

Entwicklungen der Online-Kommunikation

Konsequenzen für Individuum, Gesellschaft – und die Beratung?

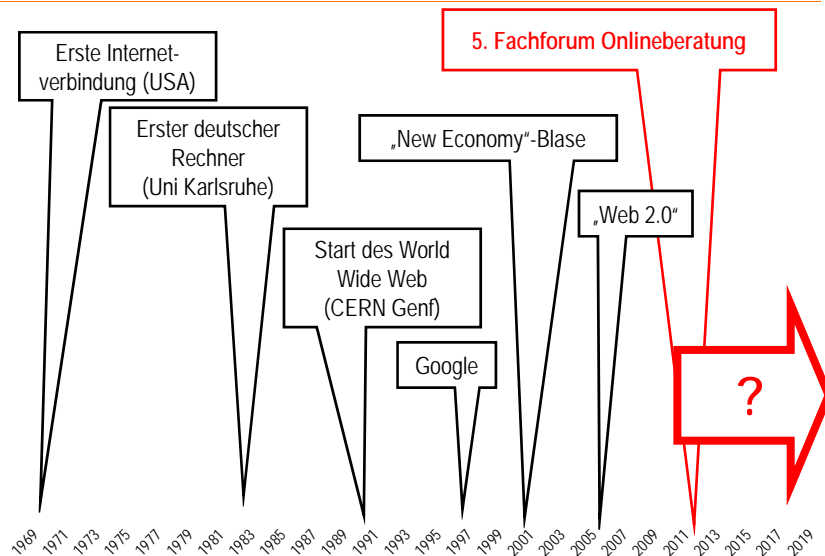
Dr. Jan-Hinrik Schmidt

@janschmidt

Wissenschaftlicher Referent
für digitale interaktive Medien
und politische Kommunikation

Nürnberg ❖ 25.09.2012

Entwicklung des Internets: Meilensteine



Worüber spreche ich heute?

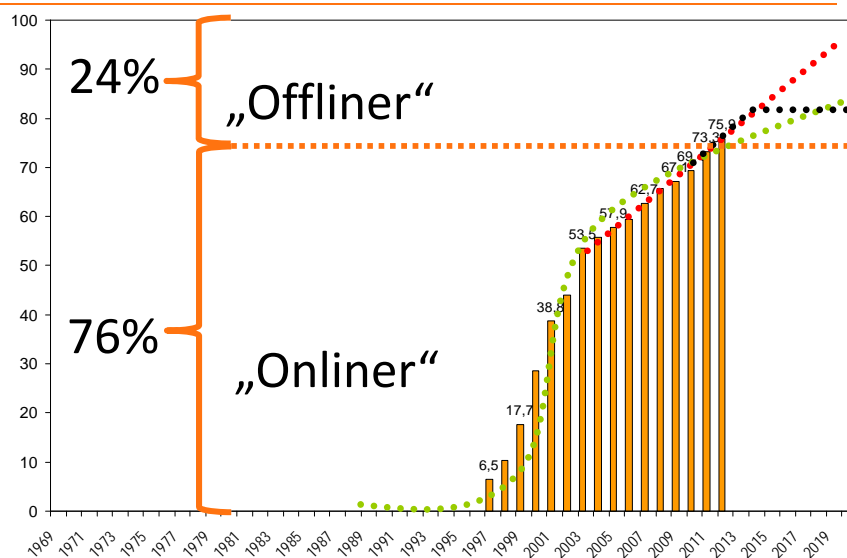


1. Welche Entwicklungen der Onlinekommunikation sind absehbar?
2. Welche gesellschaftlichen Herausforderungen stellen sich?
3. Was heisst das für Online-Beratung?

