

Sozialkapital in deutschsprachigen Onlinenetzen

Abstract

Do you have an account on a SNS, a social networking site? It probably takes you a lot of time keeping up-to-date, so what is it good for? We have asked 41.000 users from the German SNSs schülerVZ, studiVZ, and meinVZ. The users knew most of their online friends before connecting to them via SNS. The main point is not getting to know lots of people. But having one's friends digitally enlisted pays back in social capital as well. Especially for those, who invest time and trust in advance.

Zusammenfassung

Welchen sozialen Nutzen bieten soziale Onlinenetzen? Und wem? Eine Befragung unter 41.000 Nutzern von schülerVZ, studiVZ und meinVZ zeigt, dass die größte Nutzergruppe solcher Onlinenetzen – Schüler und Studenten – online kaum neue Kontakte knüpft. Vorwiegend bilden sie ihren bestehenden Freundeskreis im Internet ab. Ob sie aus diesem digitalisierten Netzwerk soziales Kapital ziehen können, hängt vom aufgewendeten Zeiteinsatz ab und davon, wie viel Vorstrussvertrauen sie ihrem Umfeld entgegenbringen.

1 Soziale Onlinenetzen und Networking

Soziale Netzwerke im Internet sind – neben YouTube, Blogs und Wikipedia – das Aushängeschild für eine neue Generation von Internetangeboten. Das „Web 2.0“ oder „Social Web“ erlaubt seinen Nutzern eine aktive Partizipation mit geringen Einstiegshürden. Inwieweit die Nutzer tatsächlich aktiv werden, hängt vom Angebot ab: Videos, Blogs und Wikis werden überwiegend passiv genutzt (vgl. Busemann/Gscheidle 2009, 357; Gscheidle/Fisch 2007, 401). Die Teilhabe an sozialen Onlinenetzen wie Facebook, studiVZ oder XING erfordert von jedem Nutzer zumindest einige persönliche Angaben für das so genannte Profil. Weitere Inhalte entstehen während und durch die Nutzung des Angebots, z.B. Äußerungen in thematischen Gruppen des Onlinenetzes oder automatisierte Nachrichten über neue Kontakte oder Erfolge in Onlinespielen.