

IM BLICKPUNKT: Web 2.0



Im Jahr 2007 waren allein in Deutschland rund 40 Millionen Menschen online. Auch wenn viele von ihnen mit dem Begriff Web 2.0 nicht unbedingt etwas anfangen können, nutzen sie oftmals bereits Angebote und Anwendungen, die damit bezeichnet werden: Ob sie sich die neuesten Clips bei Youtube oder die gestern verpasste (Fernseh-)Sendung in der Online-Mediathek der Fernsehanbieter ansehen, Kochrezepte bei Chefkoch.de abrufen oder eigene Tipps und Rezepte einstellen, die Fotos aus dem letzten Urlaub bei Flickr hochladen, das Hotel bewerten oder Artikel auf Nachrichtenseiten kommentieren – sie sind im Web 2.0. Und dabei nutzen sie nur einen kleinen Teil dessen, was das Web 2.0 ausmacht.

„Im Blickpunkt: Web 2.0“ erläutert den Begriff, zeigt beispielhafte und besonders populäre Anwendungen, beleuchtet die damit verbundene Chancen und Risiken und wagt schließlich einen kleinen Ausblick.





Web 2.0

Wer „Web 2.0“ in eine der populären Suchmaschinen eintippt, erhält über eine Milliarde Einträge, Tendenz weiterhin steigend. Nachdem der Begriff 2004 aufkam, wurde lange über seine Definition und vor allem darüber diskutiert, ob ein Web 2.0 tatsächlich existiert. Mittlerweile hat sich der Begriff als Wortmarke etabliert, zahlreiche Anwendungen im Netz laufen unter diesem Label. Auch abseits der Netztechnologien wird die Bezeichnung „2.0“ als Synonym für eine veränderte oder weiterentwickelte (Nutzer- und Produzenten-)Kultur verwendet (z.B. Film 2.0, Zeitung 2.0).

Was verbirgt sich also dahinter? Beschreibt es das „neue Netz“, wie die aus der Softwareproduktion entlehnte numerische Versionsbezeichnung nahe legt? Die Veränderungen des Internets, die mit dem Begriff gefasst werden sollen, betreffen im Wesentlichen drei Bereiche: den Umgang der Nutzer(innen) mit dem Internet und seinen Anwendungen, die verwendeten Techniken sowie die Geschäftsmodelle, die genutzt werden.

Neuer Umgang

Nachdem das Internet inzwischen in viele Lebens- und Arbeitsbereiche integriert ist, haben die Nutzer(innen) begonnen, es sich im Netz „bequem zu machen“ und die vorhandene Umgebung nach ihren Vorstellungen und Bedürfnissen auszugestalten. Nutzer(innen) konsumieren nicht mehr nur für sie erstellte Websites, sondern nutzen Möglichkeiten der aktiven Gestaltung. Sie teilen sich im Internet mit, indem sie mithilfe entsprechender Anwendungen Inhalte einstellen, kommentieren oder neu zusammenstellen.

Neue virtuelle Gemeinschaften entwickeln sich, die bestimmte Informationen und Wissensbestände miteinander teilen, so dass neue kollaborative (Lern-) Räume entstehen. Das „persönlichere Netz“ lebt von User(inne)n, die Anwendungen für sich und andere nutzen und dabei oft auch etwas von ihrer Person mitteilen – etwa auf Urlaubsfotos, in Bilddatenbanken, in Kontaktbörsen oder auf den eigenen Websites.

Neue Technik

Web 2.0 umschreibt eine Fülle technischer Weiterentwicklungen und die hieraus entstehenden Anwendungen. Dazu zählt der vermehrte Einsatz asynchroner Datenübertragung zwischen Server und Browser (►AJAX), die einen schnelleren Seitenaufbau ermöglicht. Hinzu kommt die einfachere Bedienbarkeit zahlreicher Anwendungen. Dies erleichtert auch weniger technikbegeisterten Menschen den Zugang bzw. den Umgang mit Netztechnologien. Waren früher beispielsweise HTML-Kenntnisse für den Aufbau einer eigenen Webseite notwendig, ermöglichen es die zahlreichen Angebote an zumeist kostenloser Weblog-Software heute auch ohne besondere Vorkenntnisse, ein eigenes Blog zu betreiben. Weitere Beispiele sind etwa Fotodatenbanken, die ein simples und komfortables Hochladen von digitalen Bildern ermöglichen, oder ►RSS-Feeds und sonstige spezielle Abo- und Informationsservices.

