

Rudolf Kammerl

Web 2.0. Neue Medien – neue Chancen für Partizipation und Demokratieverziehung?

Zusammenfassung:

Welche Chancen bieten Phänomene des partizipativen Journalismus im Web 2.0 für die Entwicklung kommunikativer Rationalität im medialen Diskurs? Unter Berücksichtigung der Theorie der digitalen Kluft werden Möglichkeiten und Grenzen für Demokratieverziehung erörtert.

Abstract:

Could Grassroots Journalism become a mass phenomenon with Web 2.0? According to the Digital Gap theory this article outlines challenges of public communication and indicates possibilities of democratic education.

Web 2.0 als basisdemokratischer Traum?

Was ist Web 2.0? Blogs Feeds, Podcasts, Twitter, Wikis, Youtube

Dass das Schlagwort „Web 2.0“ so hohe Aufmerksamkeit erhält, liegt weniger daran, dass es einen eindeutig definierbaren, völlig neuartigen Sachverhalt beschreibt, sondern lässt sich vielmehr dadurch erklären, dass es ein Versprechen auf ein neues, besseres Web enthält. Ein Blick auf die Begriffsgeschichte zeigt, dass mit dem Wort von Anfang an eigentlich Äpfel und Birnen zusammengeworfen wurden. O'Reilly, dem die Urheberschaft zu dem Ausdruck Web 2.0 zugeschrieben wurde, verknüpfte aus sieben unterschiedlichen Bereichen¹ ganz unterschiedliche Aspekte zu einem angeblich irgendwie zusammenhängenden Sachverhalt. In dieser Begriffswolke „Tag Cloud“ tauchen neben bestimmten technischen Standards² dann auch jene Schlagworte auf, die das Web 2.0 für viele Anwendungen als Mitmachweb assoziieren lassen. Web 2.0-Anwendungen bieten User-generated-Content an, Inhalte (Texte, Fotos, Videos, Audiomaterial) also, die von anderen Internetnutzern ins Netz gestellt werden. Diese Inhalte werden in der Regel durch Folksonomy, also die Verschlagwortung von Inhalten, durch die Nutzer sortiert. Der Nutzen dieser Anwendungen besteht durch die sogenannte „Intelligenz der Vielen“. Die im deutschsprachigen Raum wohl bekanntesten Anwendungen sind die Online-Enzyklopädie Wikipedia, das Videoclipportal Youtube aber auch die Online-Community StudiVZ, das Facebook nachempfunden wurde. Bei diesen Anwendungen ist die ursprüngliche Trennung zwischen Anbietern von redaktionell betreuten Inhalten und ihren Rezipienten aufgehoben. Die Internetnutzer sind angehalten, selbst den Nutzwert des Internetangebots durch eigene Inhalte zu erhöhen. Neben klassischen journalistischen Inhalten, stehen hier auch persönliche Informationen, z.B. autobiografische Blögeinträge³ oder ein

persönliches Profil. Die ursprüngliche Trennung zwischen Konsument und Editor ist also prinzipiell aufgehoben, auch wenn sich nur ein Bruchteil der Nutzer von Web 2.0-Anwendungen tatsächlich aktiv als Autor in Wikipedia oder Youtube beteiligt. Sowohl im Kontext solcher inhaltlicher Angebote, aber noch stärker im Kontext von Webanwendungen, die das primäre Ziel verfolgen, Kommunikation, Interaktion und Zusammenarbeit zwischen den Benutzern zu fördern (Social Software), können sich durch das Web neue Kommunikationsgemeinschaften gründen. Angebote wie StudiVZ, Xing, Twitter bieten neben dem Austausch zu Freizeitthemen auch Anlaufstellen für den Austausch beruflicher Interessen. Dabei kann sich ein Gefühl von Zusammengehörigkeit bilden. Die Nutzer fühlen sich einer ‚Community‘ zugehörig.

