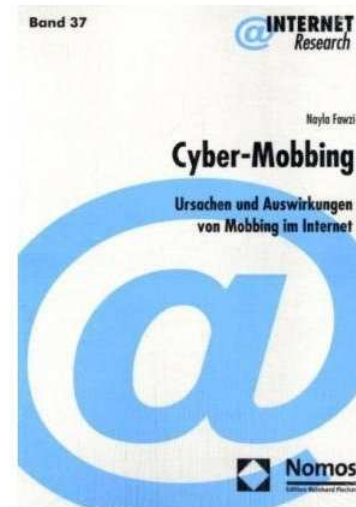
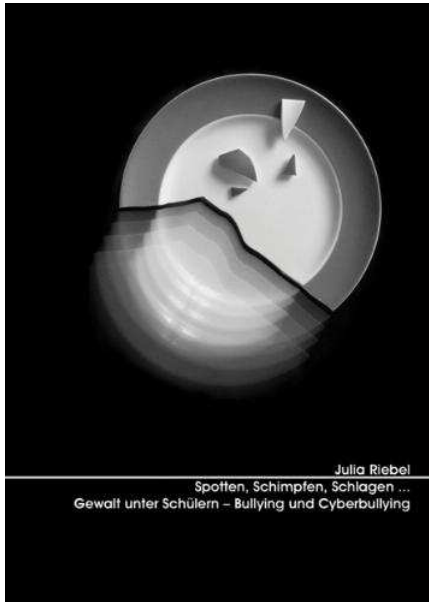


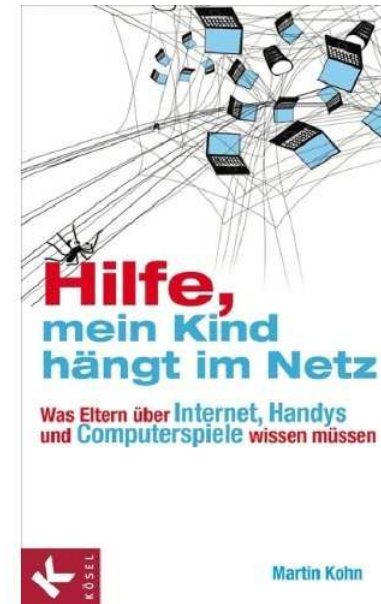
Faszination Web 2.0

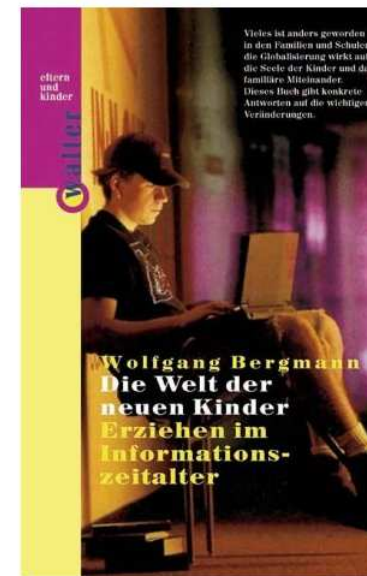
Möglichkeiten und Chancen der digitalen Welt

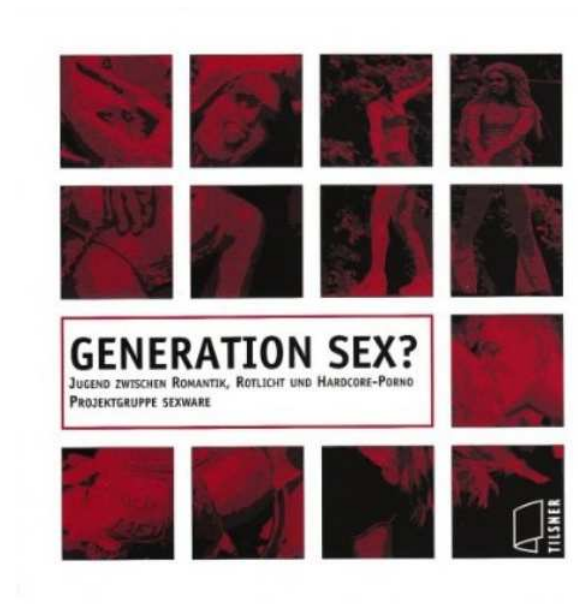
Jöran Muuß-Merholz
im Rahmen der
Fachtagung „*Generation digital*“
der bke – Bundeskonferenz für
Erziehungsberatung e.V.











