

Jöran Muuß-Merholz

Faszination Web 2.0

Möglichkeiten und Chancen der neuen digitalen Welt

Reise in ein Parallel-Universum

Man stelle sich eine Welt vor, in der die Geschichte der Medien anders verlaufen ist. Zwar sieht es dort im Wesentlichen aus wie in der uns bekannten Welt. Alle gängigen Medien sind vorhanden, insbesondere die vernetzten Computerspiele vom Handcomputer Nintendo DS über Apples *iPod touch* bis zur Spielekonsole *Wii*, vor der die Spieler akrobatische Körperbewegungen vollziehen. Nur die Erfindung des Buchs fehlte in der bisherigen Geschichte, bis 2011 jemand auf die Idee kam, Buchstaben auf Papier zu drucken und die Papiere zu Büchern zusammen zu binden. Eine Welt, in der Computerspiele vor Büchern kamen. Was würden wohl die Pädagogen, die Feuilletonisten oder die Eltern der Kinder sagen, die hinter diesem neomodischen »Buch« verschwinden? Das neue Medium würde vermutlich harsche Kritiken ernten: Das Lesen unterfordert die Sinne. Die Leser sitzen mit starrem Blick vor dem Papier anstatt sich in einer lebendigen, dreidimensionalen Welt zu bewegen. Sie stieren auf das monotone Schwarz-Weiß, auf dem sich nichts bewegt. Sie hören nichts, können nichts anfassen außer das dünne Papier. Nicht nur die Sinne, auch der Körper verkümmert beim Lesen, denn die Leser verharren teils stundenlang unbeweglich in der gleichen Position. Häufig hört man von geradezu buchsüchtigen Jugendlichen, die jeden Tag mehr als 90 Minuten mit dem neuen Medium verbringen, anstatt draußen zu spielen, sich mit Freunden zu treffen oder Sport zu treiben. Anstatt etwas mit dem ganzen Körper zu machen und mit komplexen Bewegungen etwas im Spiel zu steuern, sitzen die Spieler da und bewegen nur gelegentlich ein paar Gramm Papier von rechts nach links. Als wäre das noch nicht schlimm genug, leiden auch die sozialen Kontakte unter der Vielleserei. Lesen isoliert den Menschen von anderen, denn man sitzt oder liegt dabei in der Regel alleine im stillen Kämmerlein anstatt etwas gemeinsam mit anderen zu machen. Und schließlich: die Demokratie! Was lernt denn der Bürger beim Lesen implizit mit? Die Unmündigkeit! Denn die Leser müssen sich in Büchern einer klar vorgegebenen Struktur unterwerfen, anstatt sich in einer belebten, dreidimensionalen Welt zu bewegen. Anstatt sich selber zu

orientieren und die Umgebung aktiv zu gestalten, lehrt das Buch vor allem: dem zu folgen, was man vorgegeben findet.

Dieses Gedankenexperiment (nach einer Idee von Steven Johnson 2005) soll zeigen, dass es nicht selbstverständlich ist, welche Titel die Rubrik *Erziehungsratgeber Medien* im Buchhandel beherrschen: *Nur ein Mausklick bis zum Grauen, Hilfe, mein Kind hängt im Netz, Verblöden unsere Kinder?, Abschalten. Das Anti-Medien-Buch, Mit einem Klick zum nächsten Kick, Handyknatsch, Internetfieber, Medienflut, Was tun? So kommt mein Kind vom Bildschirm los!* oder einfach pauschal *Vorsicht Bildschirm!*

Viele Schwierigkeiten im Umgang mit den Neuen Medien, mit Computerspielen und Web 2.0 sind eher dem Umstand geschuldet, dass sie »neu« sind. Oder einer recht selektiven Wahrnehmung, denn offensichtlich sind nicht alle Menschen, die sich in elektronischen Welten häufig und gerne bewegen, gleich auch dick, dumm oder aggressiv. Niemand möchte die Abschaffung von Kühlschränken, nur weil darin ja auch ungesundes Essen oder sogar Drogen aufbewahrt werden können. Keiner fordert ein (Jugend-)Verbot von Briefpost, obwohl darin auch Erpressungsschreiben und wüste Beschimpfungen transportiert werden können. Und auch die Stadt Hamburg ist nach wie vor ein beliebter Ort, obwohl hier alle nur denkbaren Übel zu finden sind: Pornos und Pädophile, Nazis und Narzissmus, Betrüger und Betrunkene, Gewalt und Grauen, Terroristen und Tierquälerei.

All das findet man im Internet, keine Frage. Auch ist unzweifelhaft, dass die genannten Probleme ernsthafte sind und gesellschaftlicher Antworten bedürfen. Doch die Debatte hat Schlagseite. Für eine differenziertere Auseinandersetzung will dieser Text zwei zusätzliche Perspektiven bieten: Eine grundlegende Klärung dessen, was eigentlich »neu« ist an den »Neuen Medien«, insbesondere an Web 2.0 oder Social Media. Zweitens sollen die Chancen, die freundlichen Orte der elektronischen Welt, zumindest plakativ skizziert werden. Diese Darstellung soll also nicht den bisherigen Diskurs *ersetzen*, sondern *ergänzende* Sichtweisen einbringen.

Wie neu sind »neue Medien«?

Wenn heute von »neuen Medien« gesprochen wird, ist damit meist *Web 2.0* oder *Social Media* gemeint. Oder allgemeiner: Internet und Handy. Bisweilen sogar umfassend: Computer, oder noch umfassender: irgendwie digital. Schon hier lässt sich erkennen, wie relativ das »neu« in neue Medien ist. Der Begriff selber wurde bereits für

Gedankenexperiment: Computerspiele kamen vor Büchern

Selective Wahrnehmung

Ergänzende Sichtweisen

Buch und sogar Papier einst neue Medien

Walkman, Kabelfernsehen, Videorekorder, Comics und Kino benutzt. Auch das gedruckte Buch und sogar Papier und Stift waren einst neue Medien. Die Debatten um neue Medien wurden immer von Aufregung und Skepsis dominiert, so wie allgemein möglicherweise jede neue Technologie »Standardsituationen der Technologiekritik« durchlaufen muss (vgl. Passig 2009). Man könnte sogar sagen: Erst wenn Medien nicht mehr als *neue Medien* wahrgenommen werden, wird die Debatte um sie sachlicher und differenzierter.

Die Rede von »neuen Medien« führt auch im Hinblick auf ihre Verbreitung in die Irre. Schaut man sich die Medienausstattung von 12- bis 19-Jährigen Jugendlichen an, so kann man entschieden von *etablierten Medien* sprechen: 100% haben einen Computer im Haushalt, 79% einen eigenen. 98% verfügen über Internetzugang im Haushalt. 97% haben ein Handy, dabei ist bereits die Mehrzahl der Geräte internetfähig. Im Ranking der Medien hat für die Jugendlichen das Internet inzwischen auch das Fernsehen überholt, sowohl in Sachen Nutzungsdauer als auch im Hinblick auf die persönliche Bedeutung (JIM-Studie 2010).

