

Proseminar

„Ethische Aspekte der Informationsverarbeitung“

WS 07/08

BTU Cottbus

Thema

Medienkompetenz im Web 2.0

-Lebensqualität als Zielperspektive-

Steffen Laarz

06.11.2007

Gliederung

- Vom „Kanalsystem“ über die Datenautobahn ins Web 2.0
- Neue Wortmarken
- Realitäten in der Mediengesellschaft
- Aktuelle Nutzungsdaten
- Mediennutzung Web 2.0
- Web 2.0 Nutzung in der Wirtschaft
- Dimensionen Web 2.0
- Medienpädagogik der neuen Medien
- Medienkompetenz
- Web/Medienkompetenz 2.0
- Fazit
- Quellenverzeichnis

Vom Kanalsystem über die Datenautobahn ins Web 2.0

Bertolt Brecht (1932)

„Vorschlag zur Umfunktionierung des Rundfunks“

Mediale Partizipation durch einen Rückkanal

Internet

Technische Realisierung des Brechtschen „Kanalsystem“

Interaktiver Wechsel zwischen Sender und Empfänger

Multimedial angereichert und durch entsprechende Bandbreiten mit
globale Reichweite aber erst in Zeiten des Web 2.0

Neue Wortmarken

Digitale und analoge Medien durchdringen alle Bereiche

Medien sind Träger von

- Bildungsprozessen (eLearning)
- Produkt- und Prozesstechnologien der Wirtschaft (eCommerce)
- Kommunikationskanäle politischer Prozesse (eGovernment)

Medienkompetenz gilt als gesellschaftliches Querschnittsthema

→ neue Wortmarke Web 2.0

Begriff Web 2.0

1. Sammelbegriff für eine bestimmte Anzahl neuer Anwendungen (Tim O`Reilly und Dale Dougherty)
 - gekennzeichnet durch bestimmte Strukturmerkmale im Design oder dahinter liegenden Geschäftsmodell
 - dieser Ansatz geht von der Technik aus und verbindet ihn mit marktwirtschaftlichen Überlegungen
2. fokussieren Menschen als User
 - Änderung im Umgang mit dem Internet
 - „eine veränderte Wahrnehmung und Nutzung des WWW“
3. streitet den Status als Neuentwicklung ab
 - lange Verfügbares wird unter einem neuen Label vermarktet und zum Massenphänomen stilisiert
 - bloßer „Jargon“, niemand wisse richtig, was er eigentlich bedeutet

Brauchen wir für Web 2.0 eine Medienkompetenz 2.0

Realitäten in der Mediengesellschaft

Medienkompetenz

- begann in den Massenmedien mit der Verbreitung von Internet und Multimedia Anwendungen
- über Blogs fand der Begriff den Weg in die Berichterstattung
- Bezüge zu Medienkompetenz und Web 2.0 werden in Tageszeitungen und Fernsehsendungen hergestellt
- Bedeutung der Begriffe werden in der Medienöffentlichkeit diskutiert

→ beide Begriffe werden zu einer **Realität** in unserer Gesellschaft

Medienkompetenz/Web 2.0 im Kontext der medialen Durchdringung unserer Gesellschaft

Medienvielfalt wird größer

Sorge um einen Überlebenskampf der Medien nach dem **Rieplschen Gesetz**^[1] unbegründet

- Bücher werden trotz Computer, Kino trotz DVDs nicht verschwinden
- Fernsehen führendes Unterhaltungsmedium
- Fast 74% sehen fünf bis sieben Mal pro Woche fern
- Obere Grenze der Mediennutzung → zzt. 10 Std. täglich
- Bis 2015 Mediennutzung um 72 Minuten mehr
- Wird fast vollständig auf das Internet zurückgeführt
→ zu Lasten der Hörfunk- und Printmediennutzung

Seit Jahren steigende Medien und Internetnutzungsdauer

Aktuelle Nutzungsdaten

ARD/ZDF Online Studie 2007 (seit 1997)^[2]

- es wurden 1820 Erwachsene gefragt
- 40 Mill. Grenze für die Internetnutzung überschritten
- 2/3 bewegen sich im Internet
- Zuwachsraten bei Frauen und über 50-Jährigen
- 5,1 Mill. über 60-Jährige (Silver Surfer) 25,1%
 - mehr als 14- bis 19-Jährige
 - 4,9 Mill. – leicht rückfällig (von 97,3% auf 95,8%)
- fast alle Jugendliche nutzen das Internet

