

**Michael Beißwenger / Nadine Anskeit /
Angelika Storrer (Hrsg.)**

Wikis in Schule und Hochschule

vwh
Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

M. Beißwenger/N. Anskeit/A. Storrer(Hrsg.): Wikis in Schule und Hochschule

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

8501 Wiki

UB Dortmund

Bereichsbibliothek
Sozialforschungsstelle

8501-509

© Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg, 2012

vwh
Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

www.vwh-verlag.de

Einfache Nutzungsrechte liegen beim Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg.

Eine weitere Verwertung im Sinne des Urheberrechtsgesetzes ist nur mit

Zustimmung der AutorInnen möglich.

Markenerklärung: Die in diesem Werk wiedergegebenen Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenzeichen usw. können auch ohne besondere Kennzeichnung geschützte Marken sein und als solche den gesetzlichen Bestimmungen unterliegen.

Satz: Werner Hülsbusch

Umschlag: design of media, Lüchow

Druck und Bindung: Kunsthaus Schwanheide

Printed in Germany

ISBN: 978-3-86488-017-9

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	7
WikiWiki in die Schule. Unterrichtsbeispiele und Praxiserfahrungen zum Einsatz von Wikis in der Schule	13
<i>Nadine Anskeit</i>	
Kooperative Entwicklung und redaktionelle Organisation einer wikibasierten Studieninformationsplattform	47
<i>Michael Beißwenger</i>	
Wikis in der Hochschullehre	81
<i>Claudia Bremer</i>	
Kollaboratives Schreiben in Wikis: ein Schreibprozessmodell als Diagnoseinstrument	121
<i>Brigitte Odile Endres</i>	
Tutorials mit Screenrecording und Wiki. Einführung von Studierenden eines berufsbegleitenden Weiterbildungslehrganges in das Arbeiten mit <i>MediaWiki</i>	149
<i>Klaus Himpst-Gutermann & Stefan Schnabl</i>	
Wikis als soziotechnische Systeme – Erfahrungen aus einem Wiki-Projekt an der Goethe-Universität Frankfurt	173
<i>Petra Ilyes, Claudius Terkowsky & Benedikt Kroll</i>	
Wiki-Ressourcen für Schule und Unterricht: Das ZUM-Wiki und die Wiki-Family	207
<i>Karl-Otto Kirst</i>	

Kategoriale Wirtschaftsdidaktik mit Wikis medienintegriert realisieren	231
<i>Ewald Mittelstädt & Martin Kirchner</i>	
Lehre für die berufliche Arbeit mit sozialen Medien. Wie die Perspektive der sozialen Innovation Hochschullehre anleiten kann	243
<i>Bastian Pelka</i>	
Wikis in der Schule – ein Erfahrungsbericht aus sechs Jahren RMG-Wiki	263
<i>Andrea Schellmann & Maria Eirich</i>	
Wikis als Lerngegenstand und Lernmittel. Ein schreib- und mediendidaktisches Seminarkonzept für die Lehramtsausbildung	283
<i>Lisa Schüler</i>	
Autorenverzeichnis	311

Lehre für die berufliche Arbeit mit sozialen Medien. Wie die Perspektive der sozialen Innovation Hochschullehre anleiten kann

Bastian Pelka

1 Einleitung

Soziale Medien sind nicht nur eine neue Medienform, sondern können als neues Kommunikations- und Arbeitsparadigma verstanden werden. Sie stellen durch das Prinzip des *user generated content* etablierte Arbeitsprozesse in der Wissensgesellschaft in Frage und sind damit in der Lage, berufliche Tätigkeiten nachhaltig zu verändern. Vor diesem Hintergrund muss auch die Hochschulausbildung überprüft werden: Bereitet sie adäquat auf dieses neue Paradigma vor?

Für viele Studienfächer ist eine Beschäftigung mit den Auswirkungen sozialer Medien auf die Berufswelt dringend notwendig, weil soziale Medien die Arbeitswelt von Hochschulabsolventinnen¹ in der Wissensgesellschaft stark und dauerhaft beeinflussen werden. Doch Hochschullehre bereitet Studierende noch nicht ausreichend auf die damit einhergehenden Veränderungen der Berufswelt – aber auch gesellschaftlichen Arrangements – vor, sodass hier Bedarf an Seminarangeboten besteht. Hochschullehre als Vorbereitung auf eine reflektierte berufliche Tätigkeit in der Wissensgesellschaft sollte dabei jedoch von konkreten Technologien abstrahieren und die eigentliche Innovation des Phänomens „soziale Medien“ aufzeigen.

Dieser Beitrag zeigt anhand eines Seminarskonzepts, das an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover durchgeführt wurde, wie eine Verknüpfung praktischer Erfahrungen mit sozialen Medien und der theoretischen Reflexion ihrer Potenziale aussehen kann. Das Seminar wurde auf

¹ Der Aufsatz bemüht sich um eine geschlechtergerechte Sprache, indem die weibliche und männliche Form von Begriffen abwechselnd benutzt werden.

Basis eines Verständnisses von sozialen Medien als soziale Innovation entwickelt und fokussiert anhand eines Wiki-Projekts auf die Erstellung von und die Arbeit mit *user generated content*.

Zunächst werden in den Abschnitten 2–4 aus der Perspektive der sozialwissenschaftlichen Innovationsforschung Überlegungen zu sozialen Innovationen und zur Notwendigkeit eines kritischen Blicks auf soziale Medien skizziert. In Abschnitt 5 wird auf diesem Hintergrund dann das didaktische Konzept des Seminars vorgestellt. Das beschriebene Seminar konzentriert sich auf die Dimension sozialer Innovation von sozialen Medien und vermeidet bewusst eine Auseinandersetzung mit den verwendeten Technologien. Denn – so die Prognose des Autors – die Technologie wird sich schneller wandeln als die Studierenden in das Berufsleben treten, die dahinter liegende soziale Innovation wird aber die berufliche Tätigkeit in der Wissensgesellschaft für lange Zeit beeinflussen.