Disclaimer | Was uns erwartet | gegenseitiges Kennenlernen

HERZLICH WILLKOMMEN!

Disclaimer

- Ich will nichts verharmlosen.
- Es geht mir um eine ergänzende, nicht eine ersetzende Wahrnehmung.

Was uns erwartet

- I. Kennenlernen
- II. Neuheit
- III. Abwehrmechanismen
- IV. Hoffnungen
- V. Was hat das mit meiner Arbeit zu tun?

TEIL I: GEGENSEITIGES KENNENLERNEN

Jöran Muuß-Merholz

33, Hamburg, 2 Kinder

Diplom-Pädagoge mit kleiner Agentur „J&K –
Jöran und Konsorten“

Grenzgänger, Übersetzer, Schnittstellen-Ersteller
zwischen

Bildung / Lernen

Medien / Kommunikation

Organisation / Management



Und Sie?

- Wer denkt 2010, dass man Internet auf dem Handy wirklich braucht?
- Wer hat 2006 gedacht, Klingeltöne für Handys seien eine alberne Modeerscheinung?
- Wer hat 2001 gedacht, SMS sei Schnickschnack für Teenager?
- Wer hat 1998 gedacht, dass Handys eher etwas für Menschen mit niedrigem Selbstwertgefühl sind?

Und Sie?

- Wer hat schon mal selber Inhalte online veröffentlicht?
- Wer hat ein Profil bei Facebook?
- Wer hat irgendwo online ein Profil von sich?
- Wer hat schon schlechte Erfahrungen damit gemacht?
- Wer weiß, was Twitter ist?
- Wer glaubt, dass Twitter Unsinn ist?
- Wer hat schon mal selber getwittert?
- Wer nutzt das Internet regelmäßig vom Handy aus?

Und Sie?

- Wer weiß, was dieses „Web 2.0“ ist?
 - Wer denkt, dass das Fernsehen immer schlechter wird?
 - Wer würde im Zweifelsfall Kindern zu Büchern statt zu Onlinespielen raten?
-
- In welchem Kontext ist das Internet relevant in Ihrem Arbeitsalltag?

Was ist neu an den Neuen Medien?

TEIL II: NEUHEIT

Ein paar alte neue Medien

- Web 2.0
- Internet und Handy
- Computer
- Walkman
- Kabelfernsehen
- Videorekorder
- Comics
- Kino
- gedrucktes Buch
- Papier und Stift

Neue, etablierte Medien

- Die 12-19jährigen (JIM 2010):
- 100% Computer im Haushalt, 79% eigenen
- 98% Internetzugang (im Haushalt)
- 97% eigenes Handy
- 14% eigenes Smartphone
- Internetnutzung häufiger und deutlich wichtiger als TV
- Hauptnutzungsart: Kommunikation

traditionelle Medien / Web 1.0 versus Web 2.0 / Social Media

- ZDF, FAZ, Spiegel, Deutschlandfunk, Bild, Spiegel Online, bild.de, AOL ...
- YouTube, Facebook, die VZ- und andere Soziale Netzwerke, Twitter, Flickr, Podcasts, Blogs, Geocaching ...

Web 1.0 / trad. Medien

Inhalte kommen aus einer Zentrale, von einer Redaktion oder einem Autor.

Web 2.0 / Social Media

Inhalte kommen von den Nutzern selber, von einer Community.