Eine Vielzahl der Web 2.0-Anwendungen erreicht ihre Funktionalität aber stärker aus ungeplanten Synergien von Massenaktivitäten anstatt durch gezielte Kooperation von Communities. So setzt der Nutzen des Social Bookmarking oder das Tagging keine direkte Kommunikation zwischen denjenigen voraus, die sich hier aktiv einbringen. Erfolgreiche Web 2.0-Anwendungen stehen also nicht notwendig für große, sozial verbundene Gruppierungen. Vielmehr beinhalten auch sie Konstellationen, in denen zwischen den Nutzern keine oder bestenfalls eine geringe Verbindlichkeit besteht; bei hoher Heterogenität der Zielsetzungen.

Partizipativer Journalismus/Citizen Journalism

Politische Partizipation 2.0

Bei der Abwägung des demokratischen bzw. partizipativen Potenzials der Web 2.0-Anwendungen wird insbesondere auf neue Formen partizipativen Journalismus fokussiert. Es gibt immer wieder Hinweise, dass es unabhängigen Internetkanälen offenbar zunehmend gelingt, sich neben den etablierten Nachrichtenagenturen als schnelle Lieferanten von aktuellen und unabhängigen Informationen aus aller Welt Aufmerksamkeit zu verschaffen. So waren bei dem Terrorangriff auf die indische Stadt Mumbai im November 2008, aber auch beim Amoklauf in Winnenden im März 2009 eine Reihe von aktuellen Meldungen zunächst über den Internetdienst Twitter zu lesen, bevor sie über die großen Agenturen veröffentlicht wurden. Hinter Twitter stehen keine Redakteure, sondern ganz normale Internetnutzer, die sich über diesen Kanal mittels Kurznachrichten über alle möglichen Dinge des Lebens austauschen.

In diesem Zusammenhang ist von Grassroots Journalism/Citizen Journalismus/Partizipativer Journalismus die Rede.

Denn Bürger/-innen spielen eine aktive Rolle im Prozess der Recherche, des Berichts, des Analysierens sowie des Verbreitens von Nachrichten und Informationen (vgl. Bowman/Willis 2003). Mit dieser Partizipation soll die Bereitstellung von unabhängigen und relevanten Informationen erreicht werden, die eine Demokratie benötigt (vgl. Gillmor 2004). Da im Kontext von Meinungsbildungsprozessen Kommunikation in Demokratien zu großen Teilen öffentlich und mittels Medien stattfindet, berührt dieser Tätigkeitsbereich einen Schlüsselbereich im System funktionierender Demokratie. Wenn Pressefreiheit nicht als Privileg für Medienkonzerne verstanden werden soll, bedarf es Bemühungen, eine breitere Beteiligung zu erreichen. Die Vorstellung, dass das Brecht'sche Radiotheorem in der Ausbreitung und Weiterentwicklung seine Realisierung erfährt, sorgt dabei für großes Interesse in Kommunikations- und Gesellschaftswissenschaften. Führt das Web 2.0 also zur politischen Partizipation 2.0? Die neuen Chancen für politisch bzw. gesellschaftlich Aktive scheinen offensichtlich. Die technischen Möglichkeiten müssen aber erst in den Griff bekommen werden und dann vor allem mit Praktiken politischen Engagements verbunden werden. Die Qualifizierung der politisch Aktiven im Hinblick auf die Medienkompetenz und die Motivierung der Internetnutzer zu politischer Teilhabe hin zu einer breiten basisdemokratischen Beteiligungskultur stehen allerdings vor großen Herausforderungen.



Abb. 1: Web 2.0 als gesellschaftsutopischer Traum?
(E-media Nr. 26A, Januar 2006, <http://www.news.at/emedial>)

Demokratisierungsprozesse durch Presse- und Meinungsfreiheit im Web? Katalysator für Individualisierungsprozesse

Hinter der Hoffnung, dass mit Medien neue Partizipationschancen eröffnet und genutzt werden, steht das Versprechen der Moderne, durch kritische, öffentliche Kommunikation für gesellschaftliche Rationalität zu sorgen. Dieses Versprechen ist aus dem Gesellschaftsideal der Aufklärung hervorgegangen und ist eng mit der Genese der bürgerlichen Öffentlichkeit verknüpft. Die Öffentlichkeit wurde als Garant von Rationalität behauptet, da gesellschaftliche Rationalität aus kritischer Fähigkeit von Individuen hervorgehe. Diese Kritik beruht auf der Möglichkeit, Zugang zu Daten zu haben und sie uneingeschränkt interpretieren zu können. Freier Zugang zu Information muss deshalb gesichert werden. Öffentlichkeit wird zum einen hergestellt durch Transparenz, zum anderen durch Beteiligung der Bürger, kann also als Bedingung für Rationalitätszuwachs verstanden werden.