Eine für Web 2.0 elementare Rahmenbedingung ist die flächendeckende „rund-um-die-Uhr“-Verfügbarkeit Breitbandiger Internetzugänge mit unbegrenztem Datentransfervolumen zu erschwinglichen Preisen. Dadurch können Anwendungen ins Netz gestellt werden, die bis dahin auf der Festplatte des heimischen PCs lokalisiert waren. Datenflattrates für Handys ermöglichen es darüber hinaus, Fotos unmittelbar nach der Aufnahme ins Netz zu schicken und zum Beispiel direkt im eigenen Weblog zu veröffentlichen.

Neue Geschäftsmodelle?

Auf den ersten Blick ist vieles kostenlos im Web 2.0, doch es gibt zahlreiche Formen der Refinanzierung. Der zumeist unentgeltliche Zugang zu sozialen Online-Netzwerken wird durch kostenpflichtige Premiummitgliedschaften mit einem größeren Serviceangebot refinanziert. Ein weiterer Weg der Finanzierung ist die personalisierte Werbung: Die bei der Anmeldung gemachten Angaben zu persönlichen Interessen werden oftmals dafür verwendet, genau auf den jeweiligen Nutzer zugeschnittene Werbeschaltungen einzublenden. Voraussetzung für die Teilnahme am Netzwerk ist häufig das Einverständnis zur Weitergabe der Daten an Dritte zu Werbezwecken.

Charakteristisch für erfolgreiche Geschäftsmodelle im Web 2.0 ist das sogenannte Long Tail-Prinzip: Nicht die großen Megaseller sind es, die den finanziellen Erfolg bringen, sondern das Anbieten einer Vielzahl von Nischenprodukten, die zwar von wenigen nachgefragt werden, aber in ihrer Masse ebenso lukrativ sind. Beispiele dafür sind die Internethandelsplattform eBay, der Internethändler Amazon oder der Online-Musikstore iTunes. Bei zahlreichen Anbietern können die User durch das Bewerten von Käufern und Verkäufern, das Rezensieren von Filmen, Büchern und CDs, das Beurteilen von Produkten selbst partizipieren und ihre Erfahrung und Meinung mit anderen teilen.

Links zum Begriff Web 2.0

- Der O'Reilly Verlag, selbst an der Namensgebung beteiligt, erklärt Web 2.0:
ftp://ftp.oreilly.de/pub/katalog/web20_broschuere.pdf
- Die große Übersicht von Dr. Web:
www.drweb.de/web20
- Was ist Web 2.0? Selbsttest auf media.nrw.de:
www.media.nrw.de/quiz

Anwendungen im Web 2.0

Web 2.0 umfasst eine Fülle von Anwendungen, die hier näher erläutert werden: ►soziale Software (engl. social software), neue Infoservices, vereinfachte Veröffentlichungsmöglichkeiten von Texten, Bildern, Videos und Tönen, sowie die Neukombination von Anwendungen und Inhalten.

Soziale Software: Blogs, Microblogs und Wikis

Weblogs gehören zu den bekanntesten Anwendungen, die Web 2.0 ausmachen. Weblogs – oder kürzer: Blogs – sind Online-Journale, die regelmäßig aktua-

liert werden und deren Einträge chronologisch geordnet sind. Blogs sind oftmals Online-Tagebücher, in denen das Weltgeschehen oder auch der persönliche Alltag beschrieben werden. Bloginhaber(innen) können so eine breite Öffentlichkeit mit ihren Informationen erreichen.

