

Langeweile im Netz – Nur dabei statt mittendrin

Die meisten Internet-Nutzer werden auch künftig als passive Konsumenten im Netz unterwegs sein. Langeweile komme deshalb trotzdem nicht auf, sagten Experten auf dem Treffpunkt Mediennachwuchs in Leipzig. Zwar werde in den kommenden Jahren der Anteil derer steigen, die sich aktiv an Blogs und an der Produktion anderen „user generated contents“ beteiligten. Es werde aber immer eine Minderheit bleiben.

Nach Meinung von Dr. Jan-Hinrik Schmidt vom Hamburger Hans-Bredow-Institut wäre es auch „einfach ein bisschen zu viel verlangt, dass alle Internet-Nutzer aktiv Inhalte reinstellen.“ Eine passive Nutzung sei in Ordnung. Schmidt geht davon aus, dass sich in Zukunft immer mehr Nutzer auf Online-Plattformen präsentieren werden. Auch das Bloggen werde zunehmen. Aktuell sei es so, dass die meisten deutschen Blogger schreiben, „weil sie Spaß daran haben, ihre Ideen und Gedanken festzuhalten und mit anderen zu teilen. Im Vordergrund stehen persönliche Erlebnisse und nur selten politische Diskussionen.“

Ein Trend sei, dass jüngere Nutzer aktiver sind, sagte Dennis von Ferenczy (amiando). Sie würden Message-Dienste nutzen, auf sozialen Plattformen regelmäßig Fotos hochladen und selbstverständlich auch ansehen. „Aber generell kann man sagen, dass soziale Netzwerke beim Großteil der Gesellschaft noch nicht angekommen sind“, so Ferenczy. Auch öffentliches Bloggen sei nur für einige Gruppen von jungen Leuten relevant. Das Internet gewinne jedoch an Bedeutung und dies werde auch dazu führen, dass mehr Nutzer die Inhalte aktiv mitgestalten, erwartet Ferenczy.

Blogger seien oft jene, die sich etwas von der Seele schreiben wollten, weiß der Journalist Thomas Gigold. Er zählt sich selbst zur „Blogsphäre“ – aktiv wie passiv. „Aktivität entsteht aus einem Bedürfnis heraus“, sagt Gigold, „zum Beispiel durch ein negatives Erlebnis mit einem Produkt.“ Deshalb seien im Internet meist scharfe Produktkritiken zu finden und nur wenig Lob. „Da kann der Bruchteil der unzufriedenen Kunden das Web-Image eines Unternehmens bestimmen.“ Wenn es in Zukunft immer selbstverständlicher werde, das Internet im Alltag zu nutzen, könne dies schwerwiegende Folgen haben.

Thomas Rickert vom Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V. (eco) verbindet Langeweile im Netz mit unterschiedlichen Erwartungshorizonten. „Es langweilen sich doch eher die, die hochwertige Inhalte erwarten“, sagte er. „Doch es sind nicht auf einmal alle begnadete Autoren.“ Wende man den Erwartungshorizont der Aktiven auf Radio und Fernsehen an, würden diese Medien ja nur Langeweile verbreiten, weil diese kaum interaktiv seien, so Rickert. Man könne das Netz aber auch „einfach nur genießen“. Als Jurist verweist er auf die Notwendigkeit, vor allem den jugendlichen Nutzer aufzuklären und ihn vor Gefahren zu warnen. Zugleich müssten Plattform-Anbieter Vertrauen aufbauen, damit der Nutzer weiß, dass seine Texte und Bilder dort gut aufgehoben seien.

Ulrich Böhme

Pressekontakt:

Thomas Köhler
Tel. 0170 – 175 9594
E-Mail: koehler@s-wok.de