Öffentlichkeit stellt sich hier also als Bestandteil eines Gesellschaftsideals dar, das sich aus der Genese der bürgerlichen Öffentlichkeit erklärt. U.a. hat Habermas (1976) die

Charakteristika des öffentlichen Rasonnements als permanente Diskussion unter Privatleuten herausgestellt. Das Gesellschaftsideal der Aufklärer entspricht einer idealen Diskursform, die durch die Gleichheit der Beteiligten hinsichtlich ihres Status, durch den Grundsatz, prinzipiell alles zum Gegenstand des Rasonnements machen zu können, und durch die Unabhängigkeit des Publikums gekennzeichnet ist.

Die u.a. von Habermas rekonstruierte (Ideal-)Form der aufklärerischen Diskussion scheint durch das neue Massenmedium Internet auch für die Massengesellschaft möglich geworden zu sein.

Die Idee der unmittelbaren Kommunikation wurde in der bürgerlichen Gesellschaft schon bald durch mediale Kommunikation abgelöst, die bei den Massenmedien Brief, Zeitung und Radio eine eingleisige Kommunikation ist. So stellt sich die Frage, ob die Reduzierung von Öffentlichkeit durch die Massengesellschaft oder durch die Eigenschaften der Massenmedien begründet ist. Wenn es gelänge, mittels eines echten Kommunikationsmediums den Bürgern Stimmrecht und -möglichkeit (wieder) zu geben, könnte sich Öffentlichkeit auch wieder besser entfalten.

Mit dem Internet scheint ein neues Medium vorhanden zu sein, das für die Neugestaltung von Öffentlichkeit geeignet ist. Mit Hilfe des Internets lässt sich eine Öffentlichkeit mit Qualitäten wiederherstellen, die an den anderen Massenmedien vermisst wurden. Es scheint also sowohl der Informations- wie Kommunikationskanal zu sein, der die Forderungen der bürgerlichen Gesellschaft einlöst.

Die von Habermas beschriebenen Merkmale idealer Öffentlichkeit scheinen im Internet verwirklicht zu sein. Eine Gleichheit der Kommunikationsteilnehmenden wird durch das Ausblenden von statusrelevanten Informationen und von Attraktivitätsmerkmalen ermöglicht. Wer die Vielzahl und Vielfalt der Newsforen kennt, weiß, dass dort prinzipiell alles Gegenstand einer Diskussion sein kann und der, der ein Thema vermisst, kann eine diesbezügliche Diskussionsplattform einfach und schnell ins Leben rufen. Die Beteiligung am Internet ist prinzipiell jedem offen, sie wird sogar von Tag zu Tag durch die verstärkte Benutzerfreundlichkeit der notwendigen Hard- und Software einfacher und jeder wird von der Werbung eingeladen, sich (inter-)aktiv im Internet zu beteiligen.

Die auf den ersten Blick gelungene Verwirklichung der von Habermas beschriebenen Merkmale von Öffentlichkeit kann aber einer kritischen Überprüfung nicht standhalten. Der Eindruck von Gleichheit verdankt sich in erster Linie dem Fehlen konventioneller Ausgrenzungsmechanismen, nicht aber der völligen Abwesenheit von solchen Mechanismen. Das Phänomen des „Flamings“⁴ ist ein Beleg dafür, dass Eigenarten des Kommunikationsstils weit höhere Selektionsrelevanz besitzen als in konventionellen Kommunikationsformen.