Breitbandige Internetnutzung^[3]

- 59% haben DSL/Breitband (2007) (48% 2006)
- 16% sehen mind. 1x wöchentlich bewegte Bilder
- Jeder dritte Onliner hat bereits Videoportale genutzt
- 21% rufen wöchentlich Audiodateien auf
- 11% hören Radio

BITKOM^[4]

- Mehr als 50% arbeiten im Job am Computer
- 57% Deutschland – 49% EU-Durchschnitt

Computernutzung soll weiter voranschreiten
Auf neue Zielgruppen ausdehnen

Vom Desktop zum „Webtop“

Mediennutzung Web 2.0

Wie wird mit Web 2.0 Angeboten umgegangen?

Studie des SWR 2007 (501 online befragte Mediennutzer)^[5]

- 12% der Gesamtbevölkerung nutzen Web 2.0 Angebote
- Nutzer sind eher männlich und jung (14-29 Jahre)
- Höherer Bildungsabschluss
- Höheres Einkommen
- 57% nutzen Angebote aktiv (im Sinne von Mitgestalten und öffentlich kommunizieren)
- Großes Interesse an Videocommunities und Wiki-Websites
- 17% an speziellen Themen interessiert (Hobby, Erkrankungen)
- 4% Selbstdarsteller
- 34% nutzen Anwendungen, um deren Inhalte für die eigene Kommunikation zu verwenden
- 34% Unterhaltung
- 31% Informationen

Web 2.0 verliert Status als Minderheitenphänomen

Aber

Nur 6% können etwas mit dem Begriff Web 2.0 anfangen
(und selbst hier herrscht noch Unklarheit)

Web 2.0 wird noch mit viel **Skepsis** betrachtet

Web 2.0 Nutzung in der Wirtschaft

- Schwer abschätzbar
- Zahl der Interaktiv-Dienstleister seit 6 Jahren gestiegen (10%)
- 3.300 Interaktiv-Dienstleister (iBusiness Jahrbuch 2007)_[6]
- Werbeausgaben werden sich Richtung Internet verschieben
 - Onlinewerbung wächst 6x schneller als die traditionelle Werbung
 - Werbemaßnahmen orientieren sich an Nutzerprofile (trotz datenschutzrechtlicher Grenzen)
- Konkrete Bearbeitung und Beobachtung der Weblogs lassen sich aufkeimende Trends beobachten sowie Produkttests und Marktforschung betreiben

Neues Dienstleistungssegment entsteht, z.B.:

- **Crowdsourcing**
 - Masse von „Freizeitarbeitern“
 - Einsparpotenziale bei Entwicklung und Vermarktung
- **Long-Tail-Geschäfte**
 - durch große Anzahl von „Nischenprodukten“ Gewinn machen
 - Ausdehnung der Märkte
- **Paid Content**
 - kostenpflichtiger elektronischer Vertrieb und Handel mit digitalen Inhalten in rein digitalen Medien
 - noch geringe Kundenakzeptanz

Für die Unternehmen bedeutet dies:

- Chancen realistisch einzuschätzen
- kurzlebige Hypes von nachhaltigen Trends zu unterscheiden

Dimensionen von Web 2.0

Aus Anwendersicht lassen sich abstrakte Grenzverschiebungen als Charakteristiken von Web 2.0 benennen

1. Rezipierend vs. produzierend (Informationsarbeit)

- aus Surfern werden Autoren
- Welchen Wert besitzt eine gefundene Information?
- Welche Konsequenzen ergeben sich aus der Veröffentlichung?

a) **Einzeln vs. Kollaborativ**

- Inhalte werden von mehreren Autoren bearbeitet und nicht mehr von einzelnen Autoren
- Neue Herausforderungen an die Qualitätssicherung von Inhalten

b) **Menschlich vs. Soziotechnisch**

- auch Programme können Inhalte produzieren
- nicht-menschliche Akteure kommunizieren miteinander
- auf Hinblick auf die vernetzte Intelligenz → Web 3.0

2. Lokal vs. entgrenzt (Informationsorte)

- die Grenze zwischen lokaler und entfernter Datenhaltung und –verarbeitung verschwimmt
- welche Daten im Hintergrund ins Netz fließen, ist kaum nachvollziehbar
- Auswirkung auf die zeitliche Dimension (Meinungsäußerungen, Fotos bleiben lange Zeit verfügbar)
- Die Orte des Zugriffs, der Speicherung und Verarbeitung sind nicht mehr fest zu machen und verschieben sich in Netzwerke

