

Web 2.0

Generation „Prosumer“



Peter Baumgartner

Leiter Department für Interaktive Medien und Bildungstechnologien, Donau-Universität Krems

Text

Peter Baumgartner/Klaus Himpsl

Fotos

Donau-Universität Krems

Univ.-Prof. Dr. Peter Baumgartner ist seit 2006 Leiter des Departments für Interaktive Medien und Bildungstechnologien an der Donau-Universität Krems und lehrt unter anderem Technologieunterstütztes Lernen und Multimedia. 1992 habilitierte Baumgartner an der Universität für Bildungswissenschaften in Klagenfurt. Von 1986 an arbeitete er 12 Jahre lang als Universitätsassistent am Institut für Forschung und Weiterbildung der Alpen-Adria Universität Klagenfurt. 1998 ging er an die Universität Innsbruck und übernahm dort die Professur für Wirtschaftspädagogik am Institut für Organisation und Lernen. Ab 2003 lehrte er als Professor an der Fernuniversität Hagen Medientheorie und Medienpädagogik.

Die Begriffe Web 2.0 und Social Software kennzeichnen einen Paradigmenwechsel in der Internetnutzung. Nutzer haben nicht nur die Gelegenheit, an der Erstellung der Inhalte der Webseiten mitzuwirken, sondern sie lernen dabei auch Gleichgesinnte kennen. Es entstehen „Communities of Practice“ – praxisbezogene Gemeinschaften von Personen mit ähnlichen Interessen und Problemlagen, die informell miteinander verbunden sind.

Es sind vor allem zwei neue Potenziale von Internetanwendungen, die grundlegende Änderungen in der Nutzung des Internets erwarten lassen – und damit auch die Versionsnummer 2 rechtfertigen. Vor dem Web 2.0 wurde das Internet vor allem als Informationskanal verwendet, zur Übermittlung von Nachrichten, Präsentation von Produkten, Beschreibung von Sachverhalten und Organisations-, Support- oder Projektstrukturen und Darstellung von inhaltlichen Standpunkten. Es herrschte ein unidirektionaler Zugang zum World Wide Web vor: Die Betreiber der Webseiten stellen ihre Informationen für die Benutzer bereit; die „Anwender“ suchen die Webseiten auf und konsumieren die dort präsentierten Inhalte. Web 2.0 hingegen ist charakterisiert durch das sogenannte „Mitmachweb“: Die Nutzer haben die Möglichkeit, ihre passive Rolle zu verlassen und sich aktiv an der Produktion der Inhalte zu beteiligen. Konsument und Produzent werden zu „Prosumer“ (Producer plus Consumer) und partizipieren am Aufbau der Internetplattform. Das wohl bekannteste Beispiel ist Wikipedia, ein Online-Lexikon, in dem freiwillige und unbezahlte Autoren in mehr als 250 Sprachen und Mundarten bereits mehrere Millionen Einträge erstellt haben.

PRINZIP DER SELBSTORGANISATION

Eine andere radikale Neuerung wird durch den Begriff der Social Software charakterisiert. Während Web 1.0 vor allem durch sogenannte Hyperlinks die Inhalte verschiedener Webseiten miteinander verknüpft, gibt es mit Web 2.0 die Möglichkeit, dass sich Personen mit gleichartigen Interessen kennenlernen, zu einem Ko-

operationsnetzwerk „verknüpfen“. Software, die kooperatives Arbeiten unterstützt, gibt es schon lange. Der Unterschied zu den bisherigen „Groupware“-Programmen ist jedoch, dass der Prozess der Gruppenbildung unterstützt wird, dass also nicht bereits die Gruppenmitgliedschaft durch bestimmte Kategorien (zum Beispiel Mitglied in der Abteilung xy, Mitarbeit im Projekt z) vordefiniert ist. Statt „top down“ vollzieht sich mit Social Software die Gruppenbildung „bottom up“, ausgehend von den Interessen der Nutzer. Statt wie bei „Groupware“ über das Management (fremd-)organisiert zu werden, unterstützt Social Software das Prinzip der Selbstorganisation, das heißt, die Gruppe bildet sich im Laufe der Zeit selbstständig.