2 Über den Bedarf eines kritischen Blicks auf soziale Medien

„Soziale Medien“ werden vielfach als ein Phänomen verstanden, das ausschließlich die private Lebenswelt junger Menschen und sogenannter „digital natives“ betrifft. Auch die wissenschaftliche wie massenmediale Beschäftigung mit dem Phänomen soziale Medien konzentriert sich zur Zeit überwiegend auf diese Bevölkerungsgruppe – sei es in wissenschaftlichen Studien zur Mediennutzung Jugendlicher (z.B. Wagner 2008, Wagner et al. 2010) oder in der Zeitungsberichterstattung z.B. über eine Jugendliche, die wegen eines Klickfehlers in *Facebook* versehentlich hunderte Gäste zu ihrer Geburtstagsfeier einlud – die dann auch alle kamen. Doch diese Einschätzung irrt auf zwei Ebenen:

- Erstens „wirken“ einige der Impulse, die von diesen – später noch näher zu untersuchenden – Angeboten ausgehen, nicht allein auf die private Lebenswelt, sondern auch längst auf berufliche Kontexte. Beertheide et al. (2009) beschreiben beispielsweise die Relevanz sozialer Medien für die Arbeit in High-Tech-Branchen und Kopp (2011) sieht in verschiedenen Unternehmen ein „soziodigitales Innovationssystem“ entstehen, das sich an den Grundsätzen der sozialen Medien orientiert.

- Zweitens greifen soziale Medien über den „Umweg“ der Arbeitswelt auch in die Lebenswelt eben jener Menschen ein, die sie nicht freiwillig nutzen würden, über den beruflichen Kontext aber dazu gezwungen werden. Im Diskurs zur „Digitalen Agenda“ (European Commission 2010) werden sogar Ansätze diskutiert, soziale Medien wegen ihrer einfachen Bedienbarkeit im Sinne einer elektronischen Inklusion – also der Partizipation an der „digitalen Gesellschaft“ – einzusetzen, um eben solche Menschen zu erreichen, die nicht vertraut sind im Umgang mit digitalen Medien und die daher Abgehängte einer „digitalen Spaltung“ werden könnten (vgl. Münchener Kreis et al. 2008: 12, 24; Klutzer & Rissola 2009).

Diese Wirkung sozialer Medien auf den beruflichen Kontext der Beschäftigten in der Wissensgesellschaft ist zur Zeit noch nicht in allen Berufsfeldern zu spüren – die sicherlich ersten sind aber Beschäftigte in kommunikations- und wissensintensiven Berufen, Dienstleistungsberufen und vor allem Berufen mit engem Kontakt zur Medienutzung oder -erstellung. Die Medienbranche und deren Beschäftigte sind damit – nach primären IT-Berufen – die ersten, die soziale Medien auch in ihrer beruflichen Wirklichkeit erfahren. So ist die Nutzung von sozialen Medien zum Beispiel in Redaktionen besonders stark ausgeprägt (vgl. Neuberger et al. 2010). Vor dem Hintergrund der rasanten Ausbreitung der Anwendungsfelder und Nutzung sozialer Medien ist es aber nur eine Frage der Zeit, bis auch andere Berufsfelder mit dem Einsatz sozialer Medien konfrontiert werden.

Michel & Goertz (1999: 110) konnten einen ähnlichen Nutzungsverlauf – Ausgang nehmend bei Medienschaaffenden und sukzessive auch medienfernere Berufe betreffend – für die Nutzung von *Multimedia* nachzeichnen. Sie untersuchten die Nutzung von Multimedia-Anwendungen in verschiedenen Branchen (vgl. Abb. 1). Zuerst setzten sich nur primäre Medienproduzenten (z.B. Journalismus) aktiv mit dem Einsatz multimedialer Angebote auseinander: Während eine kleine Anzahl von „Kernbranchen“ multimediale Angebote produzierte, wurden diese in den „Peripheriebranchen“ nur rezipiert oder in Ausnahmefällen bei den „Kernbranchen“ in Auftrag gegeben. Die „erste Peripherie“ umfasst dabei auch Berufe, in denen Medien sowohl produziert, als auch angewendet werden (z.B. Unternehmensberatung, Werbung); schließlich in der „zweiten Peripherie“ auch solche Branchen, in denen Medien nur genutzt, nicht jedoch erstellt werden (z.B. Handel, Tourismus, Aus- und Weiterbildung). Hier kamen solche Menschen über den Beruf mit Multimedia in Kontakt, die in ihrem Freizeitverhalten keine Com-

puternutzung aufwies und auch ansonsten keine hohe EDV-Affinität zeigten. Die Technologie war damit bei den „Normalbeschäftigten“ als Rezipienten angekommen.

Über die Jahre war dann ein Diffusionsprozess zu beobachten, bei dem vor allem die Akteure der ersten Peripherie zusätzliche Medienkompetenzen entwickelten und selbst zu Multimediaproduzenten wurden.

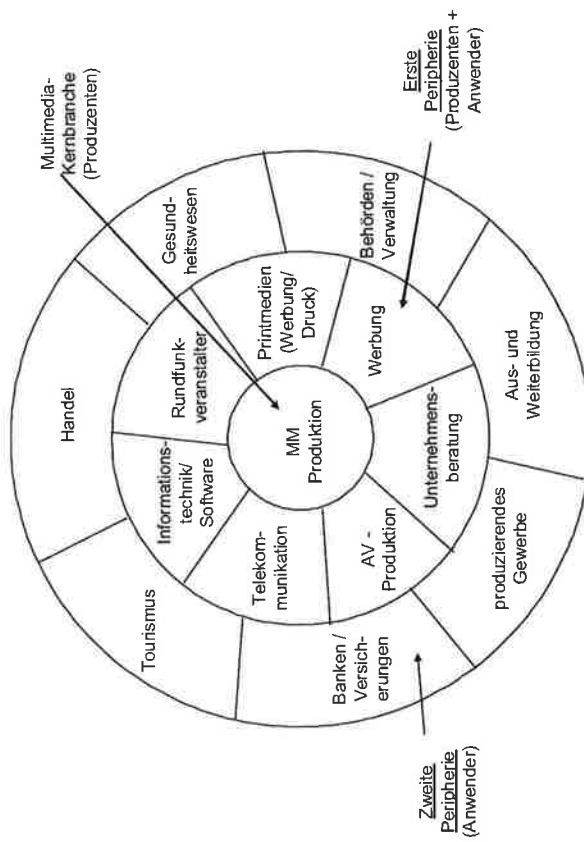


Abb. 1 Diffusion der Innovation „Multimedia“ in verschiedene Branchen
Grafik nach: Michel & Goertz (1999: 110)