Und dennoch kann die Rede von »neuen Medien« sinnvoll sein. Denn der Umbruch zur digitalen und vernetzten Medientechnik ist weiterhin im Gange und noch lange nicht abgeschlossen. Das lässt sich zum Beispiel an der eben angeführten JIM-Studie beobachten: Die jährliche Untersuchung unterscheidet traditionell in die Nutzung verschiedener Medien, z.B. Buch, Fernsehen, Radio, Musikhören, Handy, Zeitung, Filme, Spiele sowie Computer und Internet. Dazu werden jeweils Nutzungsdauer und Nutzungsart gemessen. Diese Trennung in verschiedene Medien funktioniert aber nicht mehr, da digitale vernetzte Geräte wie Laptop oder Smartphone zunehmend alle anderen Medien in sich vereinigen und teilweise miteinander verschmelzen lassen. Ein Smartphone, z.B. ein iPhone, ist ein Computer im Handyformat, der alle wesentlichen Funktionen eines Computers mit Internetzugang erfüllen kann. Auch Telefonieren ist damit möglich. Im November 2010 machten Smartphone-Nutzer in Deutschland bereits 23% aller Konsumenten aus, wobei der Anteil rasant steigt (vgl. comScore 2011). Der Umbruch ist rasant und findet weiterhin statt. Unser Gegenstand ändert sich, noch während wir über ihn sprechen. In dieser Hinsicht ist also die Rede von »neuen Medien« sinnvoll.

Was ist Web 2.0 oder Social Media?

Web 2.0 oder *Social Media* sind Schlagworte ohne einheitliche Definition und klare Abgrenzung voneinander. *Web 2.0* meint *nicht*, wie der Begriff

Im Ranking das Fernsehen überholt

Rasanter Umbruch

suggestieren könnte, einen neuen technischen Standard des World Wide Web, sondern eine grundsätzlich andere Nutzungsweise des Internets. Der weniger gebräuchliche Begriff *Read/Write Web* (vgl. Tim-Berners Lee 2005) deutet auf den Kern der neuen Nutzung hin: Es geht nicht mehr nur um das Lesen, also das Empfangen, sondern auch um das Schreiben, das Senden, das Gestalten von Inhalten, verbunden mit einem starken Austausch der Menschen untereinander (Interessant dabei ist, dass Berners-Lee, Erfinder des World Wide Web, diese Nutzungsart als seine Vision schon bei der Konzeption des WWW 1991 vor Augen hatte.) Auf dieses Sharing, also das Miteinander-Teilen und Mitteilen der Nutzenden untereinander zielt auch der Begriff *Social Media* ab.

Die grundsätzliche Neuerung hinter diesen Begriffen wird noch stärker, wenn man sie nicht nur einem »Web 1.0«, sondern auch traditionellen Medien wie Zeitung oder Fernsehen gegenüber stellt (vgl. Tabelle nächste Seite).

Im Web 2.0 ist das Veröffentlichen eigener Inhalte so einfach geworden, dass das Versprechen des Internets hier tatsächlich eingelöst wird: Für das Publizieren braucht man keine eigene Infrastruktur mehr, nicht nennenswert viel Geld und kaum technische Kompetenzen. Dienste des Web 2.0 machen ernst mit dem Proumenten, dem Nutzer, der nicht nur empfängt, sondern selber auch Inhalte veröffentlicht. Schaut man sich auf *Facebook*, *YouTube*, *Twitter*, *Flickr*, *MeinVZ*, *Blogspot*, *Geocaching*, *Delicious* oder auch der *Wikipedia* um: Man wird keine Inhalte finden, die Redakteure in einer Zentrale erstellt haben, sondern millionen- und milliardenfach Inhalte von den Nutzern selber. Diese Websites sind Plattformen, die von ihrer Community mit Leben gefüllt werden. Dabei geht es nicht nur um die Veröffentlichung von Inhalten, sondern immer auch um Kommunikation. Alle genannten Plattformen leben vom Austausch der Nutzer untereinander.

Im Web 2.0 eröffnen sich neue Möglichkeiten des Teilens und der Zusammenarbeit. Lokal oder über Grenzen hinweg, ad hoc oder kontinuierlich, im privaten, im beruflichen oder politischen Bereich.

Und das ist erst der Anfang

Schaut man sich das Tempo der Entwicklung an, so findet man eine rasante Beschleunigung sowohl, was die technischen Kapazitäten als auch, was die Verbreitung angeht. Ein Bild davon vermittelt ein Interview mit Raymond Kurzweil, in dem der Erfinder und Autor die Entwicklung veranschaulicht: 1965 stand ein für damalige Verhältnisse sehr leistungsfähiger und sehr großer Rechner am MIT in Boston,

Grundsätzlich andere Nutzungsweise

Austausch der Nutzer untereinander

Gegenüberstellung traditionelle Medien und Web 2.0/Social Media

»Web 1.0« / traditionelle Medien z.B. ZDF, FAZ, Spiegel, Deutschlandfunk, Bild, Spiegel Online, bild.de, AOL ...	Web 2.0 / Social Media z.B. YouTube, Facebook, Twitter, Flickr, Podcasts, Blogs, Geocaching
Inhalte kommen aus einer Zentrale , von einer Redaktion oder einem Autor.	Inhalte kommen von den Nutzern selber, von einer Community .
Der Nutzer ist Konsument : Ich schaue ins Internet (bzw. in die Zeitung oder in den Fernseher).	Der Nutzer ist Konsument und Produzent gleichzeitig (Prosument): Ich veröffentliche Inhalte im Netz.
Hohe Hürden für das Publizieren : Für das Veröffentlichen brauche ich spezielle Kompetenzen oder Spezialisten, eine technische Infrastruktur und Geld.	Niedrige Hürden für das Publizieren : Für das Veröffentlichen brauche ich kaum Geld, kaum spezielles Wissen, keine eigene Infrastruktur.
Veröffentlichung und Kommunikation verlaufen eher langsam .	Veröffentlichung und Kommunikation verlaufen sehr schnell . Für Inhalte bedeutet das mehr Aktualität und Flexibilität. Und: mehr Masse.
Inhalte sind in Ordnungen vorsortiert. Es gibt z.B. Rubriken, Kategorien oder sogar Linearität mit Anfang und Ende.	Inhalte stehen in Chaos nebeneinander. Ordnung wird z.B. über Schlagworte oder Beziehungen geschaffen. Es gibt keine Linearität , kein Anfang / Ende.
Inhalte werden für mich vorausgewählt. Der Filter , was ich rezipiere, liegt vor allem beim Sender .	Ich muss als Empfänger selber den Filter definieren, was ich rezipiere und was nicht.
Push-Medium : Der Sender bestimmt, wann und wie die Kommunikation startet.	Pull-Medium : Der Empfänger bestimmt, wann und wie die Kommunikation startet.
Die Vermittlung von Information steht im Vordergrund. Die Kommunikation ist eine Einbahnstraße .	Austausch und Dialog stehen im Vordergrund. Die Kommunikation ist eine große Konversation .
Wissen ist Macht . Geschäftsmodelle beruhen auf der Verknappung von Inhalten . Wer viel Wissen weitergibt, schmälert die eigene Macht.	Teilen ist Macht . Social Media funktioniert, wenn viele Menschen viele Inhalte miteinander teilen. Share ist der wichtigste Begriff des Web 2.0.
Isolierung : Medien oder einzelne Angebote stehen eher unverbunden nebeneinander.	Verknüpfung und Integration : Dienste und Inhalte bieten Verknüpfungen und Schnittstellen untereinander.
Monomedialität : Eine Veröffentlichung hat festgelegte, beschränkte mediale Kanäle zur Verfügung.	Multimedialität : Eine Veröffentlichung kann verschiedenste Kanäle kombinieren.
Klare und individuelle Autorenschaft : Es ist eindeutig, wer hinter welchem Inhalt steht.	Kollektive Autorenschaft : Inhalte entstehen aus Teilung, Remixen und Kollaboration.
Das Internet als ein Medium : ein »virtueller Raum«, der <i>neben</i> dem »rechten Leben« existiert.	Das Internet als eine Plattform und als ein Lebensraum.

der damals Maßstäbe für Computertechnik setzte. Im Vergleich zu diesem Rechner ist der Prozessor in einem Handy 40 Jahre später 1.000-fach schneller, 100.000-fach kleiner und 1.000.000-fach billiger geworden. Dieses Tempo setzt sich bis heute fort, und es gibt wenig Anlass daran zu zweifeln, dass die Entwicklung abbremsen würde. Bei einer Fortsetzung des bisherigen Tempos würde ein Prozessor mit der beschriebenen Leistungsfähigkeit in ca. 20 Jahren in eine einzelne Blutzelle passen. Für viele Menschen mag das eher an Science-Fiction erinnern. Aber vermutlich war es vor 20 Jahren für die meisten Menschen auch nicht vorstellbar, dass uns die heutige Medizin erlaubt, z.B. für eine Darmuntersuchung eine tablettengroße Kapsel zu schlucken, die mittels Kamera Bilder aus dem Körperinneren liefert.

