

Soziale Medien in der Wissenschaft

François Bry
*Institut für Informatik
Humanwissenschaftliches Zentrum
19.5.2007*

Inhalt

1. Soziale Medien heute
2. Zu erwartende Entwicklung
3. Forschungsperspektive
4. Perspektive für die LMU
5. Schlussbemerkungen

1. Soziale Medien heute

- **Netzwerkplattformen:** *Facebook, Xing.com, studiVZ, LinkedIn, Pulse, TakingItGlobal, usw.*
 - Immer aktuelles Adressbuch
 - Unterschiedliche "soziale Dienste": *Foren, Vorstellungen, Vermittlung, Personal- und Stellensuche, Stellenanzeigen, Personensuche, usw.*
 - Unterschiedliche soziale Regeln: *Kennen lernen, Vorstellungen, usw.*
- **Bilder-, Film- und Musik-Server/Märkte:** *flickr, YouTube, iTune, usw.*
 - Bewertungen: *von jedem für jeden*
 - Zusammenstellungen und Veränderungen: *Vom passiven Verbraucher zum Mitgestalter*
 - Teilung: *Nischeninteresse werden bedient*

1. Soziale Medien heute

- **Märkte:** *eBay, Amazon, InnoCentive, YourEncore, Eureka Medical, usw.*
 - "Long Tail": *Nischenprodukte für Nischenmärkte machen schätzungsweise 50% des Umsatzes von Amazon aus*
 - Empfehlungen: *unter Mitwirkung der Nutzer*
 - Forschungs- und Entwicklungsmärkte: *Ausschöpfung eines bisher kaum genutzten Potenzials*
- **Taggingplattformen:** *del.icio.us, CiteUlike, PennTags, usw.*
 - A posteriori klassifizieren
 - Klassifikationen teilen

1. Soziale Medien heute

- **Wikis:** *Wikipedia, California Open Source Textbook,*
 - "Mass collaboration": *Londoner Terroristenangriffe in Wikipedia*
 - Zusammenarbeit für "verteilte" Teams
- Blogs

Technische Grundlagen der sozialen Medien:

- Internet und Web (*HTTP, HTML*)
- Web 2.0 (*oder "read-write Web"*)
- Suchmaschinen (*Indizierung, Ranking, Text-, Bild- und Tonanalyse*)

2. Zu erwartende Entwicklung

- **Verbreitung der sozialen Medien im Beruf**

zum Beispiel:

- BMW: *RedSquare (wissen, was das Unternehmen weiss)*
- SUN Microsystems: *Wikis in der Softwareentwicklung*
- Roche: *YASE (alles ist Meta-Daten)*

- **Verbreitung der sozialen Medien in Lehre und Weiterbildung**

- TakingItGlobal nimmt sich eine Reform der Schule vor
- Neue Lehrbücher (etwa in Kalifornien)
- Neue Lehrformen

- **Änderung des Wissenschaftsbetrieb** wie im 18. und 19. Jht durch die Learning Societies und wissenschaftliche

2. Zu erwartende Entwicklung

- **Verbreitung der sozialen Medien in der Presse**
 - Blogs
 - Tagging
 - Personenbezogene Zusammensetzung ("*adaption*")
- **Verbreitung der sozialen Medien im Handel**
 - Gebrauchsanweisungen
 - Bewertungen
- **Verbreitung der sozialen Medien in der Verwaltung**
 - Aktuelle Verwaltungsvorschriften

2. Zu erwartende Entwicklung

- **Verbreitung der sozialen Medien in der Wissenschaft**
 - Tagging-Plattformen
 - Wikis
 - Neue Formen des "peer review": *a posteriori, stetig, review the reviewers, etc.*
 - Empfehlungssysteme für wissenschaftliche Literatur
 - Spezialisierte Suchmaschinen
 - Neue Formen von wissenschaftlichen Publikationen: *Artikel-Threads, themenbezogene Antologien statt a priori Auswahl, usw.*

3. Forschungsperspektive

- **Impact-Forschung**

- Wirtschaftswissenschaften, Pädagogik, Arbeitspsychologie, usw.

- **Weiterentwicklung der Technologie**

- Fortgeschrittenes Tagging: *z.B. Hotel => Reise*
- Semantic Wiki
- Generische Ansätze, Standards
- Suchmaschinen
- Empfehlungssysteme
- usw.

3. Forschungsperspektive

- **Soziale Medien in "computer-scheuen" Fächer**
 - Computing-Dienste wie Text- oder Bildanalyse über soziale Medien anbieten
 - Soziale Medien sind zur Überwindung von Isolierung und Fragmentierung bestens geeignet

4. Perspektive für die LMU

"Soziale Medien für die Wissenschaft" sind

- ein aktuelles Thema für die interdisziplinäre Forschung
- relevant für alle Bereiche der LMU
- kein rein technisches Thema
- auch eine nötige Infrastruktur
- ein Möglichkeit zur deutschland- und weltweiten Profilierung der LMU

5. Schlussbemerkungen

Mehr dazu:

- **Publikationen:** <http://pms.ifi.lmu.de/publikationen>
- **Blog:** <http://pms.ifi.lmu.de/erlebt>

Über den Vortragenden:

- **home page:** <http://pms.ifi.lmu.de/~bry>
- **Xing:** http://www.xing.com/profile/Francois_Bry
- **LinkedIn:** <http://www.linkedin.com/in/francoisbry>

Für Anregungen und Fragen:

- <mailto:bry@lmu.de>
- **skype:** francoisbry
- **Tel.:** 21 80 93 08 oder 21 80 93 10