merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Alfred Reif: Habitualisierung der Social Communitys

Beitrag aus Heft »2012/05: Medienkonjunkturen - Medienzukunft«

Die ARD/ZDF-Onlinestudie für das Jahr 2012 stellt fest, dass 75,9 Prozent der Deutschen ab 14 Jahren das Internet wenigstens zeitweise nutzen. Besonders die über 50-Jährigen gehen immer kontaktfreudiger mit dem Medium Internet um. Jedoch stehen für sie noch die klassischen ‚Web 1.0'-Anwendungen wie E-Mail, Informationssuche und Onlineshopping im Vordergrund. ‚Web 2.0'-Anwendungen wie Social Networks, Audio- und Videoaufrufe werden nach wie vor vermehrt von Jüngeren genutzt. Seit 2006 beschäftigt sich die ARD/ZDF-Onlinestudie gesondert mit Anwendungen des ‚Web 2.0'. Unterschieden werden bei den Communitys berufliche und private Netzwerke. Dabei zeigte sich, dass aktuell etwa 23 Millionen Erwachsene ab 14 Jahren in einem privaten Netzwerk angemeldet sind. Die 20- bis 29-Jährigen haben im Vergleich zum Vorjahr um vier Prozentpunkte von 70 auf 74 Prozent zugelegt. Besondere Affinität zeigen in Bezug auf Communitys jedoch die 30- bis 39- Jährigen (2012: 56 Prozent und 2011: 45 Prozent).

Im Mittelwert werden täglich 54 Minuten für die Nutzung einer Community aufgewendet. Bei Teens und Twens liegt dabei mit 62 und 77 Minuten die tägliche Onlinezeit in Communitys über dem Durchschnitt. Besonders genutzt werden die Communitys wie auch 2011 für private Belange. Über tagesaktuelle Nachrichten informieren sich in Communitys wie im Vorjahr 26 Prozent. Für die Nutzerinnen und Nutzer werden die Community-Funktionen immer mehr zu einer ‚All-in-One-Anwendung', die weitere Web 2.0-Anwendungen (E-Mail, Video) in sich aufnimmt, und somit ein Verlassen des Netzwerkes nicht mehr nötig macht. Auch geht aus der Studie hervor, dass außerhalb der Communitys das Web 2.0 fast nur noch passiv genutzt wird. Nur acht Prozent sind noch offen für eine aktive Netzbeteiligung. Dabei ist vielen bewusst, dass die Annehmlichkeiten der Webinhalte oft mit der Freigabe personenbezogener Daten verknüpft sind.Media Perspektiven 7-8/2012

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de