INTERAKTIVER BUCHKLUB

Ein Beispiel soll die Grundprinzipien von Web 2.0 und Social Software verdeutlichen. LibraryThing.de ist ein Online-Service zum Erstellen eines persönlichen Verzeichnisses von Büchern. Die auf der Webseite angebotenen Funktionen helfen, sich auf der Grundlage der eigenen, virtuellen Bibliothek mit Gleichgesinnten über Literatur auszutauschen. Der erste Schritt ist das Mitmachen: Ein User eröffnet ein persönliches Konto und trägt seine Bücher ein. Detailinformationen müssen nicht selbst händisch eingegeben werden; stattdessen können Nutzer ein Buch über Titel, Autor, Signatur oder ISBN in einer der über 680 angeschlossenen Datenbanken von Bibliotheken und Buchhändlern suchen. Häufig werden ihnen dann auch Bilder des Buchumschlags und bibliothekarische Schlagwörter mitgeliefert. Zudem kann man ein Buch

GO2WEB20.net THE COMPLETE WEB 2.0 DIRECTORY

Search: Select Tag:

infoMED	1popetz.tv	DriverSide	zup	MO DE	retaggr	GROZ
stitcher	skimbit	CityMint	FOZ	PLURK	ICONLOOK	TEXT2HINDMAP
folia	AjaxDaddy	wobzip	SMALL WORLDS	TEFTV	TRF policy map	linkasa
Velocitized	moblf	spendji	web on	similarrr	FixUpMyPic	Ztail
TrackMyPeople	tweet cube	wavem	BlueTie	Woclagami	gwap	VEEDOW
Bemba	bizak	buddyway.com	trackur	tinyalbum	iceberg	lunchn beta
filemail	No More Notebooks	ZEER	Nafuba	StumpedAa	Apture	eggclub
FAV	vibstars*	AltaBlogs	kidmOndo	Politikid	cligck	fontstruct
virtual law office	timeline	CG	WordJot	TRUE TUBE		myhappyplanet
JOGY	movavi	chi.mp	UBERVU	TradeVibes	DecisionStreet	presdo
Publicitywheel	ipoki	MAPNESS				zendesk
DASTIGS	WORK	ID Selector				lucratives
DIAL2DO	bumpin	WOT	Logo	friendster	foodfeed	MY BlogJournal

Auf den Punkt gebracht

Vor dem Web 2.0 wurde das Internet vor allem als Informationskanal verwendet – heute haben Nutzer die Möglichkeit, ihre passive Rolle zu verlassen und sich aktiv an der Produktion der Inhalte zu beteiligen. Konsument und Produzent werden zum „Prosumer“ und partizipieren am Aufbau einer Internetplattform. Eine Armee von Freiwilligen beteiligt sich so an Entwicklungen von Seiten im Web. Für Marketing und PR, aber auch Pädagogik und Didaktik ergeben sich hier neue Potenziale.



Klaus Himpsl

Mag. Klaus Himpsl ist seit April 2007 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Department für Interaktive Medien und Bildungstechnologien an der Donau-Universität Krems. Von 2001 bis 2007 war er Mitarbeiter am Pädagogischen Institut des Bundes für Vorarlberg in Feldkirch und studierte berufsbegleitend „Prof. MSc Educational Technology“ in Krems. Klaus Himpsl forscht vor allem zum Thema „E-Portfolio“ und betreut E-Portfolio-Einführungen und Blended-Learning-Konzepte in Lehrgängen des Departments. Er ist Referent und E-Tutor zu mehreren Themen in den Bereichen Bildungstechnologie und Didaktisches Design.