Ein ähnlicher Dreischritt zur Verbreitung der Nutzung und des Einflusses kann auch für soziale Medien unterstellt werden, wobei sich der Diffusionsprozess viel kompromissloser vollzieht: Während die Produktion von Multimediainhalten hohe Kompetenzniveaus im Kernbereich und in der ersten Peripherie erforderte, beschleunigt der niedrigschwellige Zugang zu sozialen Medien die Verbreitung bis auf die Ebene, die Michel & Goertz als „Anwender“ bezeichnen – wobei das Besondere bei sozialen Medien eben die Tatsache ist, dass sich keine strikte Trennung von Produzentinnen und Anwendern mehr ziehen lässt. Anders gesagt: Aus der relativ statischen Aufnahme „Multimedia 1999“, die Produzenten von Produzentinnen/Anwenderinnen und Anwendern unterscheidet, wird ein dynamischer Prozess, in dem

binnen kurzer Zeit die Produktion alle Peripheriebereiche erfasst hat. Der Unterschied zwischen den drei Ebenen besteht im Fall sozialer Medien lediglich noch darin, dass Medienproduktion mehr oder weniger nah am Kerngeschäft der jeweiligen Branche liegt. Aus dieser rasanten Diffusion entsteht auch die Notwendigkeit, branchenübergreifenden Medienkompetenzen als Produktionskompetenzen auch in der Hochschullehre ein viel größeres Gewicht beizumessen, als dies aktuell noch der Fall ist.

Im Folgenden soll über die Anforderungen an Hochschullehre zur Vorbereitung auf eine berufliche Auseinandersetzung mit sozialen Medien reflektiert werden. Dabei wird zunächst zu klären sein, was eigentlich den Kern „sozialer Medien“ ausmacht, da Hochschullehre im Sinne einer Vorbereitung auf eine berufliche Tätigkeit nicht auf eine Technologienutzung, sondern auf eine Reflexion der dahinter stehenden Innovation zielen sollte.

3 Was ist eine soziale Innovation?

Die Frage, wie eine Innovation entsteht und wie sie sich verbreitet, ist Gegenstand der Innovationsforschung. Diese konzentriert sich vielfach auf technische Innovationen, mit denen Patente oder „Erfindungen“ verbunden werden. Howaldt & Schwarz (2010a) sehen jedoch innerhalb dieser wissenschaftlichen Disziplin den Versuch, ein Innovationsverständnis zu entwickeln, das der Wissensgesellschaft und ihren veränderten Arbeitsbedingungen und -anforderungen besser Rechnung trägt:

Vor dem Hintergrund von zum Teil völlig veränderten und verschärften Problemlagen im Zusammenhang mit einer drastisch beschleunigten Veränderungsdynamik in Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und natürlicher Umwelt wächst ganz offensichtlich das Bewusstsein eines nur eingeschränkten Problemlösungspotenzials technologischer Innovationen sowie etablierter Steuerungs- und Problemlösungsroutinen. In der Folge davon und angesichts sich vielfältig überlagernder manifesten Krisen wird mit dem Übergang von der Industrie- zur Wissens- und Dienstleistungsgesellschaft zunehmend ein Bedarf an viel breiter angelegten Strategien „for ‚recovery through innovation“ (Centre for social Innovation, London) identifiziert und artikuliert, in deren Zentrum die Durchsetzung sozialer Innovationen steht. (Howaldt & Schwarz 2010a: 88)

Auch Kopp (2011: 74f.) kommt nach einer Analyse der gegenwärtigen Diskurse der sozialwissenschaftlichen Innovationsforschung zu dem Schluss,

dass die aktuelle Forschung ihr Augenmerk verstärkt auf „weiche“ Innovationsfaktoren wie Kommunikation und Netzwerkmanagement richtet. Howaldt et al. (2009) unterscheiden zwischen den Ebenen der technologischen und sozialen Innovation² und attestieren den Wissensgesellschaften einen fundamentalen Wandel im Verhältnis beider Innovationsebenen. Der Übergang von der Industrie- zur Wissens- und Dienstleistungsgesellschaft korrespondiert dabei mit einem Paradigmenwechsel des Innovationssystems, in dessen Folge die Bedeutung sozialer Innovationen im Vergleich zu technologischen zunehme (vgl. Howaldt, Kopp & Schwarz 2008). Eine soziale Innovation wird definiert als „eine von bestimmten Akteuren bzw. Akteurskonstellationen ausgehende intentionale, zielgerichtete *Neukonfiguration sozialer Praktiken* in bestimmten Handlungsfeldern bzw. sozialen Kontexten, mit dem Ziel, Probleme oder Bedürfnisse besser zu lösen bzw. zu befriedigen, als dies auf der Grundlage etablierter Praktiken möglich ist“ (Howaldt & Schwarz 2010a: 89).

Damit unterscheiden die Autoren soziale Innovationen nicht nur von technischen Innovationen (von denen sie sich durch eine immaterielle, intangible Struktur unterscheiden), sondern auch von sozialen Erfindungen (denen sie eine tatsächliche Anwendung voraus haben) und sozialem Wandel (der nicht intendiert ist). Mit der Intentionalität einer sozialen Innovation wollen sie jedoch keine Wertung verknüpft sehen – eine soziale Innovation lässt sich nicht durch ein Werturteil im Sinne einer „sozial erwünschten“ Innovation definieren.

Dieses Verständnis sozialer Innovationen als tatsächlich angewandte Neuerung lädt Sozialwissenschaftler geradezu zur Einflussnahme auf die Innovation ein, denn

Social innovations, understood as innovations of social practices, are (...) an elementary part of sociology, and therefore – in contrast to technical innovations – can be not only analyzed, but also engendered and (co-)shaped; they are oriented toward social practice and require reflection on the social relationship structure. (Howaldt & Schwarz 2010b: 22)

² Technologische und soziale Innovationen stehen in vielfältigen Verhältnissen zueinander: Soziale Innovation kann, muss sich aber nicht zwingend innovative Techniken zunutzen machen. Anders herum kann eine innovative soziale Praxis auslösendes Element für technische Innovationen sein und zu deren Verbreitung beitragen (Zapf 1989: 176 ff.). Howaldt, Kopp & Schwarz (2008: 64) weisen in diesem Kontext darauf hin, dass Innovation an sich bereits stets einen komplexen sozialen Prozess darstellt.