Web 1.0 / trad. Medien

Der Nutzer ist **Konsument**: Ich schaue ins Internet (bzw. in die Zeitung oder in den Fernseher).

Web 2.0 / Social Media

Der Nutzer ist Konsument *und* Produzent gleichzeitig
(**Prosument**): Ich veröffentliche Inhalte im Netz.

Web 1.0 / trad. Medien

Hohe Hürden für das Publizieren: Für das Veröffentlichen brauche ich spezielle Kompetenzen oder Spezialisten, eine technische Infrastruktur und Geld.

Web 2.0 / Social Media

Niedrige Hürden für das Publizieren: Für das Veröffentlichen brauche ich kaum Geld, kaum spezielles Wissen, keine eigene Infrastruktur.

Web 1.0 / trad. Medien

Veröffentlichung und Kommunikation verlaufen eher **langsam**.

Web 2.0 / Social Media

Veröffentlichung und Kommunikation verlaufen sehr **schnell**. Für Inhalte bedeutet das mehr Aktualität und Flexibilität.
Und: mehr Masse.

Web 1.0 / trad. Medien

Inhalte sind in **Ordnungen** vorsortiert. Es gibt z.B. Rubriken, Kategorien oder sogar **Linearität** mit Anfang und Ende.

Web 2.0 / Social Media

Inhalte stehen in **Chaos** nebeneinander. Ordnung wird z.B. über Schlagworte oder Beziehungen geschaffen. Es gibt **keine Linearität**, kein Anfang / Ende.

Web 1.0 / trad. Medien

Inhalte werden für mich vorausgewählt. Der **Filter**, was ich rezipiere, liegt v.a. beim **Sender**.

Web 2.0 / Social Media

Ich muss als **Empfänger** selber den **Filter** definieren, was ich rezipiere und was nicht.

Web 1.0 / trad. Medien

Push-Medium: Der Sender bestimmt, wann und wie die Kommunikation startet.

Web 2.0 / Social Media

Pull-Medium: Der Empfänger bestimmt, wann und wie die Kommunikation startet.

Web 1.0 / trad. Medien

Die Vermittlung von **Information** steht im Vordergrund. Die Kommunikation ist eine **Einbahnstraße**.

Web 2.0 / Social Media

Austausch und Dialog stehen im Vordergrund. Die Kommunikation ist eine große **Konversation**.

Web 1.0 / trad. Medien

Wissen ist Macht.

Geschäftsmodelle beruhen auf der **Verknappung von Inhalten**. Wer viel Wissen weitergibt, schmälert die eigene Macht.

Web 2.0 / Social Media

Teilen ist Macht. Social

Media funktioniert, wenn viele Menschen viele Inhalte miteinander teilen. **Share** ist der wichtigste Begriff des Web 2.0.

Web 1.0 / trad. Medien

Isolierung: Medien oder einzelne Angebote stehen eher unverbunden nebeneinander.

Web 2.0 / Social Media

Verknüpfung und Integration: Dienste und Inhalte bieten Verknüpfungen und Schnittstellen untereinander.

Web 1.0 / trad. Medien

Monomedialität: Eine Veröffentlichung hat festgelegte, beschränkte mediale Kanäle zur Verfügung.

Web 2.0 / Social Media

Multimedialität: Eine Veröffentlichung kann verschiedenste Kanäle kombinieren.

Web 1.0 / trad. Medien

Klare und individuelle Autorenschaft: Es ist eindeutig, wer hinter welchem Inhalt steht.

Web 2.0 / Social Media

Kollektive Autorenschaft: Inhalte entstehen aus Teilung, Remixen und Kollaboration.

Web 1.0 / trad. Medien

Das Internet als ein **Medium**: ein „virtueller Raum“, der *neben* dem „echten Leben“ existiert.