aber auch mit eigenen Schlagwörtern (Tags), Kommentaren, Rezensionen und Hintergrundwissen zu Autoren, Romanfiguren, Schauplätzen versehen oder über die Zuweisung von Sternen persönlich bewerten. Als Ergebnis dieser freiwilligen Mitarbeit ist der weltgrößte Buchklub entstanden: 416.142 Mitglieder haben über 27,5 Millionen Bücher katalogisiert, die sie mit 35 Millionen Schlagwörtern, über 400.000 Rezensionen und 4,2 Millionen Bewertungen versehen haben. Der Service ist bis zu 200 eigenen Einträgen gratis, darüber kostet er zehn US-Dollar jährlich oder auf Lebenszeit einmal 25 Dollar. Der zweite Schritt ist die Vernetzung: Über verschiedene Funktionen der Software ist es zum Beispiel möglich, mit anderen Benutzern Kontakt aufzunehmen. So kann nachgesehen werden, wer ein Buch sonst noch katalogisiert und mit fünf Sternen bewertet hat. Außerdem ist ersichtlich, wer den gleichen Geschmack hat: Die Software bietet automatisch eine gewichtete Liste von Teilnehmern, die ähnliche Bücher katalogisiert haben. Man kann sich über Foren an Diskussionen, manchmal auch mit den Buchautoren, beteiligen oder aber in eine der über 3.800 Gruppen eintreten beziehungsweise selbst eine Interessengemeinschaft gründen. Das kann entweder eine Gruppe zu einem speziellen Buch sein (so gibt es zu Harry Potter bereits 25 Gruppen), zu einem speziellen Genre wie Science-Fiction oder Philosophie oder aber zu anderen gemeinsamen Interessen; hier gibt es beispielsweise schon Gruppen der Donau-Universität Krems.

DAUMEN HOCH ODER RUNTER?

Anstatt eines relativ starren hierarchischen Kategoriensystems, in das Experten Inhalte einordnen und so mit Metadaten zum schnelleren Auffinden versehen, assoziiert die Community Namensschilder (Tags) und indiziert somit gemeinschaftlich Webressourcen. Es werden dabei aber nicht nur objektive Stichwörter zum Thema oder den Inhalten vergeben, sondern auch Tags, die persönliche Wertschätzungen charakterisieren oder eine persönliche Beziehung zum Buch signalisieren – etwa „fun“ oder „to read“. Die Metadaten werden in Form von sogenannten Stichwortwolken oder „Tag Clouds“ dargestellt, die am häufigsten verwendeten Stichwörter werden durch eine größere Schriftart optisch hervorgehoben. „Fehleinträge“ von einzelnen Laien stören bei einer hinreichend großen Community nicht, weil Fehleinschätzungen einzelner Mitglieder ausgeglichen und damit korrigiert werden. Ähnlich wie das gemeinschaftliche Indizieren funktioniert auch die gemeinschaftliche Bewertung: In Web 2.0-Anwendungen werden Objekte – seien es nun Bilder (flickr.com), Videos (youtube.com), Nachrichten (digg.com, reddit.com) oder eben wie bei LibraryThing Bücher – von der Community bewertet. Die Community entscheidet so mit einfachen Mitteln, was ihr wichtig ist: „Daumen hoch“ oder „Daumen runter“ oder „Ein Stern“ bis „Fünf Sterne“ sind die üblichsten Skalen. Viele Anbieter nutzen diese Kundenbewertungen im Marketing, berühmtestes Beispiel ist hier die Verkaufsplattform Amazon. Eine Armee von Freiwilligen sorgt durch Rezensionen dafür, dass die Verkäufe einzelner Produkte angekurbelt werden, unpopuläre plötzlich interessant werden, andere unvermutet aus dem Sortiment fallen. Was von der eigenen PR-Abteilung nie zu leisten wäre, machen die „Prosumer“ möglich: Die klassische Rollenverteilung von Produzent und Konsument ist teilweise aufgehoben. Die fleißigen Rezensenten wiederum gewinnen an sozialer Reputation („TOP50-Rezensent“).