4 Was sind soziale Medien?

Soziale Medien, oft synonym auch als *Web 2.0*-Medien bezeichnet, werden in der Literatur unterschiedlich definiert. So lassen sich Definitionen unterscheiden, die das Phänomen als Sammelkategorie unterschiedlicher Angebote, Gestaltungsprinzipien, Technologien und Nutzungsphänomene verstehen oder als Technologiesprung zu einem – wie auch immer gearteten „Web 1.0“ (vgl. Pelka & Kaletka 2010: 143 f.). Beide Definitionsformen sind jedoch nicht dienlich bei der Beantwortung der Frage, was nun der Innovationskern des Web 2.0 sei und wie sich junge Menschen auf ein Arbeitsleben mit sozialen Medien vorbereiten können. Denn Sammelkategoriedefinitionen abstrahieren zu wenig für einen Blick auf die hinter den Phänomenen stehende Innovation und eine Konzentration auf die Technologie kämpft mit dem Problem, dass viele der dem Web 2.0 zugerechneten Angebote bereits mit sehr viel älteren Technologien möglich waren, aber eben nicht als Angebot bereit standen oder zumindest nicht genutzt wurden (und damit maximal eine soziale Erfindung, nicht aber eine soziale Innovation im oben ausgebreiteten Verständnis von Howaldt & Schwarz darstellen).

Ein Weg zu einer analytischen Betrachtung des „eigentlichen Wesens“ sozialer Medien und damit des Kerns einer Auseinandersetzung mit sozialen Medien in der Hochschullehre wurde an anderer Stelle beschrieben (vgl. Pelka & Kaletka 2010). Dort werden zwei Ebenen des Phänomens soziale Medien unterschieden: eine technologische und eine soziale. Wenn im Web 2.0 ein technologischer Versionsschritt gesehen wird, soll dies als *technologische Ebene* bezeichnet werden; dies im Vergleich zu einem – wie auch immer zu definierenden – „Web 1.0“. Es geht also um die Verbindung des Konzepts „soziale Medien“ mit einem technologischen Innovationsschritt. Wenn die Neuerung sozialer Medien in der spezifischen *Techniknutzung* gesehen wird, soll dies als *soziale Ebene* beschrieben werden.

Als Grunderkenntnis der Diskussion kann festgehalten werden, dass viele der sozialen Medien bereits lange zumindest technisch möglich sind (Maab & Pietsch 2007). In der Tat beruhen viele der sozialen Medien auf Software und im Internet gängigen technologischen Standards, die schon lange verfügbar und durchgesetzt sind; jedoch nicht in diesem Umfang angeboten oder nicht genutzt wurden (Rheingold 1992; Bühl 1997). Oder: „Die Technik und die Programme waren vorher schon vorhanden, nur nicht in einer derart ein-

fachen Weise zusammengefasst“ (Reißmann 2005: 63). Damit erscheint der Begriff „soziale Medien“ auf der technologischen Ebene weitgehend arbiträr.

Sehen wir uns nun die soziale Ebene des Phänomens der sozialen Medien an. Unter der sozialen Ebene wollen wir die Ebene der *Techniknutzung* verstehen, also die Antwort auf die Frage, was die Nutzerinnen mit der Technik machen. Allen sozialen Medien ist gemein, dass sie den Nutzern Freiräume zur Erstellung und Veröffentlichung von digitalen Inhalten einrichten und damit die Funktion von professionellen Vermittlerinnen (z.B. Journalisten, aber auch Dozentinnen, Lehrern oder Trainerinnen) überspringen oder zumindest in Frage stellen. Die Innovation der sozialen Medien liegt dann in der Erstellung von Inhalten und Kommunikation durch die Nutzerinnen – dem Ansatz des *user generated content* – also der Übergabe der Erstellung der veröffentlichten Inhalte an eine breite Nutzerschicht und damit der sozial-funktionalen Nutzung der technischen Infrastruktur. Denn im Vergleich zu „klassischen“ Medien, bei denen z.B. eine Redaktion Inhalte erstellt und distribuiert, werden im Falle von Web-2.0-Anwendungen die Inhalte üblicherweise von den Nutzerinnen erzeugt und von einer Redaktion des Anbieters höchstens überwacht oder moderiert.

Rückt man den Ansatz des *user generated content* – als Innovationskern – in den Mittelpunkt einer Definition sozialer Medien, so lassen sich diese definieren als die Gesamtheit der interaktiven und kollaborativen Online-Angebote, die sich durch leicht erlernbare und intuitive Bedienbarkeit auszeichnen und Nutzerinnen ohne nennenswerte technologische Hürden die Erstellung, Wartung und Veröffentlichung von Inhalten ermöglichen sowie dies mit Kommunikationsangeboten verbinden. Nimmt man diese neue kommunikative Praxis gemeinsam mit dem hohen Verbreitungsgrad in unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen in den Blick, wird deutlich, dass sich eine „neue soziale Praxis zur Erhöhung der Wirksamkeit technisch vermittelter Kommunikation“ (Zapf 1989: 33) entwickelt hat – ein neues Kommunikationsparadigma, das auf einen verteilten, inkrementellen und flexiblen Erstellungsprozess von „Content“ sowie eine mit diesem Content verbundene Online-Kommunikation setzt.

Ausgerüstet mit dem Blickwinkel der sozialen Innovation kann eine Anforderung an Lehre zu sozialen Medien lauten: Soziale Medien – betrachtet als soziale Innovation – entstehen im Prozess der konkreten Anwendung einer großen Nutzerschaft. Sie sollten vor dem Hintergrund einer sozialwissenschaftlich angeleiteten Reflexion bearbeitet werden, da sich die Potenziale dieses Paradigmas erst dann ausschöpfen lassen, wenn es als solches inter-

pretiert und nicht nur als neue Technik verstanden wird. Dabei sind sowohl der praktische Umgang als auch ein theoretischer Hintergrund zum Wesen des Kerns der sozialen Innovation sozialer Medien zu vermitteln. Auf Ebene der konkreten Lehre bieten sich die Bereitstellung einer Reflexionsebene zur Betrachtung des Innovationskerns sozialer Medien sowie konkreter Kooperationserfahrung zur gemeinschaftlichen Erstellung von *user generated content* an. Lehre zu sozialen Medien sollte daher das konkrete Erproben der Erstellung von *user generated content* ermöglichen (schließlich handelt es sich um eine soziale Praxis), dies aber vor dem Hintergrund einer Reflexion von *user generated content* als sozialem und nicht technischem Prozess statt finden lassen. Soziale Medien eignen sich auf Grund ihrer Unterstützung von Austausch, Kommunikation und Kooperation besonders zur Unterstützung von Lernprozessen (vgl. Pelka et al. 2008; Pelka 2010), die nicht in definierten Korridoren verlaufen, sondern den Lernenden die Hoheit des Lernprozesses zusprechen und sie dabei durch den Austausch mit anderen Lernenden unterstützen; sie sind damit nicht nur Lernobjekt, sondern gleichzeitig auch Lernumgebung für eine Auseinandersetzung mit sozialen Medien. Diese doppelte Funktion kann sich Hochschullehre zunutze machen, indem sie soziale Medien als Reflexionsraum für die Betrachtung von sozialen Medien – und damit quasi als Meta-Medien – nutzt.

