, welche Wechselwirkungen Facebook auf unsere „real-life“ Freundschaften hat, ein Zitat von Mark Zuckerberg, womit ich abschliessen möchte: „Facebook hilft, mit Leuten in Kontakt zu bleiben, die wir auch im echten Leben kennen. Mehr nicht. Wer glaubt, dass jeder Facebook-Kontakt ein Freund ist, der weiß nicht, was Freundschaft bedeutet.“

Vielen Dank für Eure Aufmerksamkeit!

Sowohl wörtliche Zitate als auch inhaltliche Anlehnungen sind im Text nicht immer explizit gekennzeichnet. Es erscheint aber jede Quelle im Verzeichnis:

„Virtuell bin ich besser“ – Interview mit Amber Case. Verfügbar unter <http://www.zeit.de/zeit-wissen/2011/03/Amber-Case> .

„Forschen mit Facebook“. Verfügbar unter <http://www.zeit.de/2011/23/T-Facebook> .

„Facebook und die Macht“. Verfügbar unter <http://www.zeit.de/2011/18/Facebook-Wahlkampfhelper> .

„We are all cyborgs now“. Verfügbar unter [http://www.ted.com/talks/lang/eng/amber\\_case\\_we\\_are\\_all\\_cyborgs\\_now.html](http://www.ted.com/talks/lang/eng/amber_case_we_are_all_cyborgs_now.html) .