

## OCLC veröffentlicht internationale Studie zur sozialen Vernetzung und Privatsphäre im Internet

„Sharing, Privacy and Trust in Our Networked World“ untersucht soziale Räume im Internet und deren Bedeutung für Bibliotheken

In der mittlerweile dritten Studie zur Informationslandschaft zeigt OCLC anhand verschiedener Ergebnisse, Analysen und Meinungen die vorherrschenden Verhaltensweisen und Erwartungen in der vernetzten Welt von heute auf.

In der neuen internationalen Studie „Sharing, Privacy and Trust in Our Networked World“ werden vier elementare Bereiche beleuchtet:

- Vorgehensweisen und Vorlieben bei der Nutzung von Social Websites
- Einstellungen der Nutzer zum Thema Datenaustausch auf sozialen, kommerziellen und bibliothekseigenen Websites
- Bedeutung des Datenschutzes
- Verhaltensweisen und Präferenzen von amerikanischen Bibliotheksangestellten bezüglich sozialen Netzwerken und deren Sicht auf Themen wie Datenschutz, Richtlinien und sozialen Netzwerken von und für Bibliotheken

„Wir wissen relativ wenig über die Möglichkeiten, die die immer bedeutender werdenden sozialen Aspekte des Internets für Bibliotheksdienste in der Zukunft bereithalten werden“, meint Cathy De Rosa, die als Global Vice President of Marketing bei OCLC tätig ist und maßgeblich an der Ausarbeitung der Studie beteiligt war. „Mehr als ein Viertel der international befragten Internetnutzer ist in sozialen Räumen aktiv. Die Tatsache, dass die Nutzer des Social Web gleichzeitig dessen Gestalter sind, bedingt für die Bibliotheken sowohl äußerst beachtliche Möglichkeiten als auch Auswirkungen. Die Studie gibt Aufschluss über die Erwartungen von Online-Bibliotheksnutzern.“

Einige Highlights der Studie:

- Das Internet ist vertrautes Terrain. 89 % aller befragten Personen sind seit mehr als vier Jahren online, fast ein Viertel sogar mehr als zehn Jahre.
- Die Web-Community ist dazu übergegangen, das Internet nicht nur zu nutzen, sondern selbst zu gestalten – die Leser werden vermehrt zu Autoren.
- Die Nutzung von Bibliothekswebsites ist von 30 % der befragten Personen in Kanada, Großbritannien und den USA im Jahr 2005 auf 20% im Jahr 2007 gesunken. Dies entspricht einem Rückgang von ungefähr 33%.
- Mehr als ein Viertel der Testpersonen aus der breiten Öffentlichkeit und die Hälfte der befragten Hochschulstudenten sind derzeit Mitglied in einem sozialen Netzwerk o. Ä.
- In sozialen Internet-Netzwerken haben sich bereits 39 % der Befragten über gelesene Bücher ausgetauscht, 57 % haben Fotos und Videos veröffentlicht und 14 % haben anderen Nutzern selbst verfasste oder erstellte Inhalte zugänglich gemacht.
- Mehr als die Hälfte aller Befragten meint, im Internet angegebene persönliche Daten würden vertraulich bzw. vertraulicher als noch vor zwei Jahren behandelt.

- Das Vertrauen in das Internet steigt mit der Nutzungshäufigkeit. 70 % der Mitglieder in sozialen Netzwerken geben an, ihren Kommunikationspartnern innerhalb der Netzwerke immer, zumeist oder manchmal zu vertrauen.
- Die Befragten sind der Meinung, dass Bibliothekswebsites im Hinblick auf den Datenschutz keinesfalls vertrauenswürdiger sind als andere Websites, die sie nutzen.
- 13 % der Testpersonen sind der Meinung, dass es Aufgabe der Bibliotheken sei, ihrem Nutzerkreis soziale Netzwerk-Websites anzubieten.

In weniger als 24 Monaten haben sogenannte „Social Websites“ wie MySpace, Mixi, Facebook und YouTube für die Entstehung des neuen Social Web gesorgt, in dem sich Millionen von Benutzern untereinander austauschen. Im Juni 2007 hatten die drei populärsten Social Sites (YouTube, MySpace, Facebook) zusammen über 350 Millionen Besucher. Laut Alexa-Ranking gehörten fünf der zehn beliebtesten Websites im September 2007 zur Kategorie „Social Websites“ – eine Kategorie, die als solche in unserer letzten Studie aus dem Jahr 2005 noch gar nicht vorhanden war.

Die Nutzungszahlen dieser sozialen Interneträume sind exponentiell steigend; YouTube beispielsweise verzeichnete mit 188 Millionen Benutzern im Jahr 2007 in nur einem Jahr einen Benutzerzuwachs von 280 Prozent.

Neben dem Austausch unter Einzelpersonen fördern soziale Netzwerke auch das kommerzielle Verhalten der Nutzer und die Bildung von Interessengemeinschaften. Das Social Web definiert die Rolle des Nutzers neu und verschiebt die Grenzen zwischen Darsteller und Publikum, Regeln und Beziehungen, Vertrauen und Sicherheit sowie Privatsphäre und Öffentlichkeit. Und dieser Wandel ist am Ende nicht nur für einige wenige, sondern für sämtliche Services im gesamten Internet von Bedeutung.

**Fazit: Gestehen Sie den Nutzern zu, Inhalte selbst zu gestalten und formulieren Sie die Regeln neu**

Für eine „Social Library“, eine Bibliothek nach dem Vorbild sozialer Netzwerke, sind keine neuen Technologien oder Social-Software-Erweiterungen für vorhandene Websites notwendig. Stoßen Sie die Tür zu Ihrer Bibliothek auf, geben Sie den Nutzern freie Hand und lockern Sie Ihre Datenschutzrichtlinien. Es wird chaotisch! Das Chaos aber ist Grundprinzip des neuen Social Web und somit auch der Schlüssel zum Erfolg für Ihre neue nutzerorientierte Bibliothek. Wo viele Menschen und etwas Chaos walten, ist der Boden für erfolgreiche Zusammenarbeit, Kreativität, Gemeinschaftsbildung und Veränderung äußerst fruchtbar. Nutzen Sie die Chance.

Die komplette oder Teile der Studie zum Downloaden finden Sie auf der OCLC Website [www.oclc.org](http://www.oclc.org) unter Gemeinschaft und Mitgliedschaft / Membership reports.