Im folgenden Abschnitt wird am Beispiel eines Seminarskonzepts mit *MediaWiki* exemplarisch gezeigt, wie eine Reflexion der Potenziale und Herausforderungen sozialer Medien in der Hochschullehre aussehen kann.

5 Ein Seminarskonzept mit *MediaWiki*: Lehre für soziale Medien, begriffen als soziale Innovation

Das hier ausgetretete Verständnis sozialer Medien wurde vom Autor in einem Seminarskonzept umgesetzt, das auf Reflexion zur Funktionsweise sozialer Medien innerhalb sozialer Medien setzt. Damit verbindet das Seminar auf theoretischer Ebene eine Reflexion mit dem praktischen Erstellen von *user generated content*. Konkret wurde in einem Wiki die Arbeit mit Wikis erprobt, reflektiert und diskutiert sowie publiziert.

5.1 Beschreibung des Lehrauftrags

Dieses hier beschriebene Seminar wurde als Lehrauftrag „Content-Management-Systeme“ (CMS) am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover durchgeführt. Als Reflexions- und Arbeitsraum diente eine Installation der freien Software *MediaWiki*, die auch der *Wikipedia* zugrunde liegt und die den Studierenden somit bereits vertraut war. Die Software *MediaWiki* wurde als Content-Management-System zur Erstellung von *user generated content* im oben entwickelten Verständnis begriffen und eingesetzt.

Neben der Bereitstellung der Plattform bestand eine der wenigen Vorgaben der Seminarleitung darin, im Seminar möglichst wenig Content selbst zu erzeugen und stattdessen überwiegend mit Inhalten zu arbeiten, die von anderen freien Quellen – selbstverständlich unter Beachtung des Copyrights – bezogen werden konnten. Den Studierenden kam damit stärker die Aufgabe der Strukturierung und Aufbereitung des Content im Sinne einer einfachen Nutzbarkeit durch die – zu definierende – Zielgruppe zu. Diese Rahmenbedingung sollte Studierende, die als Berufswunsch oft „Journalist/in“ angeben, bewusst auf gemeinsame Content-Produktion statt den im Journalismus vorherrschenden Stolz auf das „eigene“ Produkt einschwören. Beide Vorbedingungen zwangen die Studierenden zur Konzentration auf den verteilten Erstellungsprozess als soziale Innovation und zur Reflexion ihrer Rolle darin.

5.2 Lernziele

Folgende Lernziele wurden dem Seminar zugrunde gelegt:

1. Ein Wiki (*MediaWiki*) als Content-Management-System zur Erstellung von *user generated content* verstehen und nutzen können.
2. Das Konzept des *user generated content* reflektieren, als soziale Innovation identifizieren und Mechanismen zu dessen Erstellung, Moderation und Förderung benennen und praktisch anwenden können.
3. Content unter Zuhilfenahme der Content-bezogenen Instrumente des Wiki (Foren, Versionierung etc.) kooperativ erstellen und strukturieren können.
4. Inhalte vor dem Hintergrund einer Reflexion der Absichten und Restriktionen der Zielgruppe spezifisch strukturieren, aufbereiten und präsentieren zu können.

Die Lernziele sind auf die Zielgruppe „Studierende eines kommunikationswissenschaftlichen Studienfachs“ abgestimmt, können so aber auch für andere Fächer mit Bezug zur Wissensvermittlung übertragen werden.

Als didaktisches Konzept ist das experimentelle Lernen leitend. Die Studierenden sollten durch die konkrete Arbeit an einem später zu veröffentlichenden Wiki – einem „Produkt“ – den Bezug zwischen dem theoretischen Hintergrund und der technischen Anwendungsebene erproben und reflektieren. Die Arbeit am Wiki erfolgte als durch (wenige) Vorgaben strukturierte Projektarbeit in Teams. Im Anschluss an jeden Wochenendblock wurde von den Teilnehmenden eine – teils schriftliche – Reflexion der eigenen Arbeit eingefordert.

5.3 Seminarablauf

Das Seminar war als Wochenendblockveranstaltung mit insgesamt sieben Seminartagen konzipiert. Es fand im Computerraum statt, der jedem Teilnehmer einen PC-Arbeitsplatz zur Verfügung stellt. Zuvor war bereits das Wiki installiert worden, sodass es zum Einstellen von Inhalten bereitstand. In einer einträgigen Auftaktveranstaltung wurden die Teilnehmerinnen in das Seminarskonzept und das Verständnis von sozialen Medien als soziale Innovation des *user generated content* eingeführt; außerdem erfolgte eine Schulung in der Arbeit mit *MediaWiki*. Von den 17 teilnehmenden Studierenden hatten nur zwei Vorkenntnisse in der Arbeit mit einem Wiki. Daher wurde ein halber Tag Schulung in der Syntax von *MediaWiki* sowie die redaktionelle Arbeit mit *MediaWiki* als Content-Management-System vorgeschaltet. Dabei erarbeiteten die Studierenden sich die Syntax im Wesentlichen selbst am Computer, die Seminarleitung wies auf beispielhafte Syntax hin, die die Studierenden durch Copy&Paste in ein eigenes Wiki implementieren sollten, um vorgegebene Aufgaben zu lösen. Nach diesem halben Tag Einführung konnte jeder Teilnehmer eigenständig Artikel erstellen, Inhalte einfügen, formatieren und verknüpfen sowie bestehende Artikel editieren und in den Foren von *MediaWiki* diskutieren.

Der erste Wochenendblock knüpfte etwa zwei Wochen später an die Auftaktveranstaltung an und begann damit, dass die Studierenden sich selbstständig eine Aufgabe und eine Zielgruppe für ihr Wiki formulieren sollten. Dabei waren sie völlig frei; die einzigen Vorgaben waren, das bereitgestellte *MediaWiki* zu nutzen und möglichst wenig Texte selbst zu erstellen. In einer

halbstündigen „Murmelpuppenphase“ erarbeiteten die Studierenden zwei Vorschläge: Erstens ein Wiki, mit dem sich Erstsemesterstudierende über die Stadt Hannover, die Hochschule und die Studiengänge informieren sowie mit anderen Studierenden austauschen können. Dieses „Uni-Wiki“ sollte das Einstellen von Informationen durch die Studierenden ermöglichen (*user generated content*) und die Informationsseiten mit Angeboten zur Kommunikation verknüpfen. Der Gedanke war dabei, Erstsemestern eine Sprungstelle zu allen Informations- und Kommunikationsangeboten zu bieten. Ein zweiter Vorschlag war, ein Wiki zu erstellen, das über die Arbeit mit einem Wiki informiert. Es sollte sich bewusst an Einsteiger richten und auch Externe zur Mitarbeit am Wiki motivieren. Durch eine Abstimmung wurde dieser Vorschlag als Grundlage für die weitere Seminararbeit akzeptiert.