Einschränkungen müssen auch hinsichtlich der Qualität der Diskussionen bemerkt werden. Zwar kann prinzipiell alles diskutiert werden, der Verlauf ist aber nicht selten sehr enttäuschend und gleitet oftmals in nicht themenrelevante Plaudereien oder keineswegs konstruktive Streitereien einiger Diskussionsmitglieder ab. Dies entspricht somit keineswegs dem von Habermas eingeforderten Ideal des herrschaftsfreien Diskurses, in dem sich jeder nur von der Kraft des besten Arguments leiten lässt. Die Entkräftung der durch das Internet ermöglichten Öffentlichkeit wird durch die Vielzahl miteinander konkurrierender Diskussionsangebote verstärkt. Im Internet findet eine Explosion der Kommunikation in eine Mehrheit individueller Kontexte mit grundsätzlicher Unkontrollierbarkeit statt. Die Kommunikation wird dadurch faktisch intransparent, auch wenn sie prinzipiell offen bleibt. So stellt sich die Unabgeschlossenheit des Mediums Internet auch als Problem dar. Der völlige Verzicht auf Moderation und Zensur des neuen Massenmediums hat auch eine Unübersichtlichkeit der Diskussions- und Kommunikationsangebote zur Folge, so dass sich die Frage stellt, wer mit wem worüber in welcher Form kommunizieren sollte.

Öffentlichkeit konnte als Garant von Rationalität behauptet werden, da durch sie frei zugängliche Informationen Kritik und Interpretation erfahren. Das Internet macht eine praktisch nicht mehr handhabbare Menge an Informationen verfügbar. Entscheidend ist aber nicht nur die Menge der Informationen, sondern sind die Möglichkeiten ihrer Nutzbarkeit. Statt Transparenz zu verbreiten, schafft die Fülle medialer Angebote die Konstitution einer zweiten, nicht konsenspflichtigen Realität. Das Internet führt durch Individualisierung der

Kommunikations- und Informationswege faktisch zu steigender Intransparenz in einer exponentiell zunehmenden, unüberblickbaren Datenmenge (vgl. Esposito 1997).

Das Internet hat als Technologie allein keinen Einfluss auf seine inhaltliche Nutzung. Die mit der Einführung eines Mediums verknüpften Hoffnungen hinsichtlich der Realisierung einer unvollendeten Moderne bleiben notwendigerweise Illusion, wenn keine anderen Anstrengungen unternommen werden. Dies steht in erster Linie in Verbindung mit den eingeschränkten und ungleich verteilten Möglichkeiten der Nutzung des Internets.

Breite Partizipation im Mitmachweb: Fehlzanzeige

Warum der Digital Gap eine andere Qualität als die Wissenskluft hat

Für die Untersuchung der Einflüsse medial vermittelter Kommunikation auf den Informationsstand in der Bevölkerung wurden verschiedene Untersuchungen und Theorieentwicklungen angestoßen. Die Wissensklufthypothese, die bezogen auf den Einfluss von Printmedien entwickelt wurde, geht davon aus, dass Wissensklüfte zwischen verschiedenen sozialen Gruppen bei steigendem Informationsfluss ansteigen. Personen mit höherem formalen Bildungsniveau sollen eine effizientere Nutzung von Printmedien aufweisen als formal niedriger gebildete Personen. Dies wird zusammenfassend als „Increasing Knowledge Gap“ bezeichnet (Tichenor/Donohue/Olien 1970, S. 159f.).

Mit der Verbreitung der neuen Medien wurde die Übertragbarkeit der Wissensklufthypothese auf das Internet geprüft. Dabei stand zunächst die grundlegende Frage, wer zu den Onlinern und wer zu den Offlinern gehört, im Vordergrund. Noch bis Ende der 1990er Jahre, als in Deutschland die regelmäßigen Internetnutzer in der Gesamtbevölkerung die Minderheit waren, gingen vor allem junge, gut ausgebildete Männer online. Heute gleicht sich die Zusammensetzung derer, die das Internet nutzen, stark der Struktur der Gesamtbevölkerung an. Gleichzeitig gibt es aber noch immer signifikante Unterschiede hinsichtlich Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildung, Familienstatus, Ethnie, Behinderungen und regionaler Zugehörigkeit. Global betrachtet existiert ein eklatantes Nord-Süd-Gefälle zwischen den Industrienationen und den Entwicklungsländern.⁵

Mit zunehmender Ausbreitung der Internetanschlüsse in den Industrienationen haben sich Fragestellungen zum Einfluss der Informationsangebote in der vernetzten Gesellschaft und deren Rolle für Wissensstände stärker ausdifferenziert. Da sich die Internetnutzung durch die Interaktivität des Mediums, aber auch hinsichtlich der Anforderungen im Umgang mit Medientechnik und Informationskompetenz deutlich zu Printmedien unterscheiden, schien eine Weiterentwicklung notwendig.

