





Forschungsstelle "Neue Kommunikationsmedien"

Dr. Jan Schmidt  
(Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien, Bamberg)

# **Potenziale von Social Software für Bildungsportale**

Einige kommunikationssoziologische Anmerkungen

Workshop „Bildungsportale: Potenziale und Perspektiven“  
7./8.12.2006, Tübingen

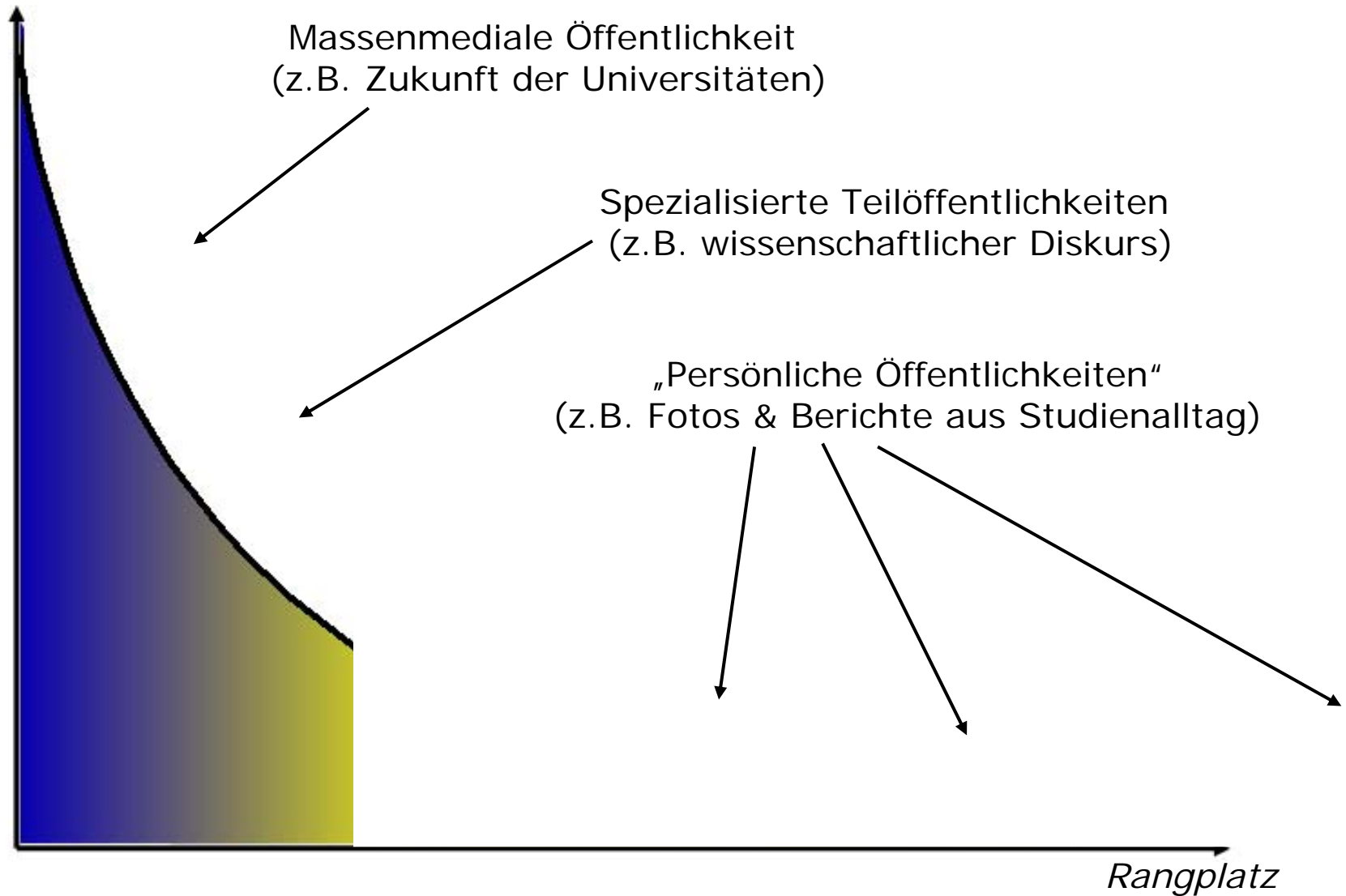
- Unter dem Label „Social Software“ werden eine Reihe von innovativen Internet-Anwendungen zusammengefasst, die Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement in sozialen und hypertextuellen Netzwerken unterschiedlicher Größe unterstützen.
- Die entstehenden Netzwerke können Quelle für Sozialkapital sein und Öffentlichkeiten für bestimmte Themen herstellen; diese Öffentlichkeiten weisen eigene Strukturprinzipien und Hierarchien auf, die sich insbesondere auf die Kanalisierung von Aufmerksamkeit auswirken.
- Social-Software-Anwendungen haben großes Potenzial für Bildungsportale, weil sie das Entstehen von „Lerngemeinschaften“ und den Zugang zu Informationen erleichtern können.