Web 2.0 / Social Media

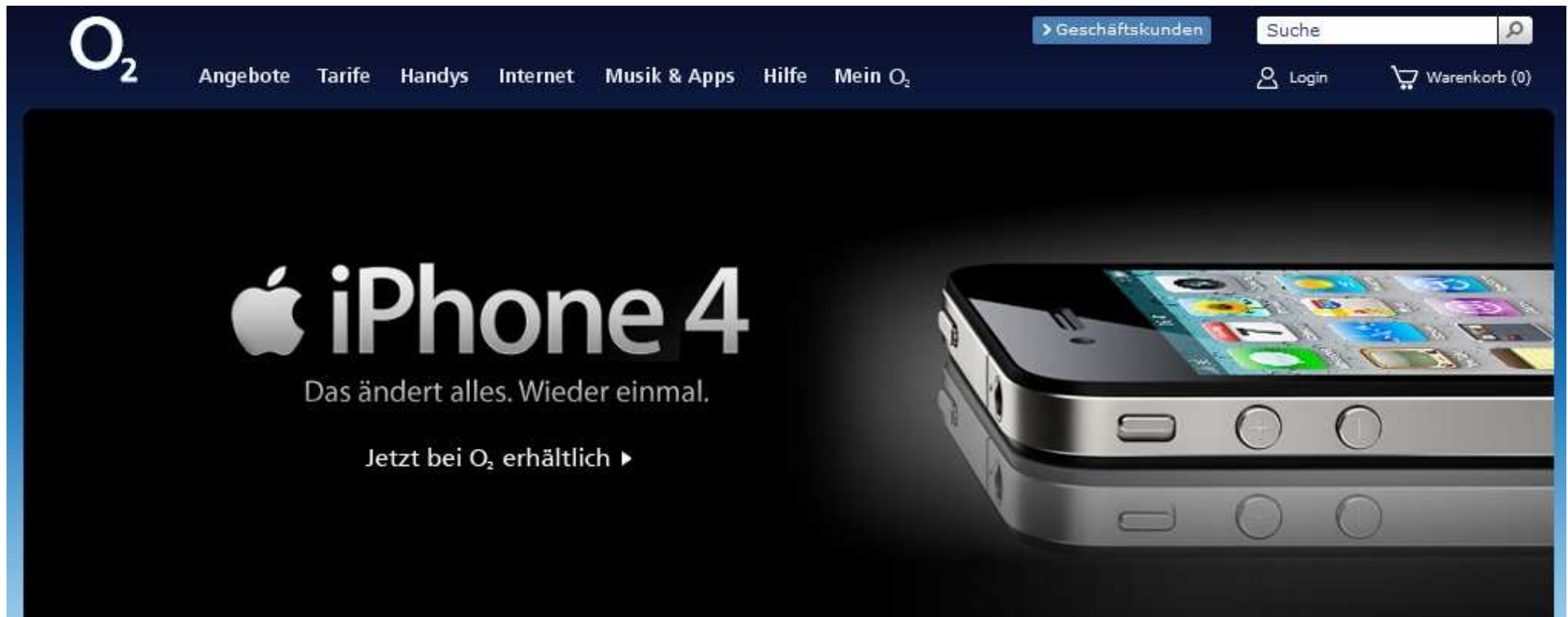
Das Internet als eine **Plattform** und als ein Lebensraum.

Werte und Grundannahmen der Aufklärung / der Moderne

NetzWelt

- Mündigkeit, Selbstbestimmung
 - Partizipation
- Selbstständigkeit und Aktivierung
 - Individualisierung
- Vernetzung und Austausch
 - Flexibilisierung von Zeit und Raum
- Grenzenlosigkeit
 - Kooperation / Kollaboration
- Praxis- und Projektorientierung

Trotzdem *neu*



- Unser Gegenstand verändert sich, noch während wir über ihn sprechen.

Erst am Anfang?