Es wurde deutlich, dass der Internetzugang und die Nutzung von Online-Informationen durch vielfältige Ebenen und Dimensionen bestimmt ist (vgl. Norris 2001, S. 11). Statt einer umfangreichen systematischen Darstellung (vgl. zusammenfassend Zwiefka 2007, S. 75ff.) sollen an dieser Stelle lediglich drei zentrale Problempunkte herausgestellt werden:

Art des Zugangs: Unabhängig von den individuellen Merkmalen der Internetnutzer sind technische (Bandbreite

bzw. Geschwindigkeit des Internetzugangs) und finanzielle Rahmenbedingungen, sowie auch soziale Regulierungen zu berücksichtigen (Kontrolle und/oder Beschränkung in der Familie, z.B. der weiblichen Familienmitglieder durch die männlichen). Unterschiedliche individuelle Zugangsmöglichkeiten zum Internetzugang entstehen durch Einschränkungen technischer, finanzieller oder sozialer Art auf makro-, meso- und mikrosystemischer Ebene.

Nutzung des Zugangs: Ausgehend von den sozialen Herkunftsmilieus und dem Habitus der Individuen sowie deren jeweiliger Lebenslage bilden sich spezifische Interessensbereiche und Nutzungsmuster. Diese führen dazu, dass sehr unterschiedlich auf Onlineangebote zugegriffen wird (sowohl hinsichtlich der interessierenden Inhalte, aber auch hinsichtlich der Art und Weise, wie diese im Alltag genutzt werden). „Eine Medienbotschaft wird für den Mediennutzer nur dann zur Information, insofern er selbst dieser Information aufgrund seiner persönlichen Situation und Problemsicht aktiv Sinn zuschreibt“ (Bonfadelli 1994, S. 120). Ausgehend von der individuellen Lebenslage wird aus der Fülle von Information nur ein sehr spezifischer Ausschnitt aktiv nachgefragt und bei der Verarbeitung der Information erhält diese eine subjektive Bedeutung, die wiederum in den eigenen Handlungsbezug eingebunden wird. Gerade durch die Interaktivität des Internets erhöht sich dadurch die Selektivität der Kommunikation. Dass eine Information Individuen erreicht, verstanden und aufgenommen wird, wird letztlich unwahrscheinlicher.

Medienkompetenz/Informationskompetenz: Neben der Frage nach den Zugangsmöglichkeiten, den individuellen bzw. kollektiven Interessen und Nutzungsroutinen, entstehen bei der Internetnutzung aufgrund der ungleich verteilten individuellen Möglichkeiten im Umgang mit Medientechnik und Information Rezeptionsklüfte. Bereits im Umgang, im Wissen und in der Reflexion über Computer (bzw. anderen Zugangsgeräten wie das Handy), Internet und den verschiedenen medialen Codierungen zeigen sich auf der Ebene der individuellen Medienkompetenz Differenzen. Ebenso sind die jeweiligen Ausprägungen der Informationskompetenz (also die individuellen Strategien zur Suche, Auswahl, Bewertung, Weiterverarbeitung von großen Informationsmengen) höchst ungleich verteilt. Diese individuellen Differenzen lassen sich mit Bezugnahme auf den sozialkulturellen Hintergrund und Bourdieus Konzept des Habitus als Zusammenspiel von Habitus, Feld und Raum erklären (vgl. Kutscher 2009, S. 4ff.). Da mit dem Internet im Unterschied zur Zeitung wesentlich größere Informationsmengen bei unterschiedlicher Qualität vorliegen, die auf der Rezipientenseite komplexere Medientechnik voraussetzt (und für professionelle Nutzung weit mehr Tools als die notwendigen angeboten werden), haben Defizite in den beiden Bereichen Medienkompetenz und Informationskompetenz für den Digital Gap weitreichendere Folgen, als dies im Kontext der Zeitungsrezeption der Fall ist.

Dadurch wird deutlich, dass sich die Frage nach den wachsenden Differenzen zwischen den verschiedenen sozialen Gruppen verstärkt, da das Internet höhere Anforderungen auf technischer, inhaltlicher und subjektiver Ebene stellt, als dies für Printmedien oder die älteren Massenmedien wie Radio und Fernsehen galt.