3. Privat vs. Öffentlich (Informationszugang)

- private Datenbestände werden leichter dem öffentlichen Zugriff preisgegeben
- Bereitschaft steigt private und intime Daten zu veröffentlichen
- Informationelle Selbstbestimmung

4. Aufsuchend vs. Abwehrend (Informationsstrategien)

- Überfluss an empfangenen Informationen
- früher hat man die Informationsseiten aufgesucht, identifiziert und bewertet
- heute interaktive Dienste („Alerts“, RSS-Feeds, Podcasts oder Blogbeiträge)
- Anwender braucht hohes Maß an Informationskompetenz
- Welche Informationen sind wichtig?
- Welche Selektions- oder Abwehrmechanismen sind sinnvoll?

Diese 4 Dimensionen bilden ein besonderes Herausforderungsprofil für Kompetenzen im Umgang mit Web 2.0.

Medienpädagogik der neuen Medien und neue Kompetenzen

Sinnvolle, reflektierte, didaktische Nutzung von Medien

Kübler (1996)^[7]

„wann immer ein neues Medium aufkam, waren – wir wissen es – Pädagogen sofort zur Stelle und forderten, die Individuen müssten auf die jeweilige Medientechnologie vorbereitet, in sie eingewiesen werden, mit ihr umgehen können, letztlich gegen sie ein wenig immun gemacht werden.“

Zu jeder medientechnische Neuerscheinung eine „passende“
Kompetenz

- Radiokompetenz
- Filmkompetenz
- Fernsehkompetenz

→ neue Web 2.0 Kompetenz ?

Medienkompetenz

Wie ist ein kompetenter Einsatz von Medien möglich?

Arbeitsdefinition Medienkompetenz:

„Medienkompetenz ist die Fähigkeit zur Selbstorganisation eines Einzelnen oder eines sozialen Systems im Hinblick auf die sinnvolle, effektive und reflektierte Nutzung technischer Medien, um dadurch die Lebensqualität in der Informationsgesellschaft zu steigern.“

Begriff Lebensqualität (das „Wozu“ der Medienkompetenz)

- Begriff Lebensqualität wird an das Medium Geld gebunden
 - Verkaufsargument gegenüber den Konsumenten
 - soll das Leben vereinfachen oder erleichtern
 - Entfaltung der Persönlichkeit unter neuen Medien
 - kritische, selbstbestimmte und reflektierte Nutzung des Web 2.0
 - medienerzieherische Aspekte berücksichtigen („Medienverwahrlosung“ oder „Internetsucht“)
 - digitale Integration und die Bekämpfung der digitalen Spaltung
 - kompetent das Internet für ihre Zwecke nutzen
 - rudimentär und ausschließlich zur Zerstreuung oder Unterhaltung einsetzen
- diese Spaltung wird sich zunehmend verschärfen

Web/Medienkompetenz 2.0

Arbeitsdefinition Medienkompetenz mit den Dimensionen des Web 2.0 zusammengeführt

Dadurch lassen sich Kompetenzdimensionen benennen

	Verschiebungen	Kompetenzen	Lebensqualität
Informationsarbeit	rezipierend → produzierend	Kreative Medienkompetenz (Anwendungskompetenzen) Konstruktive Informationskompetenz	Ausdruck und Partizipation
Informationsorte	Lokal → entgrenzt	Medienkritik und Medienkunde 2.0 zu den Folgen der Entgrenzung, Vertrauen, Datensicherheit	Mobilität, zeitliche und räumliche Flexibilität
Informationszugänge	privat → öffentlich	Medienkritik und Wissen, um Datenschutz und informationelle Selbstbestimmung	Selbstbestimmtes Handeln in der Medienwelt
Informationsstrategie	aufsuchend → abwehrend	Selektive, rezeptive Informationskompetenz, Bewertungskompetenzen	Ausgeglichenheit Ausgewogenheit und Balance

Informationelle Selbstbestimmung und Informationskompetenz sind bedeutsame Fähigkeiten für den medienkompetenten Umgang

Informationskompetenz

Bewerten, Auffinden und effektives Nutzen von Informationen

Informationelle Selbstbestimmung

Herausgabe und Verwendung von Informationen über die eigene oder fremde Person(en)

