

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	TRF 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 |