Chancen für Demokratieverziehung und globales Lernen

Im Kontext von Web 2.0-Anwendungen zielen aktuelle medienpädagogische Kampagnen (vgl. z.B. Schau Hin!; <http://schau-hin.info/>) in erster Linie auf die informationelle Selbstbestimmung der Heranwachsenden und auf eine höhere Sensibilität bei der Preisgabe personenbezogener Daten. Die Möglichkeiten, sich und seine Interessen mittels Web 2.0-Anwendungen wie Blogs zu präsentieren oder zu veröffentlichen werden bejaht, aber insbesondere wenn sie auf Portalen kommerzieller Anbieter stattfinden, auch (wegen Datenschutzaspekten) problematisiert.

Daneben findet mediendidaktisch motiviert in vielen Bildungseinrichtungen eine kreative Einbindung dieser neuen Internetanwendungen zu Lernzwecken statt, so z.B. die Nutzung von Wiki zu kollaborativem Arbeiten. Web 2.0 dient hier als technische Basis zu E-Learning 2.0-Konzepten.

Die medienpädagogischen Maßnahmen zur informationellen Selbstbestimmung berühren ganz offensichtlich ein Kernproblem der Demokratieverziehung im Kontext der Globalisierung: Hier stehen sich offenbar die unterschiedlichen Reichweiten von (an nationale Grenzen gebundener) Gesetzgebung und die Reichweiten der Internetangebote von Medienunternehmen gegenüber. Auch deutschsprachige Internetseiten, die an Heranwachsende gerichtet sind, müssen sich nicht an den Standards des deutschen Datenschutzes orientieren, wenn der Server im Ausland steht. Dabei finden sich umgekehrt aber Beispiele, in denen weltweit agierende Medienunternehmen auf die Zensurbestimmungen nicht demokratisch legitimierter Regierungen Rücksicht nehmen (z.B. Google in China).

Die Vermittlung von Medienkompetenz weist viele Bezugspunkte zur Demokratieverziehung auf. Zum einen werden – wie ausgeführt – notwendige Basiskompetenzen zur Partizipation bei der mediatisierten Kommunikation in Gesellschaften vermittelt. Zum anderen schließt ein erweiterter Medienkompetenzbegriff, der medienpädagogisch professionell Handelnden zu Grunde liegt, Medienwissen und Reflexion der Rolle der Medien für Meinungsbildung mit ein.

Für Demokratieverziehung wiederum ist Medienkompetenz eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für die Befähigung zur Partizipation an demokratischen Entscheidungsprozessen. Da Medien auf politische Meinungsbildung Einfluss nehmen, ist zunächst die Aufarbeitung und Reflexion dieser Einflüsse, zum anderen aber die Vermittlung von Kompetenzen zur Teilhabe an selbstinitiierten Medienproduktionen zentraler Gegenstand.⁶

Neben der Förderung grundlegender Medienkompetenz für alle Heranwachsenden scheinen spezielle Angebote für politisch bzw. gesellschaftlich engagierten Nachwuchs vielversprechend, wenn nicht gar notwendig. Ein ansprechendes und aktuelles Web-Angebot von Gruppen und Organisationen, die gesellschaftlich Einfluss nehmen wollen, wird von den Internetnutzern zunehmend vorausgesetzt. Denn unprofessionell gestaltete Internetauftritte schlagen negativ auf die Einschätzung der Professionalität insgesamt zurück.

Die ungleich verteilten Chancen zur Partizipation an medialen Diskursen und die mangelnden Regulierungsmöglichkeiten der nationalen Initiativen zur informationellen Selbstbestimmung und zum Urheberrecht können im Zeitalter

des Internets nur in der globalen Dimension adäquat erfasst werden. Insofern treffen hier aktuelle medienpädagogische Herausforderungen stets mit Fragestellungen des Globalen Lernens zusammen (vgl. Kammerl/Lang-Wojtasik 2006). Neben der Web 2.0-Technik, die Mitmach- (im unterhaltenden Sinne) und Partizipationsmöglichkeiten (im demokratischen Sinne) eröffnen kann, wird ein Internetzugang für alle benötigt und auch dann stehen die Möglichkeiten, sich an Diskursen zu beteiligen, de facto nicht allen zur Verfügung, da Medienkompetenz bzw. kommunikative Kompetenz zwar (möglicherweise) im Menschen als Potential angelegt ist, aber im Rahmen unterschiedlich ausgeprägter Anregungsniveaus im Kontext der jeweiligen Lebenswelt nicht entfaltet wird. Darüber hinaus müsste eine Passung zwischen den Diskursen, die in den Web 2.0-Communities geführt werden, und den Themen der jeweiligen Lebenswelt vorhanden sein.