Kleine, günstige und leistungsfähige Geräte zusammen mit schnellem Internetzugang über Mobilfunk werden das Internet in den nächsten Jahren noch einmal revolutionieren, von einem Schreibtisch-Medium zu einem Medium, das immer überall präsent sein wird, das sich gleichsam wie eine Folie über die materielle Welt legt.

Trotz Science-Fiction und Wissenschaft können wir nicht voraussagen, was die Fortsetzung der technischen Entwicklung mit sich bringen wird. Und das gilt nicht nur für 20, sondern auch schon für nur zwei Jahre. Auf die Frage, wie weit der Planungshorizont von Google gehe, antwortete der damalige Google-Chef Eric Schmidt 2010: »Ein Jahr. Wir haben schon mal versucht, zwei Jahre im Voraus zu planen, aber das ist kaum möglich. Es gibt immer neue Ideen, die Dinge ändern sich ständig.«

Schmidts Hinweis zielt nicht nur auf Technik, sondern auch auf die Verbreitung von Technik, von Hardware, Anwendungen und Diensten. Betrachtet man die wichtigsten bzw. größten Websites des Internets, so findet man dort z.B. Facebook und YouTube – beide nicht einmal so lange in Betrieb, wie Benedikt XVI. amtierender Papst ist. Facebook brauchte nur wenige Jahre, um Hunderte Millionen aktive Nutzer zu erreichen. Und wenn eines Tages die neue »Killer-Application« in Erscheinung tritt, dann wird sie vermutlich binnen weniger Wochen Hunderte Millionen erreichen. Denn via Facebook werden die Nutzer sich gegenseitig darauf aufmerksam machen.

Exkurs: beliebte Abwehrmechanismen¹

Die geschilderten Entwicklungen müssen bei allen, die sie nicht im rasanten Tempo selber miterleben können oder wollen, Befremden

¹ Übernommen aus Muuß-Merholz 2010d

**Permanente
Revolution
im Internet**

**Binnen
weniger
Wochen
Hunderte
Millionen
erreichen**

hervorrufen. Fremdes – und alles wirklich Neue ist zuerst auch fremd – wehren Angehörige der Gattung Mensch gerne ab, indem sie es als unsinnig, gefährlich oder degenerativ einordnen.

Die Schriftstellerin Kathrin Passig hat die gängigen Abwehrhaltungen als »Standardsituationen der Technologiekritik« beschrieben. Die Ablehnung gegenüber neuen Technologien, insbesondere Medien, vollzieht sich demnach in 9 Schritten, deren Argumentationen wie folgt lauten:

1. Wozu soll das gut sein? Das braucht kein Mensch!
2. Das will doch niemand nutzen!
3. Die Einzigen, die das Neue wollen, sind zweifelhafte oder privilegierte Minderheiten.
4. Das wird sich nicht halten.
5. Das wird keine Auswirkungen haben.
 - 5.a. Dadurch wird sich gar nichts ändern.
 - 5.b. Damit lässt sich kein Geld verdienen.
 - 5.c. Die Beteiligten haben sich doch gar nichts mitzuteilen.
6. Es ist nicht gut genug (und teuer).
7. Schwächere können damit nicht umgehen.
8. Das gehört sich nicht.
9. Das verändert unsere Denk-/ Schreib-/ Lesetechniken zum Schlechteren.

Passig zeigt, dass diese Art der Technologiekritik so alt ist wie Technologie selber. Die Pariser wehrten sich 1667 gegen die vom König eingeführte Straßenbeleuchtung. US-Präsident Hayes glaubte nicht an sinnvolle Nutzungsmöglichkeiten für das Telefon. Filmproduzent Warner wird zum Ende der Stummfilmzeit mit dem Satz zitiert: »Who the hell wants to hear actors talk?« Charlie Chaplin hielt das Kino 1916 noch für eine vorübergehende Modeerscheinung, genau wie Thomas Alva Edison 1922 das Radio. Und die schwedische Ministerin für Verkehr und Kommunikation hoffte 1996 noch: »Das Internet ist eine Mode, die vielleicht wieder vorbeigeht.«

Wenn ein neues Medium dann doch bleibt, führt es notwendigerweise zum Verfall der Kulturtechniken: »Man liest, nicht um sich mit Kenntnissen zu bereichern, sondern nur um zu sehen, man liest das Wahre und das Falsche prüfungslos durcheinander, und dieß lediglich mit Neugier ohne eigentliche Wißbegier. Man liest und gefällt sich in diesem behaglichen, geschäftigen Geistesmüßiggang, wie in einem träumenden Zustande. Die Zeitverschwendung, die dadurch herbeigeführt wird, ist doch nicht der einzige Nachtheil, welcher aus der VIELLESEREI entsteht. Es wird dadurch das Müßiggehen zur Gewohnheit

**Gängige
Abwehr-
haltungen**

**Verfall der
Kulturtechniken**

und bewirkt, wie aller Müßiggang, eine Abspannung der eigenen Seelenkräfte«, zitiert Passig aus der 1844 erschienenen 2. Auflage des Universallexikons der Erziehungs- und Unterrichtslehre.

Passig folgert: »Die mühsamere Therapie heißt Verlernen. Denn niedere Statuszugewinnabsichten sind nicht der Hauptgrund für die Neophilieunterschiede zwischen den Generationen. Der erwachsene Mensch kennt einfach zu viele Lösungen für nicht mehr existierende Probleme. Dazu kommt ein Hang zum Übergeneralisieren auf der Basis eigener Erfahrungen. ... Wer darauf besteht, zeitlebens an der in jungen Jahren gebildeten Vorstellung von der Welt festzuhalten, entwickelt das geistige Äquivalent zu einer Drüberkämmer-Frisur: Was für einen selbst noch fast genau wie früher aussieht, sind für die Umstehenden drei über die Glatze gelegte Haare. Solange wir uns nicht wie im Film *Men in Black* blitzdingen lassen können, müssen wir uns immer wieder der mühsamen Aufgabe des Verlernens stellen. Mit etwas Glück hat der Staat ein Einsehen und bietet in Zukunft Erwachsenenbildungsmaßnahmen an, in denen man hinderlich gewordenen Wissen – sagen wir: über Bibliotheken, Schreibmaschinen, Verlage oder das Fernsehen – ablegen kann.«

Acht Thesen zu Chancen

Im Folgenden sollen Thesen skizziert werden, die die hoffnungsvollen Möglichkeiten der Entwicklungen rund um das Web 2.0, verstanden als ein Internet des Kreierens, Sendens und des Austauschs, in den Vordergrund stellen. Wie eingangs erläutert, sollen diese plakativen und typisierten Thesen nicht die mahnenden und problematisierenden Perspektiven ersetzen, sondern ergänzen. Im Rahmen dieses Textes kann das nur grob vereinfachend geschehen. So ließen sich zu allen Thesen selbstverständlich auch Gegenthesen und Einschränkungen anführen. Dieser Ansatz will sich jedoch nicht in das häufig anzutreffende »pro-und-contra«-Schema einordnen. Solche Argumentationen verkennen, dass es bei den »Neuen Medien« nicht um eine fakultative Angelegenheit handelt. Es muss vielmehr darum gehen, die vorhandenen Phänomene zu verstehen und ihre Gestaltung und den Umfang mit ihnen zu lernen.

