#### Materialblatt\_INTERNET\_01 – Nutzungsszenarien und Angebote im Internet

##### Differenzierungsmöglichkeiten

Eine Einteilung in Formate, wie sie z.B. für das Medium Fernsehen existiert, gibt es in der wissenschaftlichen Thematisierung des Internets nur rudimentär. Dies ist zum einen in der Vielschichtigkeit der Angebote begründet. Zum anderen liegt es an der sogenannten Medienkonvergenz im Internet, also der Verbindung und teilweisen Verschmelzung von Medien und Formaten, die traditionell getrennt voneinander existierten. Sendungsformate wie z.B. Informations- oder Unterhaltungssendungen sind gleichsam im Internet zu finden, wie Dienstleistungs- oder Kommunikationsangebote – und dies nicht selten auf ein und demselben Portal. So hat sich eine Einteilung von Internetangeboten in Bezug auf ihre Nutzungsmöglichkeit etabliert. Dabei fällt die zunehmende Verbindung dieser auf medienkonvergenten Plattformen auf.

###### Unterhaltungsangebote

z.B.:

* Videoportale
* Witzeseiten
* Mediatheken der TV-Sender etc.

###### Informationsangebote

z.B.:

* Suchmaschinen (als erste Grundlage)
* Wikis
* Onlinelexika
* Foren zu spezifischen Themen
* Onlineportale von Nachrichtensendungen, Tages- und Wochenzeitungen und Zeitschriften

###### Kommunikationsangebote

z.B.:

* E-Mailprovider
* Chats/Instant Messenger
* Soziale Netzwerke

###### Spielangebote

z.B.:

* Onlinespiele-Sammlungen
* Browsergames
* Online-Rollengames

###### Dienstleistungsangebote

z.B.:

* Online-Banking
* Online-Shopping
* E-Partizipation
* E-Government (Formulare online etc.)

###### Angebote der kreativen Gestaltung

z.B.:

* Etherpads
* Wikis
* Blogs
* Mindmaps

###### Medienkonvergente Angebote

Die meisten der beschriebenen Angebote vereinen mehrere Funktionen. In nahezu allen Angeboten sind Formen der Online-Kommunikation enthalten. Eine besondere Rolle spielen in diesem Zusammenhang Soziale Netzwerke. Sie vereinen eine Vielzahl von Nutzungsmöglichkeiten (z.B. Kommunikation, Unterhaltung, Spiel, Information, Dienstleistungsangebote). Zunehmend wird zudem eine Verbindung von anderen Angeboten hin zu Sozialen Netzwerken deutlich (etwa durch den „Gefällt mir“ oder den „+1“ Button). Viele der Onlineangebote sind zudem mit einem eigenen Profil in Sozialen Netzwerken vertreten.

Dieser Aspekt verweist auf die Schwierigkeit der Trennschärfe der vorgeschlagenen Unterteilung.

##### Fokus: Web 2.0 und Soziale Netzwerke

Als Web 2.0 wird die Weiterentwicklung des Internets, speziell des World Wide Web (WWW), ab ca. 2005 bezeichnet. Zunächst ist das Web 2.0 in technischer Hinsicht geprägt durch eine „Beschleunigung“: Die zuvor meist statischen Webseiten wurden in großem Umfang zu dynamischen Webseiten weiterentwickelt. So kam es zu wesentlich häufigeren Wechseln der Angebote und einer Zunahme der Fülle an Inhalten insgesamt. Begleitet und unterstützt wurde die technische Entwicklung auf Nutzer\_innenseite durch den verstärkten Ausbau von Breitbandnetzen und die Nutzbarkeit von Flatrates.

Weiterhin ist das Web 2.0 durch eine Veränderung des Nutzungsverhaltens der Anwender in sozialer Hinsicht gekennzeichnet. Der Nutzer kann ebenfalls zum „Sender“ werden, indem er das Internet aktiv, durch Erstellen und Bearbeiten von Inhalten, in seinem Sinne gestaltet. Dabei verwischt die vormals strikte Trennung zwischen Inhalteanbieter beziehungsweise „Produzenten“ und Rezipienten beziehungsweise „Konsumenten“. Gleichzeitig kommt es zu einer verstärkten Vernetzung der Nutzer\_innen untereinander, zu sozialer Interaktion und Zusammenarbeit. Man spricht deshalb auch vom „Mitmach-Web“ und bezüglich der Inhalte von „user generated content“. Beispiele für Web 2.0-Angebote sind: Soziale Netzwerke (synonym für Social Networks oder Social Communities), Handelsplattformen, Podcasts, Weblogs, Wikis, Social Bookmarks, Videoportale oder Fotoportale.

Soziale Netzwerke sind derzeit die prominentesten Beispiele für Web 2.0-Anwendungen. Der Begriff beschreibt eine Online-Gemeinschaft, in welcher der Nutzer alte und neue Freunde trifft und sich selbst in einem Profil darstellt. Ein soziales Netzwerk erlaubt es den Nutzer\_innen, eigene Inhalte einzustellen wie z.B. Fotos, Musik, Videos oder Texte. Im Vordergrund steht der kommunikative Aspekt, also der Kontakt und das Vernetzen. Dafür gibt es verschiedene Kommunikationstools wie z.B. Pinnwände, Gästebücher, persönliche Postfächer oder integrierte Chats. Daneben treten zunehmend weitere Aspekte wie Informationsverbreitung und Onlinegaming in den Vordergrund. So steigert sich die Nutzungsvielfalt zunehmend.

Anstelle des Begriffs „Web 2.0“ wird häufig auch der Begriff „Social Media“ verwendet.

###### Was sind die Chancen von Social Media?

Durch die soziale Interaktion und Vernetzung kommt es zu einer verstärkten Teilhabe „normaler“ Nutzer\_innen an der Wissensbildung und Wissensvermittlung im Internet, auch über eventuell bestehende Barrieren (wie beispielsweise eingeschränkte Mobilität) hinweg. Das Zusammentragen von Informationen vieler Nutzer\_innen führt zu einem enormen Wissens- und Informationspool.

###### Was sind die Risiken von Social Media?

Häufige Rechtsverletzungen, die mit nutzergenerierten Inhalten einhergehen, sind einerseits Verletzungen des geistigen Eigentums (Urheber-, Marken- oder Wettbewerbsrechtsverstöße). Auf der anderen Seite treten Eingriffe in Persönlichkeitsrechte sowie Kontaktrisiken, also Belästigungen, Mobbing und Cybergrooming, aber auch die Verbreitung von für Kinder und Jugendlichen nicht geeigneten Inhalten beziehungsweise von generell unzulässigen Inhalten auf.