Anmerkungen

- 1 Usability, Economy, Design, Standardization, Remixability, Convergence, Participation.
- 2 Technische Trends sind, dass mit Hilfe von Ajax Anwendungen unabhängig vom Betriebssystem funktionieren sollen, dass unter Verwendung von CSS-Sheets die Inhalte vom Design getrennt werden. Durch die Verwendung einfacher und einheitlicher Formatierung von Informationen RSS wird der Austausch und die Weiterverarbeitung vereinfacht.
- 3 „Blog“ ist eine Abkürzung von „Weblog“, einer Art Logbuch im Internet, in dem regelmäßig aktuelle Meldungen eingetragen werden. Bei Privatnutzern ähnelt der Blog in seiner Funktionsweise einem Tagebuch.
- 4 Flaming bezeichnet das „Entflammen“ der internetbasierten Kommunikation in dem Sinne, dass das Fehlen nonverbaler Kommunikationsmittel plötzliche Emotionalisierung des Kommunikationsverlaufs befördert – sowohl in Form von Beschimpfungen aber auch in Form von Liebeserklärungen.
- 5 Weltweit sind die Möglichkeiten der Internetnutzer deutlich ungleich verteilt. Während in den Industrienationen ungefähr zwei von drei Menschen über einen eigenen Internetzugang verfügen, existiert in den sog. Entwicklungsländern für den Großteil der Bevölkerung meist noch keine Möglichkeit zur Internetnutzung. So gab es z.B. in Deutschland 2004 doppelt so viele Internetnutzer als in ganz Afrika. Von den Möglichkeiten internetbasierter Kommunikation können deshalb v.a. jene profitieren, die ohnehin einen ökonomischen Wettbewerbsvorteil haben (ITU 2007). Die ITU misst mittels Digital Opportunity Index (DOI) Zugangsmöglichkeiten, Infrastruktur und Verwendung von Informations- und Kommunikationstechnologien in insgesamt 180 Ländern. Der Schwerpunkt wird dabei v.a. auf Mobilkommunikation, Breitband und Internet-Zugang gelegt. Nach den aktuellen Zahlen des Weltinformationsgesellschaftsberichts (World Information Society Report) rangiert Deutschland gemessen an diesem Index 2005/06 weltweit auf Platz 19, europaweit hinter der Schweiz und Österreich auf Platz 11 (ITU 2007).
- 6 Die Herstellung medialer Gegenöffentlichkeit war in den medienpädagogischen Konzeptionen der 1970er Jahre zentral. Die Herstellung und Veröffentlichung selbst erstellter Medien, um damit an Kommunikation zu partizipieren, ist auch heute in den Ansätzen der handlungsorientierten Medienpädagogik fundamental.

Literatur

- Beck, U. (1997): Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus – Antworten auf Globalisierung. Frankfurt a.M.
- Bonfadelli, H. (1994): Die Wissensklufthypothese. Konstanz.
- Bowman, S./Willis, C. (Hg.) (2003): We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information. Veröffentlicht unter http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf, 12.05.2009.
- Castells, M. (2002/2003): Das Informationszeitalter. Opladen.
- Deutsche UNESCO-Kommission (1997): Lernfähigkeit: Unser verborgener Reichtum. UNESCO-Bericht zur Bildung für das 21. Jahrhundert. Berlin.
- Eimeren, B. v./Frees, B. (2006): Nach dem Boom: Größter Zuwachs in internetfernen Gruppen. In: media Perspektiven 8, S. 362–379.
- Esposito, E. (1997): Veränderungen der Öffentlichkeit: Vom Ideal der Transparenz zur Wiederentdeckung des Mysteriums? In: Baacke, D./Schnatmeyer, D. (Hg.) „Neue Medien – Neue Gesellschaft“. Bielefeld.
- Geisz, M. (1999): Unsere Welt online. Globales Lernen im Internet. Mühlheim.