<b>Funktion</b>	<b>Leistung</b>	<b>Prototypische Anwendung</b>
Identitätsmanagement	(selektives) Präsentieren von Aspekten der eigenen Person (Interessen, Meinungen, Wissen, Kontaktdaten,...)	Persönliches Weblog
Beziehungsmanagement	Pflege von bestehenden und Knüpfen von neuen Kontakten	Kontaktplattformen (openBC/Xing, studiVZ)
Informationsmanagement	Auffinden, Rezipieren und Verwalten von relevanten Informationen	Blogosphäre, Wikipedia, kollaborative Verschlagwortungssysteme (Tagging)



# Kontinuum von Öffentlichkeiten

*Aufmerksamkeit/Größe des Publikums*



- Web 2.0 senkt Zutrittsschwellen zur Öffentlichkeit und fördert Dezentralität, doch nicht jedes Angebot erhält die gleiche Aufmerksamkeit
- Hierarchie existiert, in der einige wenige Angebote vergleichsweise große Publika erreichen, während die Mehrzahl der Angebote nur von wenigen Menschen bemerkt wird
- Zentrale Netzwerkknoten (bspw. häufig gelesene Weblogs) haben größere Chancen, (a) weitere Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen und (b) die Verbreitung von Informationen zu beschleunigen

- Grundproblem des Informationsmanagements: Wie kann in der Masse der vorhandenen Informationen das jeweils Relevante erkannt/gefunden werden?
- Strategie der massenmedial hergestellten Öffentlichkeiten: Journalist/Redaktion als Gatekeeper
- Strategie im Web 2.0: (zusätzlich) Kanalisierung von Aufmerksamkeit durch andere Nutzer
  1. *Weisheit der Masse*: Bewertung von Informationen durch Vielzahl von Nutzern führt zu kollaborativ erstellten Ranglisten populärer Themen
  2. *Weisheit des eigenen Netzwerks*: Zusammenstellen eines individuellen Repertoires relevanter Quellen (unterstützt z.B. durch RSS-Technologie)

- Leistungen und Mechanismen von Social Software können auch für Bildungsportale nutzbar gemacht werden
  - *Identitätsmanagement*: individuelle Darstellung der Interessen, Kompetenzen und Expertisen von Teilnehmern (z.B. durch Profildaten)
    - ➔ erzeugt Sichtbarkeit, kann Vertrauen und Kooperation fördern
  - *Beziehungsmanagement*: Vernetzung und Zusammenarbeit von Personen mit ähnlichen und/oder komplementären Interessen (z.B. durch Sichtbar-Machen von Ähnlichkeiten)
    - ➔ fördert Aufbau von Sozialkapital, das für Lernprozesse mobilisiert werden kann
  - *Informationsmanagement*: Nutzbarmachen der „Weisheit der Masse“ wie auch der „Weisheit des Netzwerks“, um Selektion von jeweils individuell relevanten Informationen zu fördern (z.B. durch freie Verschlagwortungsmöglichkeiten)
    - ➔ unterstützt Recherchen und Wissensaustausch

Herzlichen Dank für die  
Aufmerksamkeit!



...FoNK

*Forschungsstelle „Neue  
Kommunikationsmedien“*

Dr. Jan Schmidt

An der Universität 9/501

D – 96045 Bamberg

[fonk@split.uni-bamberg.de](mailto:fonk@split.uni-bamberg.de)

[www.fonk-bamberg.de](http://www.fonk-bamberg.de)

[www.bamberg-gewinnt.de](http://www.bamberg-gewinnt.de)