INFORMELLES LERNEN

Die pädagogisch-didaktischen Potenziale von Web 2.0 und Social Software sind bisher noch kaum genutzt. Einerseits lassen sich Web 2.0-Anwendungen in formale Bildungssettings nur schwer integrieren. Insbesondere im Schulbereich besteht die Befürchtung eines Kontrollverlusts über Inhalte und Lernende. Andererseits gelingt es den wenigen bildungs- oder wissenschaftsrelevanten Anwendungen – etwa Werkzeuge zum Bibliografieren wie CiteULike,

BibSonomy oder Connotea – erst langsam, die entsprechenden Zielgruppen zu begeistern – im vorliegenden Beispiel vor allem Wissenschaftler. Social Software ist häufig eine Domäne der jungen, erfahrenen Internetuser. Web 2.0 realisiert jedoch einen Paradigmenwechsel, der vor allem für die Erwachsenen- und Weiterbildung enorme Bedeutung gewinnen wird: selbstorganisiertes informelles Lernen. Unter informellem Lernen werden Lernprozesse verstanden, die typischerweise unsystematisch im Rahmen von Aktivitäten des täglichen Lebens (Arbeit, Familie, Freizeit) stattfinden. Wenn man bedenkt, dass nach übereinstimmender Experten-Meinung nur etwa 30 Prozent des menschlichen Lernens in Bildungsinstitutionen stattfindet, 70 Prozent unseres Wissens und unserer Kompetenzen jedoch informell erlernt werden, dann lässt sich die zukünftige Bedeutung von Web 2.0 durchaus schon heute erahnen.

LITERATUR UND LINKS

James Surowiecki, Die Weisheit der Vielen, Goldman, 2007

Andrew Keen, The Cult of the Amateur. How Today's Internet Is Killing Our Culture, Nicholas Brealey Publishing, 2007

Web 2.0 Sammelalbum: www.web2null.de

LibraryThing – Katalogisiere deine Bücher online: www.librarything.de

Department für Interaktive Medien und Bildungstechnologien: www.donau-uni.ac.at/imb

Studiengang E-Education: www.donau-uni.ac.at/eeducation

E-Education

Hauptziel des Lehrgangs „E-Education“ ist die Vermittlung von praktischen und theoretischen Kompetenzen im Umgang mit Medien und Technologien im weiteren erzieherischen Umfeld. Ein wichtiges Thema ist unter anderem die Konzeption, Gestaltung, Analyse und Evaluation technologieunterstützter Lehr- und Lernangebote. Die Studierenden werden zudem mit theoretischen Konzepten mediengestützter Bildungsprozesse und bildungstechnologischer Entwicklungen vertraut gemacht. Ein wesentliches Charakteristikum des Studienangebotes ist ein interdisziplinärer Zugang, der es ermöglicht, das Thema E-Education aus der Perspektive verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen zu behandeln. Der berufsbegleitende Lehrgang mit dem Abschluss „Master of Arts“ dauert vier Semester.

ADVERTORIAL

KABA GmbH

International erfolgreicher Sicherheitsanbieter

Die KABA GmbH ist Teil der weltweit tätigen KABA Gruppe und bietet umfassende Lösungen für Sicherheit, Organisation und Komfort. Das niederösterreichische Unternehmen statet international namhafte Gebäude, Unternehmen, Banken und Flughäfen aus.

Marktkompetenz Sicherheit

Die KABA Produktpalette reicht von mechanischen und mechatronischen Schließanlagen bis zu umfassenden Systemen für Zutrittskontrolle, Zeit- und Betriebsdatenerfassung sowie berührungslosen Identifikationsmedien. Am österreichischen Markt zählt das Unternehmen zu den führenden Anbietern. Mit dem Vertriebsnetz der KABA Gruppe ist KABA Österreich auch international erfolgreich.

Facts / Figures

- umfassende Sicherheitslösungen aus einer Hand
- rund € 60 Mio. Umsatz im GJ 2006/07
- rund 440 MitarbeiterInnen
- Produktionsstandorte Herzogenburg und Eggenburg
- Vertriebsstandorte Innsbruck und Wien

Kaba GmbH
Ulrich-Bremi-Straße 2
3130 Herzogenburg
office@kgh.kaba.com
Tel. 0043-2782-808-0

www.kaba.at



Der Online-Service librarything.de ist ein Praxisbeispiel für Web 2.0 und Social Software.