Gillmor, D. (2004): We the Media. Grassroots Journalism by the People for the People. Beijing et al. Veröffentlicht unter: <http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/>, 12.05.2009.

Habermas, J. (1976): Strukturwandel von Öffentlichkeit. Frankfurt a.M.

Hepp, A. (2006): Globalisierung der Medienkommunikation und transkulturelle Medienpädagogik. In: Wiedemann, D./Volkmer, I. (Hg.): Schöne neue Medienwelten? Bielefeld, S. 72–85.

ITU – International Telecommunication Union (2007): World Information Society Report 2007. Veröffentlicht unter: http://www.itu.int/osg/spu/publications/world-information-society/2007/WISR07_full-free.pdf, 12.05.2009.

Kammerl, R. (2006): Medienbasierte Individualkommunikation und Massenkommunikation. In: Kraus, H./Titzmann, M. (Hg.): Medien und Kommunikation. Eine interdisziplinäre Einführung. Passau, S. 129–145.

Kammerl, R./Lang-Wojtasik, G. (2006): Neue Medien und Globales Lernen. Lernherausforderungen, Bildungsmöglichkeiten und didaktische Arrangements. In: ZEP – Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik, 29. Jg., H. 3, S. 2–6.

Kammerl, R./Pollak, G. (2000): To know or not to know – Bemerkungen zur Wissensgesellschaft aus erziehungswissenschaftlicher Perspektive. In: Kammerl, R. (Hg.): Computerunterstütztes Lernen. München, S. 232–248.

Krotz, F. (2006): Mediatisierung und Globalisierung als Wandlungsprozesse und die sogenannte Digitale Spaltung. In: Wiedemann, D./Volkmer, I. (Hg.): Schöne neue Medienwelten? Bielefeld, S. 60–71.

Kutscher, N. (2009): Ungleiche Teilhabe – Überlegungen zur Normativität des Medienkompetenzbegriffs. In: Medienpädagogik, H. 17. Veröffentlicht unter <http://www.medienpaed.com/17/kutscher0904.pdf>, 17.04.2009.

Luhmann, N. (1975): Die Weltgesellschaft. In: Luhmann, N.: Soziologische Aufklärung, Band 2. Opladen, S. 51–71.

Luhmann, N. (1997): Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt a.M.

MPFS – Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hg.) (2008): JIM-Studie 2008. Jugend, Information, (Multi-)Media. Stuttgart.

Norris, P. (2001): Digital Divide. Cambridge.

Otter, A. (2006): Digitale Möglichkeiten für Afrika. In: Lutterbeck, B. et al. (Hg.): Open Source. Jahrbuch 2006. Veröffentlicht unter: <http://www.opensourcejahrbuch.de>, 01.11.2006.

Robertson, R. (1998): Glokalisierung: Homogenität und Heterogenität in Raum und Zeit. In: Beck, U. (Hg.): Perspektiven der Weltgesellschaft. Frankfurt a.M., S. 192–220.

Tichenor, P./Donohue, G./Olien C.N. (1970): Mass media flow and differential growth in knowledge. In: Public Opinion Quarterly, V. 34, I. 2, S. 159–170.

UNESCO (2005): Towards Knowledge Societies. Paris.

Zwieffka, N. (2007): Digitale Bildungskluft. München.

Dr. Rudolf Kammerl

Dipl.-Päd., Professor für Erziehungswissenschaft mit Schwerpunkt Medienpädagogik an der Universität Hamburg. Arbeitsbereiche Sozialisations-, Lehr-, Lern- und Bildungsforschung im Kontext neuer Medien. Seine Habilitationsschrift behandelte das Thema „Internetbasierte Kommunikation und Identitätskonstruktion“ (Hamburg 2005). In seinen aktuellen Forschungs- und Entwicklungsprojekten bearbeitet er sowohl mediendidaktische wie medienpädagogische Fragestellungen im Kontext aktueller Informations- und Kommunikationstechnologien.