Web/Medienkompetenz 2.0

Beispiele für Kompetenzen in der Bildung

	Individuelle Ebene Lernende	Soziale Ebene Bildungsinstitution
Informations- arbeit	Lerninhalte selbst erzeugen Anwendung von virtuellen Lernumgebungen Wissensmanagement nutzen	Lernkultur mit Freiräumen zur Produktion von Lerninhalten fördern Einsatz von Open Content fördern
Informations- orte	Lernen zuhause, am Arbeitsplatz mobil und kollaborativ	Zugriffsrechte von außen definieren Öffentliche Zugangsorte bereit stellen
Informations- zugänge	Öffentliches Lernen: Externer Zugriff auf die Performanz des Lernens Lerndokumentationen	Präsenz der Bildungsinstitution im Netz pflegen Interne Lernumgebungen betreiben
Informations- strategien	Lernressourcen aus der Fülle selektieren Lebensbegleitendes Lernen in den Alltag integrieren informelles Lernen	Qualitätskriterien für eingesetzte Lernressourcen

Fazit

Besonderes Augenmerk auf die Konsequenzen von

- Informationsarbeit
- Verschiebung der Informationsorte und –zugänge
- Verändernde Informationsstrategien

Kein neuer Begriff von Medienkompetenz erforderlich

Aber

Spezifizierung und Adaption des Begriffs

wenn es um die sinnvolle, effektive und reflektierte Nutzung des Web 2.0 geht

Ziel → Steigerung der Lebensqualität

- Förderung einer rezeptiven und produktiven Informationskompetenz
- Sensibilisierung für Fragen des Datenschutzes und der informationellen Selbstbestimmung
- Maßnahmen des Vertrauensmanagements auf Anbieterseite

Quellenverzeichnis

Haupttext

Harald Gapski & Lars Gräber: Medienkompetenz im Web 2.0 – Lebensqualität als Zielperspektive.

In: Lars Gräber, Monika Pohlschmidt (Hg.): Praxis Web 2.0. Potenziale für die Entwicklung von Medienkompetenz. kopaed Verlagsgmbh,

Düsseldorf/München 2007;

http://www.ecmc.de/upload/docs/publikationen/Gapski_Graesser_Medienkompetenz_final.pdf (23.10. 2007).

Quellen

[1] Nach dem so genannten Rieplschen Gesetz werden einmal etablierte mediale Kommunikationsverhältnisse nicht durch neue Medienformen verdrängt, sie sind gezwungen, „andere Aufgaben und Verwertungsbereiche aufzusuchen“. Riepl, W.: „Das Nachrichtenwesen des Altertums. Mit besonderer Rücksicht auf die Römer“. Leipzig, Berlin 1913

[2] Vorab-Veröffentlichung : „ARD/ZDF-Online-Studie 2007. Deutschland ist online“ (Online unter: <http://www.ard.de/intern/presseservice/ard-zdf-online-studie/-/id=8058/nid=8058/did=601530/aiu42e/> , zuletzt erreicht am 15. Juni 2007).

[3] „ARD/ZDF-Online Studie 2007“ (Online unter: <http://www.br-online.de/br-intern/medienforschung/onlinenutzung/> , zuletzt erreicht am 15. Juni 2007).

[4] Bitkom (4. September 2006): „Erstmals arbeitet die Mehrheit der Deutschen am Computer“ (Online unter: http://www.bitkom.de/de/presse/43408_41261.aspx, zuletzt erreicht am 15. Juni 2007).

[5] Haas, Trump, Gerhards, Klingler: „Web 2.0: Nutzung und Nutzertypen“. In: Media Perspektiven 4/2007. S. 215-222.

[6] iBusiness: „Interaktiv-Dienstleister 2006: Zweiter Frühling in der Interaktiv-Branche“ (Online unter: http://www.ibusiness.de/members/ibex/db/ib_ibex.586479sn.591408sn.html, zuletzt erreicht am 15. Juni 2007).

[7] Kübler, Hans-Dieter: „Kompetenz der Kompetenz der Kompetenz ... Anmerkungen zur Lieblingsmetapher der Medienpädagogik“. In: medien praktisch. Zeitschrift für Medienpädagogik. 2/96, H. 78, 20 Jg. S. 11-15, hier: S. 13.