In weiteren Phasen des Wochenendblocks definierten die Studierenden die Zielgruppe ihres Angebots sowie deren Bedarfe und Restriktionen. Auf dieser Grundlage wurde ein erstes Lastenheft an das Angebot erstellt, um Arbeitsaufgaben abzuleiten und im Seminar zu verteilen. Zu diesem Zeitpunkt wurden alle Ergebnisse noch auf Papier festgehalten, d. h. die Studierenden nutzten das ihnen zur Verfügung stehende Wiki nicht. Die Seminarleitung interpretierte dies als Signal, dass die Studierenden den Umgang mit dem Wiki zwar technisch „beherrschten“, aber noch nicht auf Ebene der praktischen Anwendung der sozialen Innovation angekommen waren. Schließlich recherchierten die Teilnehmerinnen nach bestehenden Einführungen in die Arbeit mit *MediaWiki*, um „gute Beispiele“ zu sichern und nicht gedeckte Bedarfe der anvisierten Zielgruppe zu beschreiben. Dabei erwies sich die Setzung, überwiegend mit vorhandenen Texten zu arbeiten, als herausforderungsreich: Einerseits waren die Studierenden das Prinzip des Copy&Paste gewohnt und freuten sich über die explizite Erlaubnis, aus anderen Quellen kopieren zu können. Dabei wurde vereinbart, dass die Teilnehmerinnen Texte anderer Autoren als solche kenntlich machen und auf die Fundstellen verweisen. Die Studierenden wurden damit in dem Sinne zu Autoren, dass sie auf der Basis bestehender Texte neue Texte schufen – dabei aber die Urheber der ursprünglichen Texte kennzeichneten. Dabei entdeckten die Studierenden, dass keine der existierenden Einführungen alle von ihnen formulierten Anforderungen an ihr Wiki erfüllte – dass sie also Beiträge aus verschiedenen Einführungswerken sammeln, kombinieren und vor allem neu strukturieren mussten. Dabei war eine besondere Herausforderung, die unterschiedlichen kopierten Textteile zu verwalten, denn jeder Teilnehmer sicherte zu zunächst auf seinem lokalen Laufwerk Texte. Dies führte zu Problemen

beim Zusammenstellen der einzelnen Textteile. Erst später ging die Gruppe dazu über, die Textsammlung tatsächlich *gemeinsam* zu organisieren und zu strukturieren. Dafür wurde eine Seite im Wiki genutzt. Hier zeigte sich der Vorteil des Wiki als Content-Management-System, denn jede Teilnehmerin hatte nun Zugriff auf alle gesammelten Ressourcen und konnte Doppelungen verhindern sowie neue „Fundstücke“ thematisch dicht an existierenden anordnen. Die Studierenden hatten also erstmals die soziale Innovationsblöcke thematisiert. Dabei gaben die Studierenden an, dass ihnen das Sichern von Texten auf der Festplatte zunächst „sicherer“ erschien, da sie sich damit auskannten. Erst als ihnen die Vorteile der Ablage im Wiki – nämlich die gemeinsame Arbeit mit dieser Ressource – deutlich wurde, nutzten sie das Wiki. Auf Ebene des theoretischen Hintergrunds könnte formuliert werden: Das Wiki avancierte von einer Erfindung (sie ist neu, wird aber nicht genutzt) zu einer Innovation (die sich durch die tatsächliche Nutzung auszeichnet).

Der Wochenendblock endete mit einer Definition von Zielen und Strukturen des eigenen Wikis. Dabei wurde insbesondere über Mechanismen diskutiert, mit denen die zukünftigen Nutzer an der Weiterentwicklung des Semiprodukts beteiligt werden könnten. Die Studierenden antizipierten also bereits zu diesem Zeitpunkt die Funktionsweise von *user generated content* und stellten Überlegungen zu Anreiz- und Qualitätssicherungsmechanismen an.

In einem zweiten Wochenendblock erfolgte die Implementierung der bestehenden Ressourcen in das Seminar-Wiki. Dabei wurden Urheberrechtsaspekte thematisiert. Gleichzeitig wurden die bestehenden Inhalte so aufbereitet, dass sie die Nutzungsabsichten der definierten Zielgruppe besser bedienen.

Ein dritter Wochenendblock widmete sich schließlich der Vernetzung der einzelnen Artikel sowie dem Füllen von Lücken und der Strukturierung des angelegten Lernmaterials. Auch hier stellte der Mechanismus des Copy&Paste Herausforderungen an das Produkt: Die aus unterschiedlichen existierenden Einführungen zusammenkopierten Textteile mussten aufeinander bezogen werden, um dem Nutzer das Springen von einem Kapitel zu einem anderen oder vertiefendes Lesen zu ermöglichen. Dazu wurden vor allem Überleitungen verfasst, in manchen Fällen wurden aber auch die Originaltexte umgeschrieben. Hier stellte sich schnell heraus, dass das reine Zusammentragen von Texten noch kein Handbuch ausmacht, sondern dass bei der Arbeit mit Copy&Paste hohe Herausforderungen an die Strukturierung des Content

gestellt werden. Dabei entschieden die Studierenden, dass die Mitglieder der identifizierten Zielgruppe unterschiedliches Vorwissen mitbringen und unterschiedliche Nutzungsweisen bevorzugen würden. Es wurden verschiedene Nutzer-, aber auch Nutzungstypen beschrieben und Pfade abgeleitet, auf denen diese Typen die vorhandenen Artikel rezipieren würden. Ein Beispiel: Zu diesem Zeitpunkt umfasste das Wiki rund 100 Artikel, die z.B. das Erstellen eines Artikels, das Einfügen von Tabellen, das Kursivsetzen von Text oder das Arbeiten mit der *History* beschreiben. Nur wenige Nutzerinnen würden aber – so die Überlegung der Teilnehmer – alle Artikel benötigen. Darum wurden folgende unterschiedlichen Rezeptionspfade angelegt:

1. ein festgelegter Rezeptionspfad, der die Nutzer über *Links* durch das gesamte Lernmaterial führt;
2. ein „Schnelleinstieg“, der – ebenfalls linear – die Nutzerinnen zu den wichtigsten Artikeln leitet;
3. eine *FAQ-Liste*, in denen die häufigsten Nutzungsabsichten sowie damit verbundene Fragen antizipiert wurden;
4. eine Struktur, die die vorhandenen Artikel nachvollziehbaren Kapitelgliederungen zuordnet und damit die gezielte Informationsrecherche unterstützt;
5. eine Suchfunktion, die „Expertinnen“ das direkte Auffinden von Artikeln ermöglicht.