- Um 50 Millionen Menschen zu erreichen, brauchte ...
 - ... das Radio 38 Jahre,
 - ... das Fernsehen 13 Jahre,
 - ... das Internet 4 Jahre,
 - ... der ipod 3 Jahre,
 - ... Facebook 2 Jahre.
 - ???

Erst am Anfang?

Technische Entwicklung

- 1965 stand ein für es damalige Verhältnisse sehr moderner, sehr großer Rechner am MIT in Boston.
- Im Vergleich zu diesem Rechner ist der Prozessor in einem heutigen Handy 1.000fach schneller, 100.000fach kleiner und 1.000.000fach billiger.
- Dieser Prozessor könnte in 25 Jahren in eine Blutzelle passen.

Erst am Anfang?

Ein Beispiel

- (Simultandolmetscher)

Erst am Anfang?

Wir reisen durch Raum und Zeit

nach Kathrin Passig:
Standardsituationen der Technologiekritik

TEIL III: ABWEHRMECHANISMEN

Menschliche Reaktionen auf Transformationen

neu

=

fremd

=

bedrohlich



Ablehnung

hier: in Form von Technologiekritik und
Kulturpessimismus

1. Wozu soll man das gut sein? Das braucht kein Mensch!

- »What the hell is it good for?«
- IBM-Ingenieur Robert Lloyd 1968 zum ersten Mikroprozessor
- »Das ist eine Maßnahme des Staats, um die Straßen unter seine Kontrolle zu bringen.«
- Pariser Bürger zerstörten 1667 die königlich installierten Straßenbeleuchtungen

2. Das will doch niemand nutzen!

- » That's an amazing invention ... but who would ever want to use one of them?«
- US-Präsident Rutherford B. Hayes 1876 über das Telefon
- »Who the hell wants to hear actors talk?«
- Filmstudiochef Harry M. Warner um 1927 über das Ende des Stummfilms

3. Die Einzigen, die das Neue wollen, sind zweifelhafte oder privilegierte Minderheiten.

- »Frauen interessieren sich weniger für Computer und scheuen die unpersönliche Öde des Netzes.«
- Hanno Kühnert 1997 im *Merkur*
- »Der Multimediazug ins 21. Jahrhundert wird eher einem Geisterzug gleichen, in dem sich ein paar Nintendo- und Sega-Kids geradezu verlieren.«
- Freizeitforscher Horst Opaschowski 1994

4. Das wird sich nicht halten.

- »little more than a fad«
- Charlie Chaplin 1916 über das Kino
- »The radio craze ... will die out in time«
- Thomas Alva Edison 1922
- »Das Internet ist eine Mode, die vielleicht wieder vorbeigeht.«
- Ines Uusmann, schwedische Ministerin für Verkehr und Kommunikation 1996

5. Das wird keine Auswirkungen haben.

5.a. Dadurch wird sich gar nichts ändern.

- »Täuschen Sie sich nicht, durch das _____ wird sich absolut nichts ändern«
- Der französische Generalstabschef 1920 vor dem Parlament über das Maschinengewehr
- »a pretty mechanical toy«,
- Kriegsminister Lord Kitchener 1916 über die ersten Panzer

5. Das wird keine Auswirkungen haben.

5.b. Damit lässt sich kein Geld verdienen.

- » _____ will be used in sport, but they are not to be thought of as commercial carriers«,
- Flugpionier Octave Chanute 1904 über Flugzeuge
- » ein interessanter Markt, bei dem alle dabeisein wollen . . . Doch ist der Kunde auch bereit, Geld dafür zu zahlen?«
- Josef Schäfer, Bereichsleiter für Multimedia bei RWE, 1996 über Multimedia / Internet

5. Das wird keine Auswirkungen haben.

5.c. Die Beteiligten haben sich gar nichts mitzuteilen.