Neben der privaten kann natürlich auch eine offizielle Berichterstattung, die mehrere professionelle Selektionsstufen und Überarbeitungsschritte durchläuft, in Blogs stattfinden – etwa bei Zeitungsberichterstattern aus dem In- und Ausland. In der Blogosphäre, der Gesamtheit der Weblogs, gibt es alles: subjektive Einzelmeinungen, Firmenblogs zur Verbraucherinformation und Korrespondentennachrichten der Rundfunkanstalten etc. Qualität und Informationsgehalt der Blogs sind dabei sehr unterschiedlich. Wer mitdiskutieren möchte, kann das Kommentarfeld oder andere blogtypische Möglichkeiten wie ►Trackbacks nutzen, um eigene Gedanken und Meinungen über Wege aus dem Pisa-Dilemma, die Schlagzeilen von gestern oder die Vorabend-Ausgabe der Nachrichten mitzuteilen.

Neben den Weblogs etablieren sich zusehends Microblogs – etwa für Medienbegeisterte als onlinegestützte Alternative zur SMS. Microblogs beantworten in aller Kürze die einfache Frage: „Was tust Du gerade?“ Für die Beantwortung können beim Branchenprimus Twitter angemeldete Benutzer(innen) Textnachrichten von maximal 140 Zeichen über unterschiedliche Plattformen versenden – im Browser, per E-Mail, per Mobiltelefon (SMS oder mobiles Web) oder über Instant Messaging. Je nach Rechtevergabe sind diese dann entweder einem bestimmten Nutzer(innen)kreis oder öffentlich zugänglich.

Im Zusammenhang mit Web 2.0 ist der Begriff der Wikis und/oder Wikipedia häufig zu lesen. Wikis sind mit einem offenen Redaktionssystem vergleichbar: Jede(r) Nutzer(in) mit entsprechendem Zugang oder erforderlicher Berechtigung kann die Inhalte mitgestalten und verändern. Der jeweils letzte Eintrag bleibt bestehen. Wikis eignen sich insbesondere zur Erstellung von netzbasierten Nachschlagewerken und sind der Output von interessierten Schreiber(inne)n, die ihr Wissen der Allgemeinheit unentgeltlich zur Verfügung





stellen. Eines der populärsten Wikis ist Wikipedia, ein Projekt zum Aufbau einer freien Enzyklopädie. Ebenso wie bei den Weblogs gilt allerdings auch für Wikis: So heterogen die Autorenschar, so unterschiedlich ist auch die Qualität der Beiträge. Weblogs und Wikis werden auch als „soziale Software“ bezeichnet, da sie die menschliche Kommunikation und Zusammenarbeit, also die Bildung virtueller Gemeinschaften, unterstützen und sich weitgehend selbst organisieren.

Beziehungen, Bilder und Töne für alle: Soziale Netzwerke, Tags und Pods

Anderen Onlinegemeinschaften geht es weniger um Wissen für alle, als vielmehr um den Aufbau von Arbeits- oder Geschäftsbeziehungen oder auch um neue, private Bekanntschaften. Gerade junge Menschen finden in sozialen Netzwerken – die neue Kommunikations- und Präsentationsformen hervorgebracht haben – (virtuelle) Räume für die Identitätsbildung. Sie reichen vom (virtuellen) Flirten („Gruscheln“) bis hin zum gezielten Verleumden („Cybermobbing“), etwa von Gleichaltrigen oder auch von Lehrkräften. Neben den virtuellen „Kontaktbörsen“ existieren auch andere Netzwerke, die zum Beispiel Musikern als Präsentationsplattform dienen und neue Distributionswege eröffnen. Netzwerke finden sich für alle Generationen und Zielgruppen im Web 2.0; die momentan populärsten hierbei sind unter anderem studiVZ, Facebook, spickmich.de, MySpace oder etwa Xing.

Weitere Teilöffentlichkeiten im Web 2.0 entstehen durch gemeinsame Interessen wie etwa die Foto- und Bilder-Communitys. Teilweise können dort Bilder oder Filme direkt von der Digitalkamera oder dem Handy hochgeladen werden. Damit die Bilder auch von anderen gefunden werden, müssen sie betitelt beziehungsweise mit Hilfe von Tags verschlagwortet werden. Tags sind Begriffe, die vom Einstellenden vergeben werden. Sie ordnen Inhalte – hier: Bilder oder Filme – thematisch ein und erleichtern so das Auffinden. Die Verschlagwortung durch Tags ist ein weiteres Charakteristikum zahlreicher Web 2.0-Anwendungen und findet nicht nur im Zusammenhang mit Bildern rege Verwendung, sondern beispielsweise auch bei der Verwendung sozialer Lesezeichen.

