

WAS BEDEUTET WEB 2.0 FÜR DIE GESELLSCHAFT?

10 THESEN

Vortrag im Rahmen von: *Web 2.0 / Soziale Netzwerke. Tagung für Führungskräfte der Polizei*
Eutin am 5. Juli 2010 | Jöran Muuß-Merholz | joeran.de

These 0: Social Media oder Web 2.0 ist alles und nichts

- Was verstehe ich unter „Social Media“ oder „Web 2.0“?
- Keine eindeutige Grenzziehung
- Mobiles Internet

These 1: Shift Happens – Wir erleben eine grundlegende Transformation

- Eine kleine Zeitreise
- Das ist Web 2.0.
- Früher war alles besser ...

These 2: Der Wandel ist rasant. Und wir stehen erst am Anfang.

- Tempo der Verbreitung
- Tempo der technischen Entwicklung
- Ein Beispiel

These 3: Politik und andere Banalitäten. Das Netz ist ein Abbild der Welt.

- Fußball, Sex und Fernsehen
- Politik, Gesellschaft, Weltverbesserung

These 4: Grenzen zwischen Öffentlich und Privat weichen auf

- Die Mitte fällt weg
- Verfügbarkeit und Verknüpfungen schaffen eine neue Qualität
- Die ganz große Verknüpfung: Google

These 5: Grenzen zwischen „echter Welt“ und „virtueller Welt“ weichen auf

- Entfernungen werden relativiert
- Beziehungen online und offline
- Geodaten als Verbindung

These 6: Grenzen zwischen Arbeit und Privat weichen auf

- Arbeitszeit und Freizeit
- Beruflich oder Privat

These 7: Grenzen zwischen Institutionen und Individuen weichen auf

- Widerspruch: Institution im Web 2.0
- Menschen sprechen für Institutionen (dieses Mal wirklich)

These 8: Kontrollverlust vs. Partizipation, Demokratie, Transparenz

- Umverteilung der Macht
- Das Beispiel Militär

These 9: Wir reisen durch Raum und Zeit

- „Ich guck das mal schnell in der Wikipedia nach ...“
- Die allgegenwärtige Vernetzung überwindet Raum und Zeit
- Von der oralen zur digitalen Kultur?

(These 10: Daten und Programme wandern in die Cloud. Beziehungsweise zu Google.)

(These 11: Digitale Spaltung und die Lernende Gesellschaft)

These 0: *Social Media* oder *Web 2.0* ist alles und nichts

Was verstehe ich unter „Social Media“ oder „Web 2.0“?

Web 2.0 oder *Social Media* sind Schlagworte ohne präzise Definition. Sie beschreiben die grundsätzliche Gegenüberstellung zu einem „Web 1.0“. Noch stärker wird diese Abgrenzung, wenn man *Web 2.0* auch traditionellen Medien wie Zeitung oder Fernsehen gegenüber stellt.

Web 1.0 / traditionelle Medien	Web 2.0 / Social Media
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 <i>und</i> 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 v.a. 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 Kommunikatoin 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 „echten Leben“ existiert.	Das Internet als eine Plattform und als ein Lebensraum.