Nürnberg

3 von 18

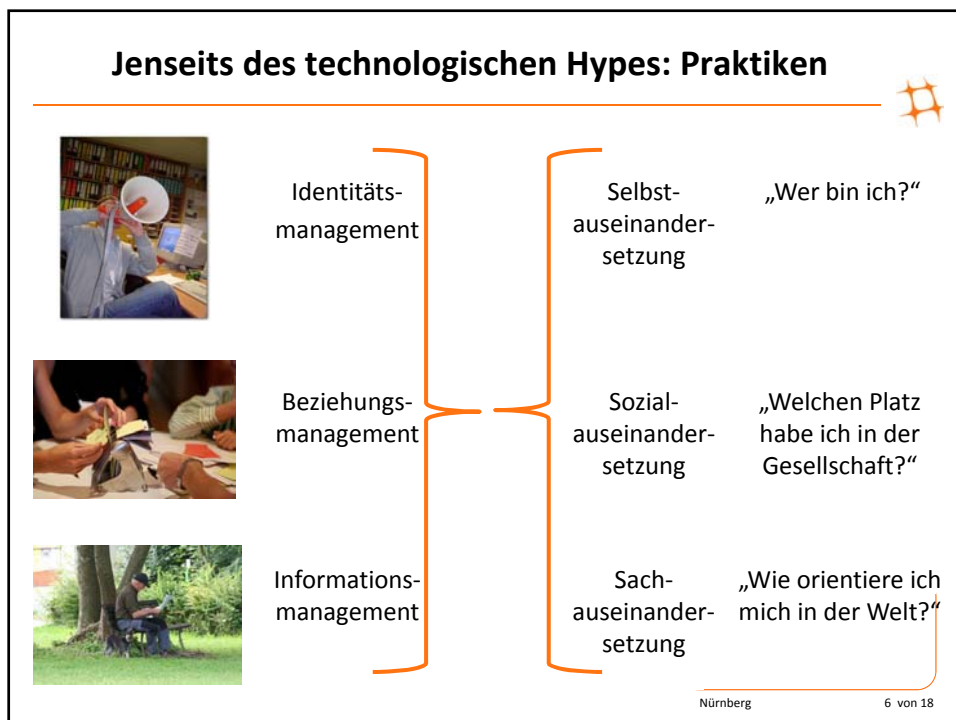
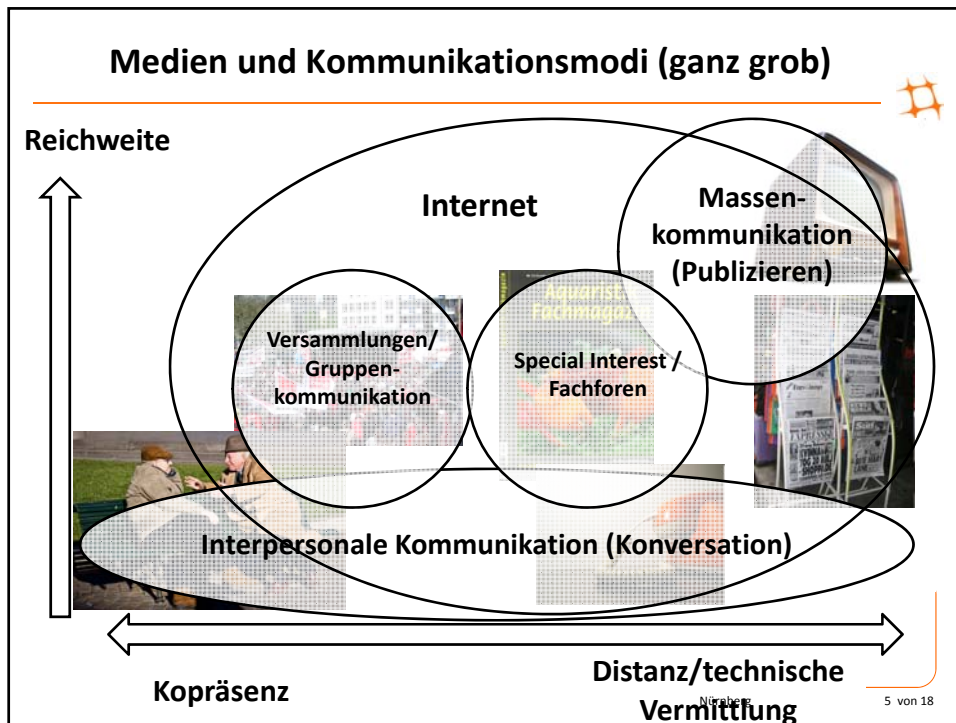
Entwicklung des Internets



Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2012; repräsentativ für deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren; in %

Nürnberg

4 von 18



Persönliche Öffentlichkeiten (1/2)



- Soziale Medien unterstützen **persönliche Öffentlichkeiten**^(*), in denen Nutzer
- (a) *Informationen nach Kriterien der persönlichen Relevanz auswählen*,
[anstatt nach journalistischen Nachrichtenfaktoren]
- (b) *sich an (intendiertes) Publikum richten, das aus sozialen Kontakten besteht*,
[anstatt des verstreuten, unbekanntenen, unverbundenen Publikums der Massenmedien]
- (c) *und sich im Kommunikationsmodus des „Konversation Betreibens“ befinden*.
[anstatt im Modus des „Publizierens“]