Wer seine Ideen zu Gehör bringen will, kann dies mit Hilfe eines Podcasts oder eines Vodcasts tun. Der Begriff „Podcast“ setzt sich aus dem Namen des Medienabspielgerätes „iPod“ und dem Wort „broadcasting“ (englisch für „senden“) zusammen und bezieht sich auf Audiodateien, oftmals im komprimierten MP-3-Format. „Vodcasts“ sind eine Kombination aus „Video“ und „broadcasting“. Podcasts und Vodcasts werden im Internet bereitgestellt und können nach dem Download jederzeit angehört oder -geschaut werden. Häufig werden sie über die RSS-Feed-Technik abonniert und dann automatisch auf einen Computer und von dort auf einen MP3-Player geschickt.

Podcasts oder Vodcasts waren zunächst privat produzierte Beiträge, die sich einem bestimmten Thema widmeten und häufig jenseits institutionalisierter Produktionsstätten entstanden, zum Beispiel in Radiowerkstätten oder zu Hause am Schreibtisch. Mittlerweile ist die Begriffsverwendung umfassender. Zunehmend bieten auch professionelle Radio- und Fernsehsender ihre Beiträge als Podcast oder Vod-

Soziale Software

- Wordpress ist eins der populärsten Weblog-Programme – kostenfrei und einfach zu bedienen:
<http://wordpress.com/>
- Wikipedia, die Online-Enzyklopädie zum Mitmachen:
www.wikipedia.org
- Das populärste Microblog-System:
<http://twitter.com/>
- Online-Community für Studierende:
www.studiVZ.net
- Eine der populärsten Bilderbörsen im Netz:
www.flickr.com
- Die populärste Videobörse im Netz:
www.youtube.com
- Deutschsprachiges Podcast-Verzeichnis:
www.podcast.de

Glossar

AJAX (Asynchronous JavaScript and XML): Austausch zwischen Browser und Server eines Teils der auf einer Website abgefragten/abgebildeten Daten. Führt zu großer Zeiterparnis und ermöglicht so viele Web 2.0-Anwendungen wie zum Beispiel RSS-Feeds oder Bilddatenbanken.

JavaScript: Eine von Netscape entwickelte Skriptsprache, mit der sich einfache dynamische Zusatzfunktionen auf Webseiten realisieren lassen. Der Code wird direkt in das HTML-Dokument eingebettet.

RSS (Really Simple Syndication): Plattformunabhängiges Dateiformat zur Weitergabe und zum Austausch von Webinhalten. RSS ermöglicht, mithilfe entsprechender Programme Inhalte oder Meldungen von verschiedenen Webangeboten gebündelt auf dem eigenen Desktop anzeigen zu lassen.

Soziale Software: (Software-)Systeme, die menschliche Kommunikation, Interaktion und Zusammenarbeit unterstützen.

Trackbacks: Weblogfunktion, die auf Kommentare im eigenen Blog verweist.

cast an – eine Chance für alle, die den Termin der Liveausstrahlung oder Vorlesung verpasst haben, denn auch im Bildungskontext sind Podcasts oder Vodcasts populär. Sie ergänzen das Spektrum der Bildungsmedien. Weitere Informationen zum Thema Podcasting: www.mekonet.de/imBlickpunkt_Podcasting

Infoservices: Abodienste und soziale Lesezeichen

Webseiten mit regelmäßig aktualisierten Inhalten, wie beispielsweise Weblogs, werden häufig mit speziellen Abo-Diensten erweitert: RSS-Feeds. Hinter RSS („Really Simple Syndication“, übersetzt etwa „wirklich einfache Verbreitung“) verbirgt sich eine Technik, die Nutzer(innen) automatisch informiert, sobald auf von ihnen ausgewählten Websites neue Inhalte eingestellt werden. Das eigene Aufsuchen und aktive Surfen zu diesen Inhalten ist nicht mehr notwendig. Lediglich die Installation eines speziellen Feedreaders ist hierfür erforderlich. Im Browser Firefox ist dieser bereits enthalten, für andere Browser kann er zumeist kostenlos heruntergeladen werden.