Menschen als lernende Spezies

Als eine der gängigsten Sorgen kursiert in Deutschland die Annahme: »Wenn du etwas über dich im Internet veröffentlichst, könnte dir das später zum Nachteil werden, sodass du zum Beispiel ein Problem beim Bewerbungsgespräch bekommst.« Ohne dass darüber bis heute

**Mühsame
Therapie heißt
Verlernen**

**Vorhandene
Phänomene
verstehen**

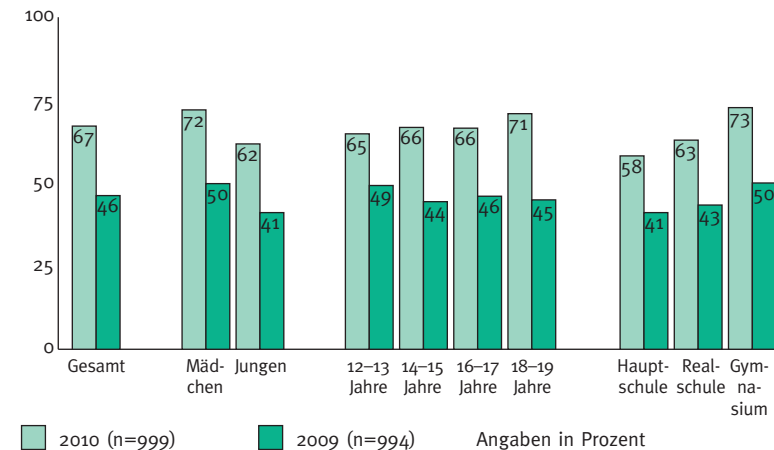
fundierte Untersuchungen angestellt wurden, hat sich daraus eine Haltung verfestigt, die mahnt »Am besten veröffentlichst du gar nichts über dich online! Und wenn du schon bei Facebook bist, dann nimm die strengstmöglichen Einstellungen der Privatsphäre.«

Nun gibt es auch gute Gründe, die für die Veröffentlichung von Informationen im Internet sprechen. So kann ich zum Beispiel deutlich besser steuern, was über mich gefunden werden kann, wenn ich selber dazu beitrage, als wenn ich mich enthalte und anderen die Darstellung meiner Person überlasse. Aber davon soll an dieser Stelle abgesehen werden. Entscheidender scheint der trotz aller Mahnungen ungebremste Zulauf von Nutzern zu Sozialen Netzwerken wie Facebook, MeinVZ oder anderem. Offensichtlich zeitigen die Mahnungen und Belehrungen nicht den erwünschten Erfolg. Und doch gibt es Hoffnung: Die Nutzer lernen den kompetenten Umgang auch mit den Einstellungen der Privatsphäre, während sie Facebook und Co. nutzen. Die JIM-Studie zeigt, dass Privacy-Optionen in 2010 schon von 67% der Nutzer aktiviert werden. Ein Jahr zuvor war es nicht einmal die Hälfte.

Menschen sind eine lernende Spezies. Wir lernen Laufen durch Laufen, Schwimmen durch Schwimmen und Facebook durch den Umgang mit Facebook. Und wir lernen viel besser durch Erfahrung als durch Belehrung. Bisweilen muss man beim Laufen auf die Nase fallen dürfen, um seine Laufkompetenz zu entwickeln. Und genau so

Datenschutz

Online-Communities: Privacy-Option aktiviert



Quelle: JIM 2010, JIM 2009, MPFS; Basis: Nutzer Online-Communities

Aus schlechten Erfahrungen lernen

muss man mit Facebook auch schlechte Erfahrungen machen und daraus lernen können

Um es mit Steven Pinker (2007), Professor für Psychologie an der Harvard University, zu sagen: Reflexion, Recherche und Argumentation kommen nicht von alleine. Sie »müssen durch ständige Übung frisch gehalten werden, durch etwas, das wir Analyse, Kritik und Debatte nennen. Sie werden nicht schon allein dadurch gewährleistet, dass man sich ein schweres Lexikon auf den Schoß wuchtet, und sie gehen durch einen effizienten Zugang zu Informationen im Internet nicht einfach wieder verloren. Die neuen Medien haben sich aus einem ganz bestimmten Grund durchgesetzt. Das verfügbare Wissen nimmt rasend schnell zu, die menschliche Geisteskraft und die Stunden, in denen wir wach sein können, aber nicht. Zum Glück helfen uns Internet und Informationstechnologien dabei, unseren kollektiven intellektuellen Output zu bewältigen, ihn zu durchsuchen und dabei fündig zu werden, und zwar auf unterschiedlichen Ebenen, von Twitter und Vorschaufunktionen bis zu E-Books und Online-Enzyklopädiën. Diese Technologien sind weit davon entfernt, uns dumm zu machen, ganz im Gegenteil: Einzig durch sie werden wir klug bleiben.«

Kollektiven intellektuellen Output bewältigen

Selbstbestimmte Bildung dank Wikis und Blogs

Mündigkeit, Selbstbestimmung, Partizipation, Selbstständigkeit und Aktivierung, Individualisierung, Vernetzung und Austausch, Flexibilisierung von Zeit und Raum, (geographische) Grenzenlosigkeit, Kollaboration und Co-Konstruktion von Wissen, Praxis- und Projektorientierung ... Diese Liste von Schlagworten soll ausreichen, um die grundsätzliche Kompatibilität von Werten und Grundannahmen unserer Gesellschaft und moderner Bildung einerseits und dem Leben im Internet andererseits zu skizzieren.

Kompatibilität von Werten

Die großen Chancen des Internets für die Bildung liegen zum einen auf der Ebene der Information, also dem reinen Zur-Verfügung-Stehen von Sekundär- und vor allem Primärquellen, aber auch von didaktisch aufbereiteten Inhalten. Alleine die Wikipedia kann inzwischen als größtes Nachhilfeangebot für Schüler gelten (vgl. JIM-Studie 2010, S. 32). Aber auch darüber hinaus gibt es zu verschiedensten Themen frei verfügbare Inhalte. (Allerdings fehlt es an den meisten Schulen an Kompetenz, was den Umgang mit der Wikipedia oder anderen Online-Materialien betrifft.)

Information

Austausch und Kooperation

Die zweite Ebene des Lernens liegt im Austausch und in der Kooperation untereinander. Dabei gilt die bewährte Devise: »Man lernt etwas am besten, indem man es anderen erklärt.« Viele Lernende

starten z.B. eigene Blogs, entweder als eine Art Lerntagebuch oder zur eigenen Darstellung von Inhalten. Auch die aktive Mitarbeit an Artikeln der Wikipedia oder anderen Wikis darf als außerordentlich hilfreich für die eigene Kompetenzentwicklung eingeschätzt werden. Zusätzlich können sich Lernende gegenseitig unterstützen, über Blogs, Twitter, Facebook und Co. im eher größeren Kreis, oder über E-Mail und vor allem Instant-Messaging-Programme im kleineren Kreis. So ist es z.B. üblich, die Hausaufgaben bei geöffnetem Messaging-Programm zu erledigen, sodass man sich bei Bedarf gegenseitig unterstützen kann. Inzwischen gibt es sogar institutionalisierte Angebote wie die P2PU, die Peer 2 Peer University, auf deren Plattform Kurse von jedermann für jedermann angeboten werden können.

