

Web 2.0

Generation „Prosumer“

Peter Baumgartner und Klaus Himpsl



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

Text

Peter Baumgartner/Klaus Himpsl

Fotos

Donau-Universität Krems

niv.-Prof. Dr. Peter Baumgartner ist seit 2006 Leiter des Departments für Interaktive Medien und Bildungstechnologien 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-Adriatischen Universität Klagenfurt. 1998 ging er an die Universität Innsbruck und übernahm dort die Professur für Wirtschaftspädagogik am Institut für Organisation und Management. 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

Select Tag

Praxis

| | | | | | | |
|--------------------|-------------------|--------------|--------------|------------|----------------|--------------|
| infoMED | 1pope2z.tv | DriverSide | zup | MO | retaggr | Gra |
| stitcher | skimbit | CityMint | rad | PLURK | ICONLOOK | TEXT2MINDMA |
| folia | AjaxDaddy | wobzip | SMALL WORLDS | teTV | policy map | linkas |
| Velocitized | moblf | spendji | webon | similarrr | FixUpMyPic | Ztai |
| TrackMyPeople | tweetcube | wavem | BlueTie | Woclagami | gwap | VEEDOW |
| Bemba | bizak | buddyway.com | trackur | tinyalbum | iceberg | lunch |
| filemail | No More Notebooks | ZEER | Natuba | StumpedAa | Apture | egghu |
| FAV | vibstars* | AltaBlogs | kidmOndo | Politikid | cligck | fontstru |
| virtual law office | timeline | CG | WordJot | TRUE TUBE | | myhappyplan |
| JOCY | movavi | chi.mp | UBER | TradeVibes | DecisionStreet | presdo |
| Publicitywheel | ipoki | MAPNESS | | | | zend |
| DanysClaus | WORK | ID Selector | | | | lucratives |
| DIAL2DO | bumpin | WOT | Logo | friendster | foodfeed | MY BlogJourn |

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.

upgrade 27 |



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.

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.

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 wer-

den, 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“).

den, 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 genützt. Einerseits lassen sich Web 2.0-Anwendungen in formale Bildungssettings nur

ler. 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.

KABA GmbH

International erfolgreicher Sicherheit

Die KABA GmbH ist Teil der weltweiten KABA Gruppe und bietet umfassende Lösungen für Sicherheit, Organisation und Kommunikation in niederösterreichischen Unternehmen stattet international namhafte Unternehmen, Banken und Flughäfen aus.

Marktkompetenz Sicherheit

Die KABA Produktpalette reicht von mechanischen und mechatronischen Schließanlagen umfassenden Systemen für Zutrittskontrolle und Betriebsdatenerfassung sowie bered Identifikationsmedien. Am österreichischen Markt zählt das Unternehmen zu den führenden. Mit dem Vertriebsnetz der KABA Gruppe in Österreich auch international erfolgreich.

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