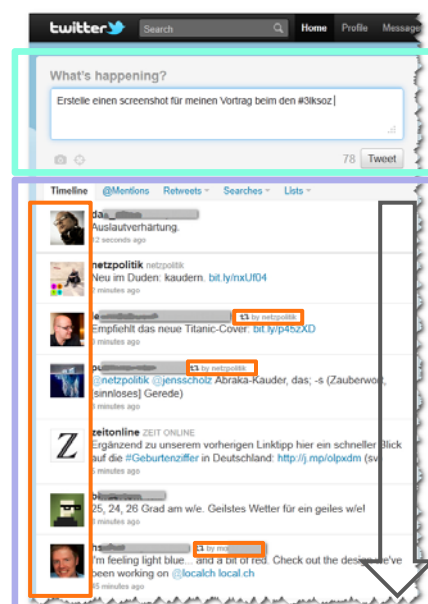


(*) Schmid 2011

Nürnberg

7 von 18

Persönliche Öffentlichkeiten (2/2)



- Trennung zwischen „Sender“- und „Empfänger“-Rollen der Massenkommunikation löst sich weiter auf; in persönlicher Öffentlichkeit ist man beides
- Persönliche Öffentlichkeiten bestehen aus „Microcontent“, der aus anderen Angeboten gelöst („entbündelt“) und durch soziale Beziehungen gefiltert wird
- „Re-Bündelung“ findet nicht in abgeschlossenen / linearen Produkten („Ausgabe“; „Sendung“) statt, sondern im konstanten Informationsfluss der „streams“ bzw. „feeds“
- Professionell-journalistische Inhalte oder kommerzielle Botschaften sind genauso Teil dieser vernetzten Öffentlichkeiten wie das Persönliche und Private

Nürnberg

8 von 18

Konvergenz von Konversation und Publikation

- Persönliche Öffentlichkeiten machen professionell-publizistische Kommunikation nicht überflüssig,...
 - ... lassen aber das Monopol des Journalismus auf Auswählen, Aufbereiten und zur-Verfügung-Stellen von Informationen verschwinden
 - Die Grenzen zwischen journalistischen und „Laien“-Öffentlichkeiten werden fließender,...
- a) ... [nicht so sehr] weil Nutzer als Urheber von Informationen auftreten („user-generated content“) und ...
- b) ... [vor allem] weil Nutzer als Filter bzw. Multiplikatoren innerhalb ihrer sozialen Netzwerke agieren
- ➔ Diese **Konvergenz von Konversation & Publikation** wird zukünftig die Art und Weise prägen, wie wir uns individuell informieren und gesellschaftlich beobachten/verständigen

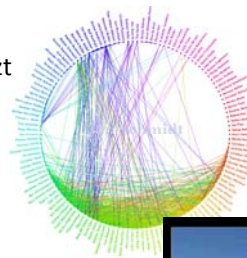


Nürnberg

9 von 18

Weitere Verallgemeinerung des Internets

- Gestalt und Optionen des Internet der kommenden Jahre wird durch bereits jetzt absehbare Entwicklungen geprägt sein:
 - Informationen über die einzelne Person UND ihre Beziehungen zu anderen Personen werden als Filter wichtiger
 - Modelle des „cloud computing“ ermöglichen es, von beliebigen Zugangsgeräten auf Daten und Programme zugreifen zu können
 - Der Zugang zum Internet über mobile Endgeräte wird sich weiter verbreiten, wobei die geographische Position des Nutzers (bewusst oder unbewusst) übertragen wird
 - Hinzu wird eine wachsende Zahl von „intelligenten“ Alltagsgegenständen kommen, die z.B. über RFID-Chips an Datennetze angeschlossen sein werden



Nürnberg

10 von 18

Persönliche Öffentlichkeiten & die Filter Bubble



- Wer welche Informationen wann zu sehen bekommt, wird somit in wachsendem Maße abhängen von
 - (a) der Position im sozialen wie im geographischen Raum sowie
 - (b) softwaretechnischen Parametern (Algorithmen, Voreinstellungen, ...)
- Diese Form von Personalisierung verspricht „bessere“ Informationen, die auf den Kontext einer Situation und Person zugeschnitten sind
- Offen ist, inwieweit dies aber auch zu „filter bubbles“ führt, die geteilte Weltansichten erschweren



Nürnberg

11 von 18

(Heraus-)Forderungen an (Medien-)Bildung



▪ Gesellschaftliche Verantwortung besteht, Jugendliche wie Erwachsene zu einem verantwortungsvollen und reflektierten Umgang mit der „Universaltechnologie“ Internet zu befähigen, z.B. um ...