Entscheidend für das Lernen im Internet ist der Grad der Selbstbestimmtheit. Die Entscheidung, was ich wie, wann und mit wem lerne, liegt so stark auf der Seite des Individuums, wie noch nie zuvor in der Geschichte.

Peter Glaser (2010), Bachmannpreisträger und Schulabbrecher, betont wie stark »der digitale Lernkatalysator« seine eigene Lernbiographie geprägt hat: »Inzwischen erwecken die immer vielfältigeren Zugänge zu Wissen und inspirierenden Informationen durch das Internet die Ruinen an humanistischem Bildungsgut, über die ich aus der Schulzeit und aus meiner Biografie als Leser und kulturatmender Mensch verfüge, immer wieder zu neuem Leben.« Auch Glaser hebt nicht nur die Informationsebene, sondern auch den Austausch untereinander hervor: »Das gemeinsame Lernen im Netz funktioniert auch in Zeiten von Twitter und Facebook hervorragend. Beide Dienste sind von Haus aus ein einziges gemeinsames Lernen, und zwar in demokratisierter Form. Kein Frontalunterricht mehr, auch keine speziellen Lehrkräfte, vielmehr ist jeder in meiner Timeline jetzt ein Anbieter von potentiell Wissenswertem.«

Die Folgen, die dieser Wandel für die Bildungsinstitutionen mit sich bringen wird, sind noch nicht abzusehen. Sie werden jedoch gewaltig sein, zumal gerade in der Schule häufig neue Medien auf alte Grundannahmen von Lernen und Lehren treffen (vgl. Muuß-Merholz 2010a, 2010b und 2010d).

Fernsehen macht schlau und verbindet

Kennen Sie die Lieblingsserien der 12- bis 19-Jährigen? Sie heißen *Two and a Half Men*, *Simpsons*, *GZSZ*, *Scrubs*, *Grey's Anatomy* und *CSI* (JIM-Studie 2010, S. 21). Der Bildschirm gibt durchaus Schlimmeres her. Der Autor Steven Berlin Johnson (2005) geht aber noch weiter:

Entscheidend ist Selbstbestimmtheit

Gemeinsames Lernen im Netz

Folgen nicht absehbar

Ansteigende Intelligenz durch Fernsehen und Computerspiele

Er postuliert, dass die über die letzten Jahrzehnte kontinuierlich ansteigende Intelligenz nicht trotz, sondern gerade *durch* Medien wie Fernsehen oder Computerspiele zu erklären ist. Wenn man sich die großen Serienerfolge in den USA oder Deutschland wie z.B. *24* oder *Lost* anschaut, könnte man meinen: Zuschauer mögen Unterhaltung anspruchsvoll, hochkomplex, intelligent und aktivierend.

Wo Faust aufhört, fängt Lost erst an

Lost ist so dermaßen komplex, dass manch Klassiker der Literatur daneben wie ein Kinderbuch wirkt. Ein Vergleich: Goethes *Faust I* bringt es auf 15 Protagonisten (wenn man den Pudel mitzählt, diverse Chöre, Spaziergänger und Hexentiere jedoch nicht). *Lost* zählt ungefähr 35 Hauptcharaktere, dazu kommen mindestens noch einmal so viele Nebenrollen, die namentlich eingebunden und individuell relevant sind. Wirklich erschlagend wird der qualitative Vergleich: Wo die Komplexität von *Faust* aufhört, fängt *Lost* erst an. Ungezählte Orte werden eingeführt und mit Bedeutung gefüllt, Motive und geflügelte Worte etabliert und interpretiert, Handlungsstränge parallel entwickelt, miteinander verbunden und aufgespalten, ruhen gelassen und wieder aufgegriffen. Und schließlich, als wäre das alles noch nicht genug, potenziert man das Ganze: Handlungen und Akteure werden auf mehrere Zeitlinien verteilt, die sich kreuzen, verknoten und gegenseitig beeinflussen.

Und was ist mit der Sprache? Die ist bei *Lost*, zumindest auf den ersten Blick, einfach und unkompliziert. Genau wie bei *Faust*. Und wie halten wir es mit dem Inhalt? *Faust* behandelt schließlich die großen Themen des menschlichen Seins: gut und böse, wahr und falsch, Leben und Tod, Liebe und Hass, Licht und Dunkelheit, Verantwortung und Freiheit, Schicksal und freier Wille. Um die Antwort ganz kurz zu machen: *Lost* auch.

Da wo *Faust* einige Jahrhunderte Wirkungs- und Rezeptionsgeschichte brauchte, konnte *Lost* dank massenmedialer Verbreitung und Internet eine rasante und demokratische Diskussion entfachen. Auf diversen Websites finden sich ungezählte Blogbeiträge und Podcasts, ausführliche Aufsätze mit Theorien über *Lost*, Zusammenfassungen und Interpretationen, Zusammenstellungen von Handlungen, Orten, Akteuren und Zitaten, Zeitlinien und Ortspläne, grafische Strukturierungen und nicht zuletzt: jede Menge Meinungen und Diskussionen. Um die Serie herum entstanden im Internet ungezählte Begleitmedien, und zwar jenseits der etablierten Fankult- und Merchandisingssphären. Websites wie *DarkUfo* oder die *Lostpedia* haben Hunderttausende von Lesern. Und Tausende von Autoren! Die *Lostpedia* hat zum Beispiel, wie eine themenspezifische Wikipedia, in kollaborativer Autorenschaft

Rasante und demokratische Diskussion

mehrere Tausend enzyklopädische Einträge zur Serie erarbeitet. Neben der großen englischsprachigen Version gibt es Ausgaben in weiteren Sprachen (Chinesisch, Dänisch, Deutsch, Französisch, Hebräisch, Italienisch, Japanisch, Niederländisch, Polnisch, Portugiesisch, Russisch, Spanisch).

Für Ergebnisse wie die *Lostpedia* braucht es Kompetenzen wie kritische Medienwahrnehmung und -aneignung, aktives und selbstbestimmtes Lernen, Interpretation, Zusammenarbeit, Aushandlung, Beherrschung der eigenen und häufig einer anderen Sprache (englisch!), Kreativität, logisches und analytisches Denken. Kompetenzen, die neben den Bildungsstandards der KMK aussehen wie finnische neben mexikanischen Schulen. (Möglicherweise verrät uns die *Lostpedia* mehr über unsere Vorstellungen von Schule und Lernen als über *Lost*.)

Lost ist der bisherige Höhepunkt an Komplexität, den das Fernsehen (oder sogar allgemein die Massenmedien?) zu bieten hat. *Lost* ist ein Meilenstein, aber keine Ausnahme. Kein Zuschauer aus den 1970er Jahren hätte überhaupt die kognitiven Routinen, um aktuelle Fernsehserien verfolgen zu können. (Zumindest diese Art von) Fernsehen macht seine Zuschauer nicht dümmer – im Gegenteil. Der französische Philosophieprofessor Thibaut de Saint Maurice stellt die TV-Serie *24* sogar in eine Reihe mit Kant und Nietzsche (Gutzmer 2010).