Bei vielen Nutzer(inne)n ist das Vertrauen in Suchmaschinen gesunken, weil das Zustandekommen der Ergebnisse zu den Suchanfragen intransparent ist. Eine Alternative sind hier soziale Lesezeichen (engl. social bookmarks): Soziale Lesezeichen sind online verfügbare Linksammlungen, die je nach Rechtevergabe entweder einem bestimmten Nutzer(innen)kreis oder öffentlich zugänglich sind. User(innen) können eigene Lesezeichen hinzufügen, löschen, kommentieren, mit Kategorien oder Schlagwörtern (Tags) versehen oder in einem Linkblog veröffentlichen. Neu hinzugefügte

Lesezeichen können als RSS-Feed eingelesen bzw. abonniert werden. Im Unterschied zu herkömmlichen Suchmaschinen werden Links dann als gut bewertet, wenn sie von möglichst vielen User(inne)n als Favoriten gespeichert wurden; die Rangfolge der Links wird hier also von dem durch die Nutzer(inne)n zugeschriebenen Nutzwert beeinflusst. Ein weiterer Vorteil: Favoriten sind nicht mehr nur im eigenen Browser verfügbar, sondern per Login überall dort, wo es einen Netzzugang gibt.

Browserbasiertes Arbeiten

- Google bietet mit „Text und Tabellen“ – jetzt auch offline nutzbar – kostenfreie Office-Anwendungen für alle Angeordneten, auch zur gemeinsamen Bearbeitung:
<http://docs.google.com/>
- Texte und Tabellen könnten ebenfalls gemeinsam online bearbeitet und gleich im komprimierten Adobe-Format als PDF abgespeichert werden:
<http://www.adobe.com/acom/>
- Microsoft Office bietet eine Onlineerweiterung von Microsoft Office, den Live Workspace (Beta):
<http://workspace.officelive.com/?lc=1031&cloc=de-DE>

Platz im Netz: Browserbasiertes Arbeiten

Will man Texte oder Tabellen erstellen oder Bilder bearbeiten, ohne auf die lokal auf dem Computer installierten Programme angewiesen zu sein, bietet es sich an, browserbasiert zu arbeiten. Hierbei greift man auf Anwendungen zu, die im Internet zur Verfügung stehen. Dokumente können von jedem Computer (mit Netzzugang) bearbeitet werden – allein oder zu mehreren, je nach „Öffnung“ des Dokuments für andere. Notwendig sind lediglich Computer und Internetzugang.

Entsprechende Angebote machen die großen Softwareanbieter, wobei sie zunehmend (kostenlose) Konkurrenz von einigen Suchmaschinenbetreibern bekommen. Klar ist: Solche Angebote sind praktisch. Aber

Soziale Lesezeichen / RSS Feeds

- Populäre Portale für soziale Lesezeichen:
<http://del.icio.us>
www.technorati.com
- Mr. Wong, eine deutschsprachige Alternative:
www.mister-wong.de
- Ein deutschsprachiges Verzeichnis zahlreicher RSS-Feeds:
www.rss-verzeichnis.de

Links

- Mit dem Grimme Online Award ausgezeichnetes populäres Blog, das vor allem Medienthemen aufgreift:
www.spreeblick.de
- BILDblog.de setzt sich kritisch mit der Berichterstattung einer großen deutschen Boulevardzeitung auseinander:
www.bildblog.de
- Das „BildungsBlog“ ist ein Community-Weblog rund um Bildung, Lernen und Lehren:
<http://bildung.twoday.net/>
- „Ehrensensf – extra scharf“ ist eine Internet-Fernsehsendung, die für das Internet produziert wird und bereits mehrfach ausgezeichnet wurde:
www.ehrensensf.de
- Der 2001 gegründete Weblog „netbib.de“ gehört zu den ersten deutschsprachigen Weblogs und behandelt hauptsächlich bibliothekarische Themen:
<http://log.netbib.de/>

sind sie auch (daten-)sicher? In jedem Fall eröffnen sich neue Möglichkeiten für das kollaborative Erstellen von Inhalten und dadurch für das soziale Lernen.