An insgesamt sieben Seminartagen erstellten 17 Studierende, von denen zuvor nur zwei bereits Erfahrung in der Arbeit mit einem Wiki mitbrachten, rund 120 Artikel sowie die oben beschriebenen Rezeptionspfade. Dabei nutzten sie hauptsächlich existierende Texte aus anderen Einführungen; die meiste Arbeit wurde in Strukturierung, Verlinkung und redaktionelle Überarbeitung investiert. Das Wiki wurde am letzten Seminartag veröffentlicht (s. <http://www.medienpielwiese.de>) und wenig später von der Computerzeitschrift *c't* in ihre Linksammlung empfehlenswerter Seiten aufgenommen. Dadurch wurden zwischenzeitlich mehrere tausend Besuche pro Woche erreicht. Doch auch ohne diese außergewöhnliche Rückmeldung von außen kann das Seminar und der Ansatz, soziale Medien als soziale Innovation zu begreifen und zu lehren sowie die Lehre mit der Erstellung, Reflexion und Veröffentlichung eines „Produktes“ zu verbinden, als Erfolg bewertet werden. Dabei sind nach Ansicht des Autors drei Erfolgsfaktoren zu nennen: Zum einen der Ansatz, von den Studierenden selbst ein zu schaffendes Produkt definieren zu lassen und alle Arbeiten auf dieses Ziel einzustellen. Dadurch wurden Diskurse innerhalb des Seminars angeregt, die sich um Fra-

gen der Einbeziehung der potenziellen Nutzerinnen drehen – also auf die Ebene des *user generated content* zielten. Zweitens zwang die Interpretation von *MediaWiki* als Content-Management-System und die damit verbundene Empfehlung, möglich wenig *content* selbst zu erstellen, die Studierenden zu einem Überdenken „klassischer“ journalistischer Tätigkeiten. Auch hier bewegten sich die entfalteten Diskussionen auf die Innovation von *user generated content*. Drittens zwang das Ziel, das erarbeitete Wiki auch wirklich zu veröffentlichen, zu einem besonderen Maß an Qualität. Dazu wurden alle Artikel von den Studierenden namentlich gezeichnet – so wurden sie als Autoren sichtbar und fühlten sich für ihr Produkt verantwortlich.

6 Fazit

Dieser Aufsatz hat zwei Perspektiven auf soziale Medien in Lehr-/Lernkontexten zusammengebracht: Eine – theoretisch eingeführte – reflektierende Sicht auf das Wesen sozialer Medien als Prinzipgattung eines Wikis sowie eine – sehr praktische – Schilderung eines Anwendungsfalls dieses Theoriegerüsts für eine konkrete Seminargestaltung. Der Seminarverlauf und die Seminarergebnisse wurden vom theoretischen Hintergrund nicht nur insofern berührt, als dass der Seminarleiter sie „im Sinne“ hatte, sondern der theoretische Hintergrund wurde ausdrücklich auch in der praktischen Arbeit am beschriebenen Seminarwiki reflektiert.

Generell sollte eine Beschäftigung mit sozialen Medien in der Hochschullehre die folgenden Reflexionsziele erreichen:

1. Soziale Medien sind keine Technologie, sondern eine besondere Nutzungsform von Internet-Angeboten. Die Technologien und Angebote werden sich weiter wandeln und teilweise auch verschwinden, die Nutzungsform stellt bleibende Herausforderungen an die Kommunikation in der Wissensgesellschaft – ein neues Kommunikationsparadigma entsteht.
2. Die Innovation sozialer Medien ist die Erstellung und Veröffentlichung von *user generated content*. Dies ist eine soziale Innovation.
3. Diese neue Nutzungsform hat das Potenzial, die Kommunikation in der Wissensgesellschaft grundlegend zu verändern:

- a. Statt „fertiger Produkte“ ist *content* durch die Veränderung von *users* stets im Wandel. Dies hat Auswirkungen auf das Verständnis von „Qualität“ und beruflicher Rollen.
 - b. Die Erstellung von Content wird statt der Bündelung bei wenigen „Gatekeepern“ auf viele „User“ verteilt. Dies stellt professionelle Kommunikatorinnen und Gatekeeper vor die Aufgabe, ihre berufliche Rolle zu überdenken.
 - c. Die Rolle des Erstellens von „eigenem“ Content wird schwächer. Neue Aufgaben sind in der Moderation des Prozesses der Content-Erstellung durch die User zu sehen. Hier können professionelle Kommunikatoren ihre Kompetenzen einbringen. Es werden verstärkt Anforderungen an Motivation, Moderation, Beachtung von Urheberrecht, Schutz von Persönlichkeitsrechten und Qualitätssicherung gestellt.
4. Soziale Medien werden sukzessive alle Arbeits- und Lebensbereiche der digitalen Gesellschaft erreichen. Große Teilgruppen unserer Gesellschaft sind jedoch von der digitalen Gesellschaft ausgeschlossen, weil ihnen Kompetenzen oder technische Zugänge fehlen. Diese „digital gap“ sollte stets mitedacht werden, wenn mit sozialen Medien gearbeitet wird: Die User stellen nur einen Ausschnitt der Bevölkerung dar.
 5. Im Sinne einer „E-Inclusion“ muss der Einbezug benachteiligter Bevölkerungsgruppen in die digitale Gesellschaft gezielt gefördert werden. Dazu stellen soziale Medien ein gutes Instrument dar, da sie zumindest die Hürden an den Umgang mit Software sehr niedrig hängen. Diese Reflexionen erfolgten im hier beschriebenen Seminar teilweise im Sinne von *user generated content*: So verfassten die Studierenden gemeinsam einen „Erfahrungsbericht zur Kooperation“, der online unter http://www.medienpielwiese.de/wiki/index.php/5.4_Erfahrungsbericht_zur_Kooperation eingesehen werden kann. Darin wurde vor allem selbstkritisch berichtet, dass die Studierenden nicht alle Funktionen des Wiki genutzt haben – so griffen sie zur Abstimmung beim Schreiben an einem Artikel lieber auf eine E-Mail zurück, anstatt im Artikel-Forum darüber zu diskutieren. Sie nutzten also – um an den theoretischen Seminarhintergrund anzuschließen – nicht den vollen Umfang an „sozialer Innovation“ die das Kommunikationsparadigma *user generated content* bietet. Die Tatsache, dass die Studierenden dies selbst erkannten und thematisierten, kann jedoch als Erfolg des Seminar-konzepts gewertet werden.