Facebook und Twitter schaffen Freundschaft und Frieden

Eine landläufige Unterstellung gegenüber Menschen, die das Internet intensiv nutzen, lautet: »Wer viel Zeit mit dem Computer verbringt, hat weniger Zeit für ›echte‹ soziale Kontakte, macht weniger Sport und zieht sich eher ins Private zurück.« Die Forscher Bauernschuster, Falck und Wößmann haben 2010 erstmals den Zusammenhang zwischen Internetnutzung und individuellen Kontakten untersucht. Das Ergebnis: »Unsere Studie liefert Evidenz dafür, dass das Internet (im Gegensatz zum Fernsehkonsum) Menschen verbindet und nicht aus ihnen kontaktarme Sonderlinge macht. Wir finden positive Effekte eines DSL-Anschlusses im Haushalt auf verschiedene sozialkapitalrelevante Variablen wie die Regelmäßigkeit des Besuchs von Theater, Ausstellungen, Kino, Konzerten, Bars, Restaurants und Sportveranstaltungen, die Anzahl der Freunde, ehrenamtliche Tätigkeit« (Bauernschuster; Falck; Wößmann 2010, S. 16). Die Forscher konnten durch zusätzliche Untersuchungen herausfinden, dass es sich hier sogar um einen *ursächlichen* Zusammenhang handelt. Also: Nicht trotz, sondern *wegen* der Internetnutzung haben Menschen mehr Freunde. Dabei handelt es sich den Forschern zufolge eher um »schwache Kontakte«. Die

Lostpedia fördert Kompetenzen

Internetnutzer haben mehr Freunde

Anzahl der »starken Kontakte«, die man auch jenseits des Internets trifft, bleibt dabei konstant.

Die Forscher weisen auch darauf hin, dass durch das Internet der Kontakt zu ausländischen Freunden gefördert wird. Dieses »Näher-Zusammenrücken« auf der Welt gilt nicht nur für direkte Freundschaften. Mit Facebook und Twitter entsteht eine zusätzliche Ebene von besonders schwachen Verbindungen, die zum Teil nur für einmalige Kontakte genutzt werden. Ein viel beachtetes Beispiel liefern die sozialen Bewegungen in der arabischen Welt 2010/2011. Die Bedeutung von Facebook, YouTube, Twitter und Co. für die Umwälzungen vor Ort wurde bereits ausführlich diskutiert (z.B. Kappes 2011). Kurz gefasst lässt sich beobachten: Autoritäten können immer weniger andere Menschen unterdrücken, ohne dass es öffentlich wird. Das gilt sowohl im Großen für Despoten auf anderen Kontinenten oder für militärische Handlungen im Krieg als auch im Kleinen für Polizisten auf der örtlichen Demonstration. Dank Handy und Internet ist alles nur einen Klick von der Veröffentlichung entfernt – und zwar immer gleich: vor der potentiellen Weltöffentlichkeit.

Das bedeutet auch, dass wir zunehmend Probleme bekommen werden, anderswo auf der Welt nicht zu helfen oder Leid zuzulassen. Wir können schwieriger diejenigen töten, die wir kennen. Wir können schwieriger diejenigen sterben lassen, die wir sehen. Thomas Assheuer schrieb in der *ZEIT* (2011) anlässlich des Aufstands in Ägypten: »Die anarchistische Kommunikation des Internets stellt die politische Wachsamkeit auf Dauer, sie sorgt für jenes »Monitoring der Macht«, von dem der Politikwissenschaftler John Keane sagt, dass vor ihm künftig kein Rechtsverletzer und kein Folterknecht mehr sicher sein könne. »Wir sind alle Ägypter« ist dieser Tage auf chinesischen Webseiten zu lesen. So schärft die arabische Revolte das moralische Gefühl für Recht und Unrecht, Freiheit und Unfreiheit, und gebannt nimmt die Welt an diesem Drama teil.«

Computerspieler retten die Welt

Die häufigste Nutzungsart in Sachen Computerspiele ist, insbesondere bei Jungen: mit anderen zusammen Online-Spiele spielen (JIM-Studie 2010, S. 37). In einem Vortrag fragte die Spieleentwicklerin Jane McGonigal (2010): Warum spielen die Menschen 3 Milliarden Stunden pro Woche gemeinsam online? McGonigal trägt folgende Punkte zusammen, die ein attraktives Onlinespiel charakterisieren:

- Es gibt immer eine Aufgabe.
- Es gibt immer eine bedeutsame Aufgabe.

Die Welt rückt zusammen

Kennzeichen attraktiver Computerspiele

- Es gibt immer Optimismus, dass die Aufgabe zu bewältigen ist.
- Es gibt immer Menschen, mit denen man kooperieren kann.
- Es gibt immer positives Feedback und Belohnung.
- Es gibt immer die Möglichkeit, besser zu werden.

Diese Umstände sorgen dafür, dass alleine das Onlinespiel *WoW – World of Warcraft* bisher insgesamt gut 6 Millionen Jahre gespielt wurde. McGonigal folgert: Wir müssen es schaffen, die Welt mehr wie Onlinespiele zu machen und Onlinespiele mehr für die reale Welt zu nutzen. Sie zitiert aus einer Studie, nach der Jugendliche heute bis zu ihrem 21. Lebensjahr rund 10.000 Stunden online gespielt haben – was in etwa der in der Schule verbrachten Zeit (5. Klasse bis High School) entspricht – also quasi ein paralleler Bildungsweg! Wir können uns also ziemlich sicher sein: Die zukünftigen 21-Jährigen werden im Hinblick auf bestimmte Kompetenzen sehr gut sein. Aber worin genau diese Kompetenzen bestehen, kann auch McGonigal noch nicht beantworten. Sie versucht, die Lösung von ernsthaften Themen in die Welt von Onlinespielen zu verlagern, wie z.B. in *World Without Oil* oder *Evoke*, das sie gemeinsam mit dem World Bank Institute entwickelte und in dem es um soziale und technologische Innovationen geht.

Auch wenn diese Ansätze noch in den Kinderschuhen stecken, so steckt eine von McGonigal nicht ausgesprochene Grundannahme hinter der Annahme, dass mit Computerspielen die Welt besser werden könnte: Spielen ist für den Menschen immer ein Probehandeln. Probehandeln kommt insbesondere dann zum Tragen, wenn der Mensch mit einer Situation konfrontiert ist, die für ihn neu ist und für die noch keine Routinen vorliegen. Es dürfte unstrittig sein, dass solche Aufgaben zum Problemlösen in der Zukunft sowohl für den Einzelnen als auch für die Gesellschaft als Ganzes noch weiter zunehmen werden. Der Autor David Pfeifer (2007) ermahnt die deutsche Politik, Computerspiele als »Bildungsgüter« zu sehen, die »jungen Menschen helfen können, ins reale Leben einzusteigen«. Man wird sehen, ob hier die durch Computerspiele entwickelten Kompetenzen hilfreich sein werden.

Ein Schub für Partizipation und Demokratie

Die Vision, mit der Verbreitung des Internets würde sich ein qualitatives Mehr in Sachen Teilhabe und Demokratie realisieren lassen, ist vermutlich so alt wie das Medium selber. Auch die Einführung früherer Informations- und Kommunikationstechnologien war häufig mit ähnlichen Hoffnungen verbunden. Die meisten Erwartungen

Eine Welt wie ein Online-Spiel schaffen

haben sich nicht erfüllt. Warum also sollte es dem Internet anders ergehen?