1. ... grundlegende Kompetenzen für den Umgang in vernetzten Öffentlichkeiten zu lernen;
2. ... informationelle Selbstbestimmung ausüben zu können;
3. ... Werkzeuge des Internet nutzen zu können, um an gesellschaftlichen Debatten teilzuhaben und sich für die eigenen Belange und Rechte im Internet einsetzen zu können

Nürnberg

12 von 18

#1: Notwendige Medienkompetenzen



- Digitale Medien schaffen Kommunikationsräume, die bestehende Grenzen zwischen Angeboten, Gattungen und Modi von (massen-)medialer Kommunikation verschwimmen lassen
- Sie erfordern daher eigene Medienkompetenzen, z.B. ...

... **sich in vernetzten Öffentlichkeiten orientieren**, relevante Informationen filtern und aktiv Informationen und Inhalte bereitstellen sowie bearbeiten können

... **strategische Kommunikation erkennen und einordnen**, z.B. kommerzielle Markenbotschaften oder „Fakes“/Fiktives von Authentischem unterscheiden können

... **situationsgerecht kommunizieren**, d.h. Argumente artikulieren, bewerten und abwägen sowie Reichweite und Folgen abschätzen können



Nürnberg

13 von 18

#2: Prekäre informationelle Selbstbestimmung (1/2)



Merkmale der Kommunikationsarchitektur^(*) erschweren inf. Selbstbestimmung

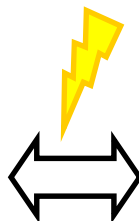


a) *Intendiertes Publikum*: Welches Publikum habe ich ganz allgemein im Sinn, wenn ich einen bestimmten Internetdienst nutze?

b) *Adressiertes Publikum*: Welchem Publikum mache ich in einer spezifischen Situation bestimmte Äußerungen/Informationen tatsächlich zugänglich?

c) *Empirisches Publikum*: Welches Publikum nimmt tatsächlich Kenntnis von einer Äußerung bzw. Information?

d) *Potentielltes Publikum*: Wie ist die „technische Erreichbarkeit“ – welches Publikum hat technisch die Möglichkeit, irgendwann irgendwie Zugang zu haben?



(*) boyd 2008, Schmidt 2012c

Nürnberg

14 von 18

#2: Prekäre informationelle Selbstbestimmung (2/2)



- Unter diesen Bedingungen wird informationelle Selbstbestimmung wichtig als...

Sollen

Tun

Können

1. ... *normatives Konzept*: Bestandteil der verfassungsmäßigen Ordnung (und in Datenschutzregelungen etc. näher spezifiziert); liegt zudem als zumindest diffuse Erwartung bei vielen Nutzern vor;
2. ... *ausgeübte Praxis*: Nutzer üben sie (mehr oder weniger kompetent, reflektiert, evtl. auch scheiternd) aus, wenn sie sich in den vernetzten persönlichen Öffentlichkeiten des Social Web bewegen;
3. ... *notwendige Kompetenz*: das eigenständige Wahrnehmen des „Rechts auf Privatheit“, die informierte Einwilligung in Datenverarbeitung oder auch die informationelle Autonomie setzt Wissensformen und Fertigkeiten voraus.

Nürnberg

15 von 18

#3: Partizipation und Kontrolle(*)



- Mitwirkung an Konversationen, dem Bereitstellen und Teilen von Inhalten, etc.



- Mitbestimmung über Ausrichtung, Gestaltung oder Moderation der Angebote



- Selbstbestimmung in eigenen, nicht bzw. kaum vorstrukturierten Kommunikationsräumen



- **Abernten** nutzergenerierter Inhalte und Verwertung verknüpfter Daten

- **Ausbeuten** unentgeltlich erbrachter kreativer Arbeit und Pflege der Community

- **Einhegen** der Nutzer in kommerzialisierten und nicht demokratisch gestalteten Strukturen.

(*) Wagner/Gerlicher/Brüggen 2011; Schmidt 2012a, 2012b

Nürnberg

16 von 18

Fazit und Ausblick



- In den kommenden Jahren wird das Internet noch alltäglicher werden und dabei professionelle, partizipative und technisierte Vermittlung verbinden
- Aus Sicht des Einzelnen verändert sich das Umfeld für Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement, aus Sicht der Gesellschaft die Art und Weise, wie sozialer Zusammenhalt und Öffentlichkeit hergestellt wird
- Digitale vernetzte Medien sind daher so zentral für die alltägliche Lebensführung und soziale Teilhabe, dass ihre Gestaltung eine wesentliche gesellschaftliche Herausforderung ist
- Online-Beratung muss (und wird ☺) sich darauf einstellen, dass...
 - ... sich ihre (potentiellen) Klienten in neuen Kommunikationsräumen aufhalten, die eigene Strukturen, Regeln und Routinen für das soziale Leben besitzen
 - ... sie sich selbst (auch) über die Nutzung und Vertrautheit mit diesen neuen Räumen wird rechtfertigen müssen

Doch was meinen Sie?