Das im Seminar erarbeitete Wiki ist unter <http://www.medienpielwiese.de> verfügbar.

Literatur

- Beerheide, Emanuel, Jürgen Howaldt & Ralf Kopp (2009): Innovationsmanagement in der High-Tech-Branche. Auf dem Weg zu einem neuen Innovationsparadigma? In: Journal Arbeit 1/2009, 4–5.
- Bühl, Achim (1997): Die virtuelle Gesellschaft. Ökonomie, Politik und Kultur im Zeichen des Cyberspace. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- European Commission (2010): A Digital Agenda for Europe. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/documents/digital-agenda-communication-en.pdf (9.6.2011).
- Howaldt, Jürgen & Michael Schwarz (2010a): Soziale Innovation – Konzepte, Forschungsfelder und -perspektiven. In: Jürgen Howaldt & Heike Jacobsen (Hrsg.): Soziale Innovation – Auf dem Weg zu einem postindustriellen Innovationsparadigma. Wiesbaden: VS Verlag, 87–108.
- Howaldt, Jürgen & Michael Schwarz (2010b): Social Innovation: Concepts, Research Fields and International Trends Aachen: Eigenverlag (Studies for Innovation in a Modern Working Environment – International Monitoring, Volume 5). http://www.sfs-dortmund.de/odb/Repository/Publication/Doc%5C1289%5CIMO_Trendstudie_Howaldt_Schwarz_englische_Version.pdf (9.6.2011).
- Howaldt, Jürgen, Ralf Kopp & Michael Schwarz (2009): Shaping Innovation by Social Research – the New Role of the Social Sciences. In: Denis Harrison, György Szell & Reynald Bourque (Hrsg.): Social Innovation, the Social Economy and World Economic Development. Frankfurt a.M.: Peter Lang, 245–260.
- Howaldt, Jürgen, Ralf Kopp & Michael Schwarz (2008): Innovationen (forschend) gestalten. Zur neuen Rolle der Sozialwissenschaften. WSI-Mitteilungen 2/2008, 63–69.
- Kluzer, Stefano & Gabriel Rissola (2009): E-Inclusion. Policies and Initiatives in Support of Employability of Migrants and Ethnic Minorities in Europe. Information technologies & International Development 5 (2), 67–76.
- Kopp, Ralf (2011): Enterprise 2.0 als soziodigitales Innovationssystem. In: Jürgen Howaldt, Ralf Kopp & Emanuel Beerheide (Hrsg.): Innovationsmanagement 2.0

- Eine handlungsorientierte Einführung und praxisbasierte Impulse. Wiesbaden: Gabler Verlag, 37–65.
- Maaß, Christian & Gotthard Pietsch (2007): Web 2.0 als Mythos, Symbol und Erwartung. Diskussionsbeitrag der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Fernuniversität in Hagen.
- Michel, Lutz & Goertz Lutz (1999): Arbeitsmarkt Multimedia: Trends und Chancen. Berlin: Vistas.
- Münchener Kreis e. V., Deutsche Telekom AG, TNS Infratest GmbH & European Center for Information and Communication Technologies (EICT) GmbH (Hrsg., 2008): Zukunft & Zukunftsfähigkeit der deutschen Informations- und Kommunikationstechnologie. Abschlussbericht der ersten Projektphase. <http://www.telekom.com/static/-/10078/1/abschlussbericht-si> (8.04.2012).
- Neuberger, Christoph, Hanna Jo vom Hofe & Christian Nuernbergk (2010): Twitter und Journalismus. Der Einfluss des „Social Web“ auf die Nachrichten. Herausgegeben von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). (http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Publicationen/Download/LfM_Doku38_Twitter_Online.pdf) (19.06.2011).
- Pelka, Bastian (2010): Die Potenziale des Web 2.0 bei der Unterstützung von Lernprozessen. In: Medien und Erziehung, Zeitschrift für Medienpädagogik 54. Jahrgang 4/2010, 58–62.
- Pelka, Bastian & Christoph Kaletka (2010): Web 2.0 zwischen technischer und sozialer Innovation: Anschluss an die medientheoretische Debatte. In: Jürgen Hwaldt & Heike Jacobsen (Hrsg.): Soziale Innovation. Auf dem Weg zu einem postindustriellen Innovationsparadigma. Wiesbaden: VS Verlag, 143–161.
- Pelka, Bastian, Leonie Görting & Julia Schmitt (2008): Potenziale von Wikis in der Hochschullehre. Eine Theorie geleitete explorative Erprobung von Konzeptionsprinzipien für die Nutzung von Wikis in der Web 2.0-gestützten Lehre. (<http://www.e-teaching.org/materialien/praxisberichte/Pelka-Wiki>) (20.06.2011).
- Reißmann, Ole (2005): Was Weblogs sein können. In: Netzwerk Recherche (Hrsg.): Online-Journalismus. Chancen, Risiken und Nebenwirkungen der Internet-Kommunikation. Wiesbaden: Verlag Netzwerk Recherche, 63–65.
- Rheingold, Howard (1992): Virtuelle Welten. Reisen im Cyberspace. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Wagner, Ulrike, Niels Brügger & Christa Gebel (2010): Persönliche Informationen in aller Öffentlichkeit? Jugendliche und ihre Perspektive auf Datenschutz und Persönlichkeitsrechte in Sozialen Netzwerkdiensten. Teilstudie im Projekt „Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattform“ im Auftrag der Bayerischen

Landeszentrale für neue Medien (BLM). München: JFF. http://www.jff.de/studie_datenschutz (9.6.2011).

Wagner, Ulrike (Hrsg., 2008): Medienhandeln in Hauptschulmilieus. Mediale Interaktion und Produktion als Bildungsressource. München: Kopäd.

Zapf, Wolfgang (1989): Über soziale Innovationen. In: Soziale Welt 40 (1–2), 170 bis 183.