Internet verbindet Massenmedien und Individualkommunikation

Das Internet hat das Etikett »neues Medium« in diesem Zusammenhang tatsächlich verdient. In einer Weise, wie man sie vorher nicht kannte, verbindet es die Eigenschaften von Massenmedien und Individualkommunikation und schiebt eine Zwischenebene ein: Die Kommunikation nicht von einem Sender an viele Empfänger oder von einem Sender an einen Empfänger, sondern von vielen Sendern an viele Empfänger. Das Postulat von Brechts Radiotheorie wird hier erfüllt: »ein Vorschlag zur Umfunktionierung des Rundfunks: Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn auch in Beziehung zu setzen« (Brecht 1927–1932, S. 127–134). Auf diese Weise wäre der Hörfunk für Austausch, Gespräche, Debatten und Dispute einzusetzen. Heute, 80 Jahre später, lesen sich diese Zeilen wie eine Beschreibung des Web 2.0. Und die pointierte Forderung Brechts »Hörer sollen zum Mitspieler werden« ließe sich auch als Slogan der politischen Bildung verwenden: Bürger sollen mitreden und mitmachen!

Brecht: Hörer sollen zum Mitspieler werden

Mit dem Internet ist also eine technische Voraussetzung geschaffen, dass jeder Einzelne nicht mehr nur Empfänger, sondern auch Sender, nicht mehr nur Konsument, sondern auch Produzent sein kann. Dass aus technischen Voraussetzungen ein neues Nutzungsverhalten resultiert, ist kein Automatismus. So etablierten sich mit der Ausbreitung des Internets um das Jahr 2000 herum viele Angebote mit der bekannten Trennung in Sender und Empfänger. Erst mit dem Web 2.0 sind tatsächlich Werkzeuge und Nutzungsmöglichkeiten gegeben, damit jeder online veröffentlichen kann: grenzüberschreitend, weltweit, mit extrem niedrigen Kosten und wenig Aufwand. Die Hürden für Partizipation sind dramatisch gesunken: Im Web 2.0 kann jeder mit jedem sprechen. Eine Demokratisierung von Öffentlichkeit.

Im Web 2.0 kann jeder mit jedem sprechen

Zunächst beschäftigte sich die »Netzcommunity« noch vorrangig mit explizit netzpolitischen Themen (z.B. Zugängerschwerungsgesetz, Jugendmedienschutz-Staatsvertrag, Netzneutralität, Urheberrecht oder Vorratsdatenspeicherung). Doch spätestens seit 2010 lässt sich die große Bedeutung des Internets auch für die »Offline-Politik« erkennen (z.B. Proteste zunächst im Iran, dann in weiteren arabischen Ländern,

Kampagnen wie S21 in Stuttgart oder die Kampagne MyGauk zur Bundespräsidentenwahl). Dabei nutzen zum einen politisch engagierte Menschen das Internet für ihre Ziele, zum anderen wird die Netzcommunity als neue, sechste Gewalt (neben den drei klassischen die Presse sowie Lobbyisten Anm. d. R.) in der Gesellschaft aktiv. Das Internet ergänzt nicht nur die traditionellen Medien. Es ermöglicht, dass Bürgerinnen und Bürgern Informationen selber prüfen und eigene Standpunkte veröffentlichen können.

Netzcommunity als neue, sechste Gewalt

Auch ist es vermutlich kein Zufall, dass die größte parteipolitische Bewegung der letzten Jahre in Deutschland, die Piratenpartei, ihre Wurzeln im Internet hat. In ihrem Umfeld und darüber hinaus wird auch mit neuen Formen der Partizipation experimentiert, mit Verbindungen zwischen repräsentativer und direkter Demokratie, z.B. Ansätze von Liquid Democracy, Liquid Feedback, Delegated Voting (vgl. einführend Behrens und Pritlove 2010). Das Internet senkt hier die Hürden, die durch den Koordinationsaufwand solcher Verfahren entstehen (vgl. auch Krüger 2010).

Kreativität mit WordPress und YouTube

Die Werkzeuge und Dienste, die im Web 2.0 (in der Regel kostenfrei) verfügbar sind, geben jedem Einzelnen die Möglichkeit, kreativ Inhalte zu produzieren, sie der Internet-Weltöffentlichkeit gegenüber (oder auch nur für einen einzigen Menschen) zu publizieren und sich mit anderen Menschen darüber auszutauschen. Im Web 2.0 kann jeder mit

Freier Raum für Kreativität

- Webcams Videos live senden,
- Blogs veröffentlichen und vernetzen,
- Wikis, Etherpad u.a. Texte kollaborativ erarbeiten,
- Flickr eigene Fotoausstellungen kuratieren,
- Mixxt eine Community aufbauen,
- Twitter dem Einzelnen eine Stimme geben,
- YouTube oder Vimeo einen eigenen Videokanal erstellen,
- Podcasts Radio machen,
- Social Bookmarks Wissen tauschen,
- Facebook soziale Netzwerke pflegen.

Welchen Sprung diese Entwicklung ausmacht, wird deutlich, wenn man sich vergegenwärtigt, welcher Aufwand, welches Equipment, welche Kosten und Kompetenzen vor 25 Jahren für vergleichbare Aktivitäten notwendig waren.

Wir reisen durch Raum und Zeit²

Das Stichwort »Mobile Web« wurde bisher vor allem von Marketing- und Verkaufsstrategen diskutiert. Aber die Allgegenwart des Internets wird viel mehr verändern als bloß die Art, wie wir uns unterwegs Einkaufstipps geben oder vor Regen warnen lassen. Schon eine einfache Unterhaltung, die zwei Menschen führen, die ein iPhone dabei haben, ändert sich grundlegend. Konversationen wie wir sie bisher kennen, sind stärker von Unklarheiten gekennzeichnet, als uns im Allgemeinen bewusst ist. Man mutmaßt über das Wetter, tauscht Einschätzungen über das Fußballspiel vom Vortag aus, erzählt vom Urlaub eines gemeinsamen Bekannten, kritisiert die ungerechte Schulnote der Tochter oder die Wankelmütigkeit der gewählten Regierungspartei. Durch Digitalisierung und allgegenwärtige Vernetzung sind (vermeintlich) sichere Einschätzungen zu vielen dieser Themen jetzt auf Knopfdruck verfügbar. Über das Wetter braucht man nicht spekulieren, wenn man via Internet das Regenradar abrufen kann. Die strittige Szene aus dem gestrigen Fußballspiel lässt sich bei YouTube abrufen und die Kommentare von hunderten von Fans gleich dazu. Der gemeinsame Bekannte twittert aus dem Urlaub sekundenaktuelle Fotos, die man gemeinsam bestaunen kann. Ob der Lehrer Fakten im Referat der Tochter berechtigt kritisiert hat oder nicht, lässt sich über einen Blick auf Wikipedia herausfinden. Und die Positionen einer politischen Partei lassen sich ganz einfach nachlesen.

»Ich guck das mal schnell nach«, wird ein gängiger Satz für diejenigen, die Wikipedia und Google in der Hosentasche mit sich tragen. Informationen, Einschätzungen und Erinnerungen kommen nicht mehr (nur) aus dem eigenen Kopf, sondern (potenziell auch) gleichzeitig von anderen Menschen weltweit. »A hole in the wall«, nennt das der Medientheoretiker Torsten Meyer in Bezug auf die Situation des Klassenzimmers. Der Vergleich lässt sich auch für andere Situationen übertragen: In einen ehemals klar umgrenzten Raum weichen die Mauern auf und es dringt plötzlich die Welt von außen ein.