- »Wir beeilen uns stark, einen magnetischen Telegraphen zwischen Maine und Texas zu konstruieren, aber Maine und Texas haben möglicherweise gar nichts Wichtiges miteinander zu besprechen«
- Henry David Thoreau 1854
- »maßgeblich für die Infantilisierung und Idiotisierung der Öffentlichkeit verantwortlich«.
- Henryk M. Broder 2007 über das WWW

6. Es ist nicht gut genug.

- » Die Kosten für den einzelnen User werden weiter steigen«
- Kühnert 1997 über das Internet
- »The bow is a simple weapon, firearms are very complicated things which get out of order in many ways«
- Colonel Sir John Smyth argumentiert 1591 gegen die Umstellung von Bogen auf Musketen
- »extremely doubtful«, dass das _____ jemals weite Verbreitung finden werde, denn sein Einsatz sei zeitraubend und verursache »a good bit of trouble«
- Times 1895 über das Stethoskop

7. Schwächere (als ich) können damit nicht umgehen.

- »Computer für Kinder – das macht Apfelmus aus Gehirnen.«
- Computerpionier Joseph Weizenbaum 2005
- »Abspannung der Seelenkräfte [...] Der Kommunikationswahn im Netz hat verhaltensauffällige und hochnervöse Individuen hervorgebracht, die immer mehr erfahren und immer weniger wissen.«
- Der Spiegel 2008

7. Schwächere (als ich) können damit nicht umgehen.

- »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 und bewirkt, wie aller Müßiggang, eine Abspannung der eigenen Seelenkräfte«
- Universallexikon der Erziehungs- und Unterrichtslehre 1844 über die »Bibliomanie«

8. Das gehört sich nicht.

- ... ein gedrucktes Buch zu verschenken.
(in der Frühzeit des Buchdrucks)
- ... Privatbriefe zu tippen statt handschriftlich zu schreiben.
(in den 1980ern)
- ... öffentlich laut zu telefonieren
(heute noch)
- ... im Café mit aufgeklapptem Laptop zu sitzen
(heute noch)

9. Das verändert unsere Denk-/ Schreib- /Lesetechniken zum Schlechteren.

- Die _____ ist der Sargnagel der Briefkultur.
- Kritiker um 1870 über die Postkarte
- »Do _____ lower the literary grade of work done by reporters?«
- American Newspaper Publishers' Association 1897 über die Schreibmaschine
- _____ führt zur »Verflachung des Denkens«
- Spiegel über PowerPoint

Neue Kommunikationstechnologien durchlaufen diese Stufen immer wieder von vorne.

1. Wozu soll man das gut sein? Das braucht kein Mensch!
2. Das will doch niemand nutzen!
3. Nur für 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.

Werbung für „eigentlich-nicht“- Kunden I

- (Werbung für Windows Smartphone)

