

# Wohin mag der/die User/in?

---

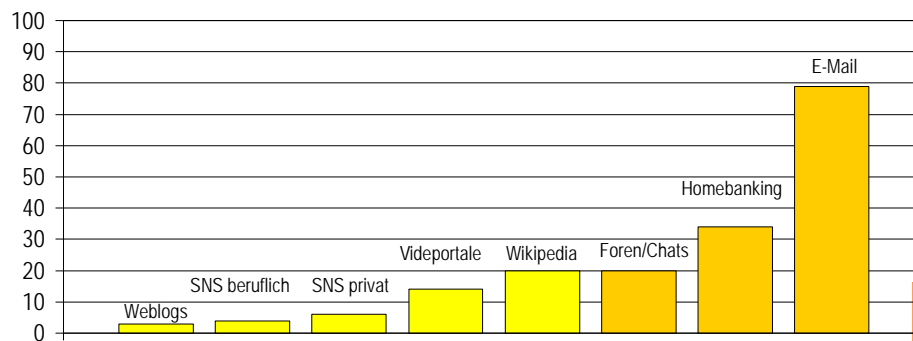
Dr. Jan-Hinrik Schmidt

Bad Boll, 27.06.2008

## Kontinuität und Koexistenz

Diskussionen um das Web 2.0 betonen (vermeintlich revolutionäre) Brüche der Internet-Entwicklung, doch tatsächlich finden sich zahlreiche Kontinuitäten in der Nutzung des Internet, das sich in den vergangenen zehn Jahren als Medium für Kommunikation, Information, Unterhaltung und Transaktionen etabliert hat

Nutzung ausgewählter Internetanwendungen (mindestens wöchentlich; in %)



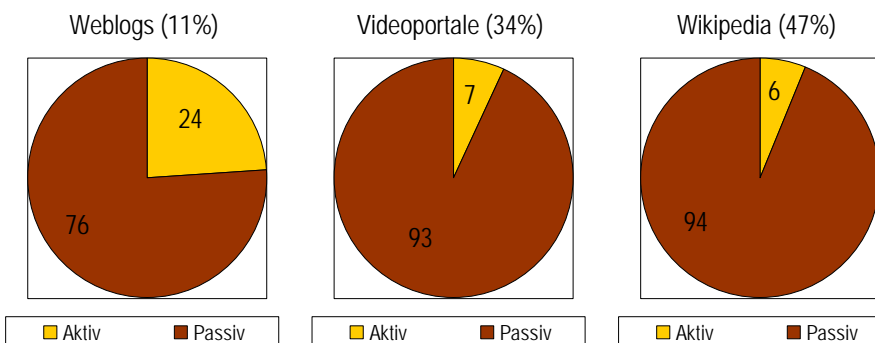
Quelle: ARD/ZDF Onlinestudie 2007

Bad Boll

Seite 2 von 9

## Passiv vs. Aktiv

Mehrzahl der Nutzer von Web 2.0-Anwendungen bleibt passiv-rezipierend; nur eine Minderheit trägt mit eigenen Inhalten bei



Quelle: ARD/ZDF Onlinestudie 2007

Bad Boll

Seite 3 von 9

## Was reizt die Nutzer am Web 2.0

Web 2.0 umfasst Anwendungen für onlinegestütztes

- **Identitätsmanagement** (Darstellung individueller Interessen, Erlebnisse, Meinungen, Kompetenzen, etc.)



[www.flickr.com/photos/44029537@N00/12760664/](http://www.flickr.com/photos/44029537@N00/12760664/)



- **Beziehungsmanagement** (Pflege von bestehenden und Knüpfen von neuen Beziehungen)

<http://flickr.com/photos/mylesdgrant/495698908/>

- **Informationsmanagement** (Selektion und Weiterverbreitung von relevanten Daten, Informationen, Wissen- und Kulturgütern)



[http://www.flickr.com/photos/axels\\_bilder/1267008046/](http://www.flickr.com/photos/axels_bilder/1267008046/)

Bad Boll

Seite 4 von 9

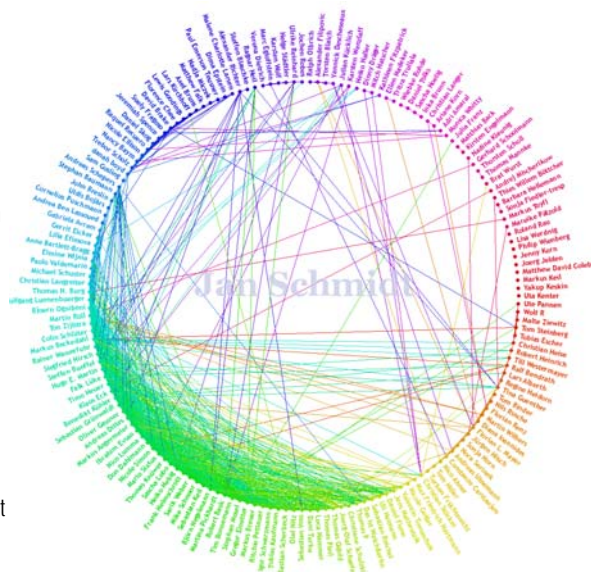
## Präsentation der eigenen Identität



- Trend im Web 2.0: Auftreten mit „echter Identität“, um auffindbar zu sein und Selbstpräsentation, ggfs. auch Reputation an eigene Person zu koppeln
- ⇒ Menschen reagieren auf und verstärken Prozesse der vernetzten Individualisierung, die unsere Gesellschaft prägen
- ⇒ Identitätsmanagement geschieht in der Regel nicht für ein gesamtgesellschaftliches Publikum, sondern für *persönliche Öffentlichkeiten*

## Artikulation sozialer Beziehungen

- Internet ermöglicht es, soziale Beziehungen aus dem „echten Leben“ zu artikulieren, zu pflegen und zu erweitern
- ⇒ Reale Identität und reales Beziehungsnetz wird im Virtuellen teils gespiegelt, teils um weitere Facetten ergänzt
- ⇒ Beziehungsmanagement unterstützt den Aufbau und Erhalt von Sozialkapital, also von Ressourcen, die man aus seiner Zugehörigkeit zu bestimmten Gruppen oder Netzwerken bezieht



## Orientierung in der Informationsvielfalt

- Massenmediale, themenspezifische und persönliche Öffentlichkeiten überlappen sich im Web 2.0, und zu den Filterleistungen professioneller Experten (insbes. Journalisten) treten neue Mechanismen

1. *Weisheit der Masse:* Bewertung von Informationen durch Vielzahl von Nutzern (z.B. „Beliebteste Videos“ bei Youtube; Tagging-Systeme, ...)
2. *Weisheit des eigenen Netzwerks:* Zusammenstellen eines individuellen Repertoires relevanter Quellen durch Nutzer selbst (z.B. durch RSS-Technologie unterstützt)



<http://www.flickr.com/photos/caribb/78761334/>



<http://www.flickr.com/photos/ogil/274628990/>

Bad Boll

Seite 7 von 9

## Das Ende der Privatsphäre?



<http://www.flickr.com/photos/mrlerone/2360572263/>

Bad Boll

Seite 8 von 9

Herzlichen Dank für die Aufmerksamkeit!



Dr. Jan Schmidt  
Hans-Bredow-Institut für Medienforschung  
Senior Researcher für digitale interaktive Medien und  
politische Kommunikation  
Warburgstr. 8-10, 20354 Hamburg  
j.schmidt@hans-bredow-institut.de  
www.hans-bredow-institut.de  
www.schmidtmitdete.de