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Dr. Jan-Hinrik Schmidt



Hans-Bredow-Institut
Warburgstr. 8-10, 20354 Hamburg
j.schmidt@hans-bredow-institut.de
www.hans-bredow-institut.de
www.schmidtmitdete.de
www.dasneuenetz.de



Abbildungsnachweis



Folie 7

- [Konversation]: CC BY-NC-ND 2.0, stijjn, <http://www.flickr.com/photos/stijnnieuwendijk/3098445189>
- [Demo] CC BY-NC-ND 2.0, Homo Sapiens, http://www.flickr.com/photos/homo_sapiens/2457420324
- [Telefon] CC-BY-NC-ND-2.0, splorp, <http://www.flickr.com/photos/splorp/64027565>
- [Zeitungen] CC-BY-NC-ND-2.0, Erik Hartberg, <http://www.flickr.com/photos/captainsticky/344199724>
- [TV] CC-BY-SA-3.0, Takk, http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Television_Hungarian_ORION_1957.jpg

Folie 8

- © Hapf2, <http://www.flickr.com/photos/44029537@N00/12760664>
- CC BY-NC-SA-2.0, Myles!, <http://flickr.com/photos/mylesdgrant/495698908>
- CC BY-NC-ND-2.0, Axel V, http://www.flickr.com/photos/axels_bilder/126700804

Folie 12

- Aram Bartholl (<http://www.flickr.com/photos/bartholl/343077004>)
- Gary Hayes (<http://www.flickr.com/photos/garyhayes/4502026170>)
- Jared Earle (<http://www.flickr.com/photos/jaredearle/4675262184>)

Folie 15

- CC-BY-SA-2.0 Jan Schmidt

Folie 19

- CC BY-NC-ND 2.0, Stephen Desroches, <http://www.flickr.com/photos/focusedonlight/2795746704>
- CC BY-NC-ND 2.0, Dom Dada, <http://www.flickr.com/photos/ogil/1842123447>
- CC BY-NC-ND 2.0, Nathanael Boehm, <http://www.flickr.com/photos/purecaffeine/1226101959>

Verwendete und weiterführende Literatur



- boyd, d. (2008): Taken out of context. American teen sociality in networked publics. Ph.D. Dissertation an der University of California, Berkeley. Online verfügbar: <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>.
- Bieber, C. (2010): Politik Digital. Online zum Wähler. Salzhemmendorf.
- Münker, S. (2009): Emergenz digitaler Öffentlichkeiten – Die Sozialen Medien im Web 2.0. Frankfurt a.M.
- Neuberger, C. / C. Nuernbergk / M. Rischke (Hg.) (2009): Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung. Wiesbaden.
- Paus-Hasebrink, I. / J. Schmidt/U. Hasebrink (2009): Zur Erforschung der Rolle des Social Web im Alltag von Heranwachsenden. In: J. Schmidt/I. Paus-Hasebrink/U. Hasebrink (Hrsg.): Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Berlin. S. 13-40.
- Schmidt, J. (2011): Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Konsequenzen des Web 2.0. Konstanz.
- Schmidt, J. (2012a): Das demokratische Netz? In: Aus Politik und Zeitgeschichte, Jg. 62, Nr. 7, 2012, S. 3-8.
- Schmidt, J. (2012b): Das Partizipationsparadox der sozialen Medien. In: Bettermann, Erik/Grätz, Roland (Hrsg.): Digitale Herausforderung. Internationale Beziehungen im Zeitalter von Web 2.0. Göttingen. In Vorbereitung.
- Schmidt, J. (2012c): Persönliche Öffentlichkeiten und informationelle Selbstbestimmung im Social Web. In: Schmidt, J. / Weichert, T. (Hrsg.): Datenschutz. Grundlagen, aktuelle Entwicklungen und Kontroversen. Schriftenreihe der Bundeszentrale für Politische Bildung. Bonn: BPB. Im Druck
- Van Eimeren, B. / B. Frees (2012): 76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte. In: Media-Perspektiven, Nr. 7-8/2012, S. 362-379.
- Wagner, U. / Gerlicher, P. / Brüggem, N. (2011): Partizipation in und mit dem Social Web – Herausforderungen für die politische Bildung. München.