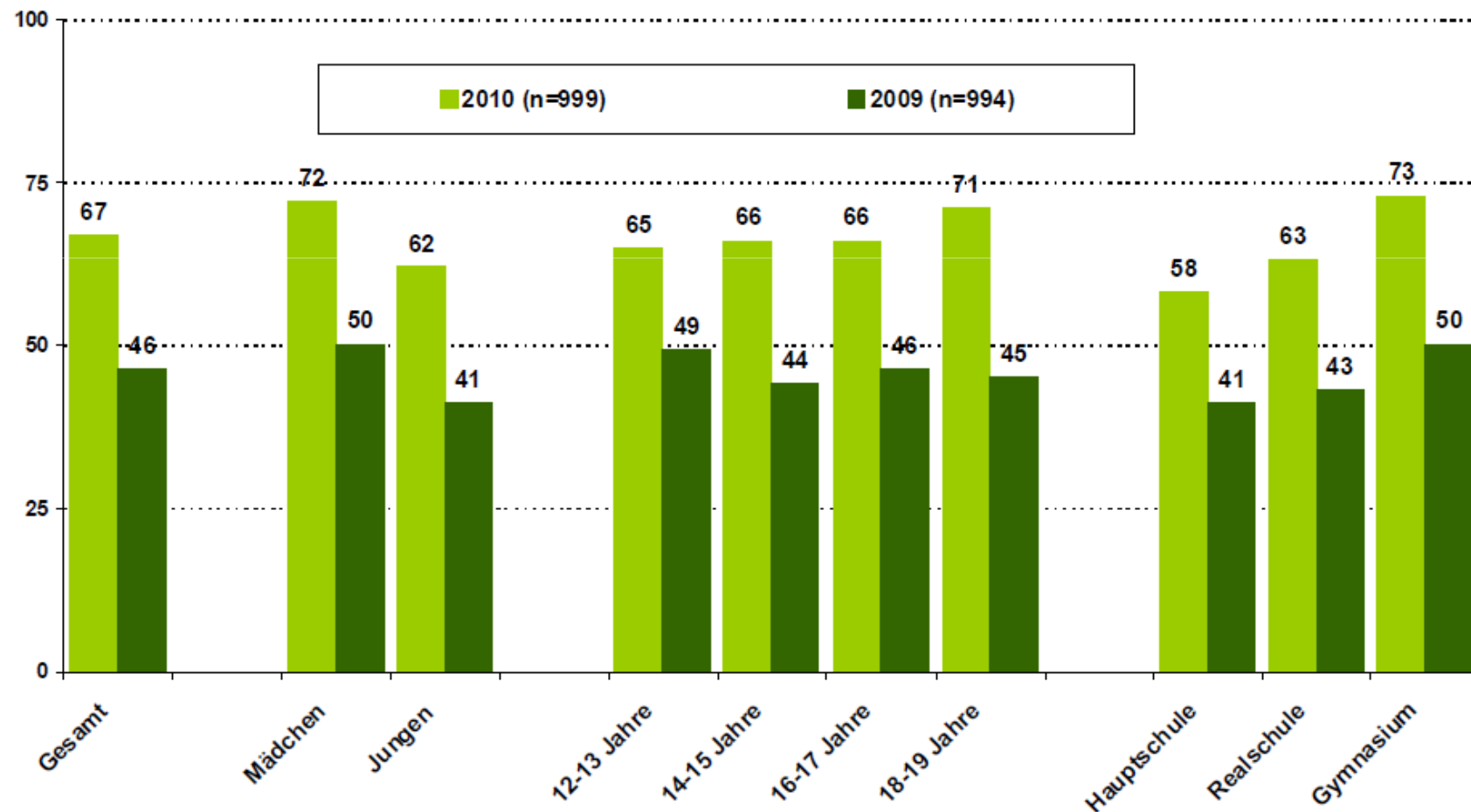
TEIL IV: HOFFNUNGEN

Überblick

- alles wird besser
- selbstbestimmte Bildung dank Wikis und Blogs
- Fernsehen macht schlau
- Facebook und Twitter schaffen Frieden
- Computerspieler retten die Welt
- Partizipation und Demokratie reloaded
- Kreativität mit WordPress und YouTube
- Verbrauchermacht

alles wird besser

Online-Communities: Privacy-Option aktiviert



Quelle: JIM 2010, JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: Nutzer Online-Communities

selbstbestimmte Bildung dank Wikis und Blogs

- Informationsrecherche
- Austausch und Kooperation
- Chancen für die Randgruppen und Außenseiter
- Kompatibilität von Bildungsidealen und NetzWelt

Werte und Grundannahmen der Pädagogik

NetzWelt

- Mündigkeit, Selbstbestimmung
 - Partizipation
- Selbstständigkeit und Aktivierung
 - Individualisierung
- Vernetzung und Austausch
 - Flexibilisierung von Zeit und Raum
- Grenzenlosigkeit
 - Kollaboration und Co-Konstruktion von Wissen
- Praxis- und Projektorientierung

Fernsehen macht schlau

- Lieblingsserien der 12-19jährigen: Two and a Half Men, Simpsons, GZSZ, Scrubs, Grey's Anatomy, CSI
- Steven Johnson: steigende Intelligenz dank Medien?