Neukombinationen: Mashups

In der Musik ist das Remixen zu einer eigenen Kunstform geworden. Mit den Web 2.0-Anwendungen hat es auch Einzug in die Webtechnologie gehalten. Hier heißt die Erstellung neuer Webinhalte durch die (Re-)Kombination bereits bestehender Inhalte und Angebote aus verschiedenen Quellen nicht Remix, sondern Mashup. Typischerweise werden die Inhalte der Mashup-Websites über offene Programmierschnittstellen, etwa per Web-Feed (z. B. RSS) oder ►JavaScript, eingebunden. Häufig verknüpfen Mashups geographische Daten mit anderen Inhalten, wie Fotos oder Kleinanzeigen. Beispiele für Mashups finden sich unter www.maps.google.de oder www.media.nrw.de/mk-karte.

Medienkompetenz 2.0

Was bedeutet Web 2.0 für die Öffentlichkeit? Das Entstehen teils ungefilterter Teil-Öffentlichkeiten. Gleichzeitig sind die Mitwirkungsmöglichkeiten größer geworden und mit der Blogosphäre wird neben der tradierten Medienlandschaft eine neue öffentliche Sphäre erzeugt, die neue Herausforderungen an die Fähigkeit zur Informationsbewertung stellt. Oft stellt sich die Frage: Was ist seriös recherchiert, was eine verkappte Unternehmensnachricht? Das Internet ist durch Web 2.0 interaktiver und dynamischer geworden – und sicher nicht weniger kommerziell.

In diesem Zusammenhang gewinnt das Thema Datenschutz zunehmend an Bedeutung; was ist öffentlich und was eher privat? Viele scheinen sich darüber zu wenig Gedanken zu machen, wenn man den oftmals sorglosen Umgang mit der eigenen und/oder fremden Privatsphäre betrachtet. Bei jeder Veröffentlichung ist unbedingt darauf zu achten, dass die Persönlichkeits-

rechte einschließlich des Rechtes am eigenen Bild derjenigen gewahrt werden, die bildlich und/oder akustisch zum Gegenstand der Berichterstattung werden.

Die Preisgabe persönlicher Informationen macht zwar den Erfolg vieler virtueller Gemeinschaften aus, die oder den einzelne(n) aber auch angreifbarer. Medienkompetenz wird daher immer wichtiger. Sie muss ein allgemeines Gespür für „Datensparsamkeit“ beinhalten, schon weil das Internet ein Speichermedium ist und fast nichts „vergisst“. Medienkompetent zu sein bedeutet im Zuge von Web 2.0 ebenso, geistiges Eigentum anderer zu respektieren und Eigentumsrechte einschätzen und teilweise auch anwenden zu können – im Sinne des Rechtemanagements. Weiterführende Informationen bieten die Broschüren „IM BLICKPUNKT: Informationelle Selbstbestimmung“ (www.media.nrw.de/medienkompetenz/imblickpunkt) sowie die mekonet Handreichung „Datenschutz auf einen Blick“ (www.mekonet.de).

Gleichzeitig bietet Web 2.0 vielfältige Chancen für ein neues Miteinander. Soziales Lernen im Netz wird möglich(er) und das lebenslange Lernen um neue Spielräume ergänzt.

Impressum

Die Broschüre ist mit Mitteln der Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen entstanden. Sie kann kostenlos unter www.media.nrw.de/medienkompetenz/imblickpunkt heruntergeladen werden.

Redaktion:

ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH
Bergstr. 8 • 45770 Marl
Tel.: +49 (0)2365 9404-0 • Fax: +49 (0)2365 9404-29
E-Mail: info@ecmc.de • Internet: www.ecmc.de

Bildquelle: Imagesource

Stand: September 2008