Umgekehrt entsteht ebenso ein Loch, durch das Momente aus dem Raum hinaus in die Öffentlichkeit dringen. Denn gleichzeitig wird die eigene aktuelle Lage in die Welt hinaus verschickt. Facebook und Twitter ermöglichen Statusmeldungen von »Habe gerade Käse nudeln zum Mittagessen mit der Kollegin« oder »trinke schon mein achttes Bier« über »lese den aktuellen Spiegel« bis hin zu »vor meinem Fenster ist gerade ein Flugzeug auf dem Hudson gelandet«. Fotos aus dem Fußballstadion, der Ton vom Konzert oder ein Video von der Demo

² Zum Teil aus Muuß-Merholz (2010d) übernommen

Kommunikation ändert sich grundlegend

Die Welt dringt von außen ein

Die eigene Lage der ganzen Welt mitteilen

lassen sich live an (potenziell) die ganze Welt senden.

Ein Smartphone sprengt den Raum auf, in dem wir uns befinden. Das Netz bringt etwas von uns heraus aus dem Raum hinein in die Welt. Wir sind gleichsam nicht mehr nur an einem Ort, sondern gleichzeitig auch an anderen präsent. Das Netz bringt etwas von der Welt herein in den Raum und verbindet uns mit dem Rest der Menschheit (zumindest mit dem Teil der Menschheit, die online ist).

Auch die zeitlichen Grenzen weichen auf, denn das Netz bewahrt das Jetzt für die Zukunft auf. Meine Meldungen bei Twitter oder das spontane Foto sind in der Regel noch länger verfügbar als ich mich selber daran erinnere. Damit wird ein Stück Science-Fiction wahr: Wir überwinden Raum und Zeit. Und haben kaum eine Ahnung, was das für uns als Individuen wie als Gesellschaft bedeuten wird.

Räumliche und zeitliche Grenzen weichen auf

Kein Fazit

Dieser Text will und kann keine Antworten geben, sondern soll Diskussionen eröffnen, die dringend notwendig sind. Vor diesem Hintergrund steht an dieser Stelle auch nicht das übliche Fazit, sondern die Einladung zur Diskussion – im Web 2.0, auf Papier oder Face-to-Face.

Literatur

- Assheuer, T. (2011): *Optimismus siegt. Revolution in Ägypten*. In: Die ZEIT, 08 vom 22. 2. 011, online unter www.zeit.de/2011/08/Revolution-Weltbild?page=all
- Behrens, J.; Pritlove, T. (2010): *LiquidFeedback. Das Werkzeug für direkte und interaktive Demokratie*. Podcast vom 11. 7. 2010 unter chaosradio.ccc.de/cre158.html
- Berners-Lee, T. (2005): *Berners-Lee on the read/write web*. Interview bei BBC News am 9. 8. 2005 unter news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4132752.stm
- Brecht, B. (1927–1932): *Der Rundfunk als Kommunikationsapparat*. In: Gesammelte Werke in 20 Bänden. Bd. 18. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- comScore (2011): *Smartphones gewinnen an Fahrtwind in Deutschland*. Pressemitteilung vom 12. 1. 2011 unter www.comscore.com/ger/Press_Events/Press_Releases/2011/1/Google_Android_Shows_Fastest_Growth_Among_Smartphone_Platforms_in_Germany
- David Pfeifer (2007): *Warum Computerspiele Bildungsgüter sind*. In: Die WELT am 13. 3. 2007 unter www.welt.de/politik/article759187/Warum_Computerspiele_Bildungsgueter_sind.html
- Glaser, P. (2010): *Im Twitter-Stream ist kein Platz für Frontalunterricht*. In: Berliner Gazette am 9. 11. 2010 unter berliner gazette.de/im-twitter-stream-ist-kein-platz-fur-frontalunterricht/
- Gutzmer, A. (2010): *Kant, Nietzsche, Glotze!* In: Cicero am 7. 8. 2010 unter www.cicero.de/97.php?ress_id=9&item=5263
- JIM-Studie 2010 (2010): *Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS). www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf10/JIM2010.pdf
- Johnson, S. (2005): *Everything Bad Is Good for You: How Popular Culture Is Making Us Smarter*. New York: Riverhead. (2006 auf deutsch als *Die neue Intelligenz: Warum wir durch Computerspiele und TV klüger werden* bei Kiepenheuer & Witsch).
- Kappes, C. (2011): *Die »Facebook-Revolution« – Gedanken zum Einfluss des Internets*

- auf politische Umbrüche. In: carta.info am 14. 2. 2011 unter carta.info/38129/die-facebook-revolution-gedanken-zum-einfluss-des-internets-auf-politische-umbrueche/
- Krüger, T. (2010): *Politische Bildung 2.0 – Neue gesellschaftliche Beteiligungsformen durch neue Medien – Herausforderungen für die Institutionen*. Keynote (Manuskript) zur Tagung »Mitmachen ohne dabei zu sein – Neue Beteiligungsformen durch Web 2.0« am 10. 9. 2010 unter pb21.de/2010/10/politische-bildung-2-0/
- Kurzweil, R. (2008): *Kurzweil on tech as a double-edged sword*. Interview bei cnet News am 19. 11. 2009 unter news.cnet.com/8301-11386_3-10102273-76.html
- McGonigal, J. (2010): *Gaming can make a better world*. Vortragsvideo aus Februar 2010 auf www.ted.com/talks/lang/eng/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world.html
- Meyer, T. (2009): *Hole in the Wall – Das Internet als interaktives Lernmedium*. Vortrag auf der Tagung »Ende der Kreidezeit? – ne(x)t generation learning«, Landesinstitut für Lehrerbildung und Schulentwicklung Hamburg am 18. 4. 2009.
- Muuß-Merholz, J. (2010a): #Leitmedienwechsel – Schule und Lernen in digitaler Vernetzung eine Einführung zum anstehenden »shift« im Bildungswesen. Online am 15. 10. 2010 unter www.joeran.de/leitmedienwechsel/
- Muuß-Merholz, J. (2010b): *Das Ende der Institutionen wie wir sie kannten. Das Internet als Partizipationsraum einer vernetzten Gesellschaft*. In: *Erwachsenenbildung 04*. Online unter www.joeran.de/das-ende-der-institutionen-wie-wir-sie-kannten-%E2%80%A6/
- Muuß-Merholz, J. (2010c): *Fernsehen macht schlau! (Meet Steven Johnson)*. Online am 25. 5. 2010 unter www.joeran.de/fernsehen-lost-und-steven-johnson/
- Muuß-Merholz, J. (2010d): *Shift happens – Was Web 2.0 für Gesellschaft und Bildung bedeutet*. In: *Praxis Politische Bildung 02*. Online unter www.joeran.de/shift-happens-was-web-2-0-fur-gesellschaft-und-bildung-bedeutet/
- Passig, K. (2009): *Standardsituationen der Technologiekritik*. In: *Merkur 727*. Auch online unter www.eurozine.com/articles/2009-12-01-passig-de.html
- Pinker, S. (2010): *Internet und Hirnforschung – Digital macht nicht dümmer*. In: *SZ – Süddeutsche Zeitung* vom 5. 7. 2010 unter www.sueddeutsche.de/digital/internet-und-hirnforschung-digital-macht-nicht-dumm-1.970130
- Schmidt, E. (2010): *Offenheit ist meine Religion*. Interview in der FAZ am 10. 9. 2010 unter www.faz.net/-o1hlp7
- Wößmann, L.; Bauernschuster S.; Falck, O. (2010): *Schadet Internetnutzung dem Sozialkapital?* In: *ifo Schnelldienst 63 (21)*, 11–17