KiWi
PAPERBACK



Steven Johnson
Neue Intelligenz
▶▶ Warum wir durch
Computerspiele und TV
klüger werden ◀◀

Das Fernsehen wird immer blöder?

- (Bonanza, Denver, Lost)

Lost

- 35 Hauptcharaktere
- ca. 35 Nebenrollen
- ungezählte Orte, Motive, geflügelte Worte
- verschiedene Handlungsstränge, teilweise über mehrere Jahre entwickelt
- mehrere Zeitlinien
- Themen: Gut und böse, wahr und falsch, Leben und Tod, Liebe und Hass, Licht und Dunkelheit, Verantwortung und Freiheit, Schicksal und freier Wille

Das Fernsehen wird immer besser ...

- (Simpsons)

Computerspieler retten die Welt

- Häufigste Nutzungsart Computerspiele: mit anderen online spielen (v.a. Jungen)
- Lieblingsspiele:

	12-13 Jahre	14-15 Jahre	16-17 Jahre	18-19 Jahre
Rang 1	Die Sims 18 %	Die Sims 22%	FIFA 19 %	FIFA 22 %
Rang 2	FIFA 18 %	FIFA 13 %	Die Sims 16 %	Call of Duty 11 %
Rang 3	Mariocart 10 %	GTA 10 %	GTA 12 %	Die Sims 10 %

	Hauptschule	Realschule	Gymnasium
Rang 1	Die Sims 14 %	FIFA 20 %	FIFA 19 %
Rang 2	GTA 14 %	Die Sims 15 %	Die Sims 19 %
Rang 3	Call of Duty 13 %	Need for Speed 13 %	GTA 8 %

Warum spielen Menschen 3 Milliarden Stunden pro Woche online, z.B. WoW?

- Es gibt immer eine Aufgabe.
- Es gibt immer eine bedeutsame Aufgabe.
- Es gibt immer Optimismus, das 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.
- Jane McGonigal: Wir müssen es schaffen, die Welt mehr wie Onlinespiele zu machen und Onlinespiele mehr für die reale Welt zu nutzen.

Was wäre, wenn Bücher nach den Computerspielen erfunden wären?

- (Steven Johnson)

Facebook und Twitter schaffen Frieden

- Wir bekommen zunehmend Probleme, anderswo auf der Welt *nicht* zu helfen.
- Autoritäten können immer weniger anderen Menschen unterdrücken, ohne dass es publik wird.
- Wir können schwieriger diejenigen töten, die wir kennen.

Partizipation und Demokratie reloaded

- Brechts Radiotheorie wird wahr
- größte parteipolitische Bewegung:
Piratenpartei
- Demokratieexperiment: Liquid Democracy
- Politische Bewegungen in Teheran, Stuttgart,
Bundespräsidentenwahl
- Netzpolitik: große Debatten um Zensursula,
JMStV u.a.

Kreativität mit WordPress und YouTube

- mit Webcams Videos live senden
- mit Blogs veröffentlichen und vernetzen
- mit Wikis, Etherpad u.a. Texte kollaborativ erarbeiten
- mit Flickr die Welt ins Bild setzen
- mit Mixxt eine Community aufbauen
- mit Twitter dem Einzelnen eine Stimme geben
- mit YouTube einen eigenen Videokanal erstellen
- mit Podcasts Radio machen
- mit Social Bookmarks Lesezeichen im Netzwerk tauschen
- mit Facebook soziale Netzwerke pflegen

Verbrauchermacht

- Erfahrungsaustausch von Kunden
- Aufklärung für Verbraucher
- zuhörende Unternehmen

**TEIL V: UND WAS HAT MIT IHRER
ARBEIT ZU TUN?**

Jöran Muuß-Merholz | www.joeran.de

VIELEN DANK!