

Christopher Friedburg: Was heißt hier „Web 2.0“? Überlegungen zu einem Grundbegriff in der geschichtsdidaktischen Diskussion um den „digitalen Wandel“. In: Christoph Pallaske (Hrsg): Medien machen Geschichte. Neue Anforderungen an den geschichtsdidaktischen Medienbegriff im digitalen Wandel. Berlin 2015, S. 85-97.

Band 2 der Reihe „Geschichtsdidaktische Studien“, herausgegeben von Bettina Alavi, Markus Bernhardt, Charlotte Bühl-Gramer, Marko Demantowsky und Thomas Hellmuth.

Erschienen im Logos-Verlag Berlin

ISBN 978-3-8325-3956-6

ISSN 2362-670X

[Link zur Verlagsseite](#)

Was heißt hier „Web 2.0“?

Überlegungen zu einem Grundbegriff in der geschichtsdidaktischen Diskussion um den „digitalen Wandel“

War der Eintritt Großbritanniens in den Ersten Weltkrieg eine Notwendigkeit oder ein Fehler? Diese Frage rückte der britische Sender BBC Two im Februar 2014 mit zwei Dokumentationen in den Mittelpunkt des öffentlichen Interesses: Niall Ferguson erklärte in „The Pity of War“, dass erst Großbritanniens Eingreifen einen regionalen Konflikt zu einem Weltkrieg gemacht habe, während Sir Max Hastings in „The Necessary War“ betonte, dass dieses Eingreifen nötig war, um Europa vor der Übermacht eines militarisierten und diktatorisch regierten Wilhelminischen Reiches zu schützen.

Die Kontroverse der beiden Historiker wurde von den traditionellen Medien breit rezipiert und verlagerte sich auch in die Social Media: Mehrere User – aber nicht die BBC selbst – luden Hastings Dokumentation auf der Online-Videoplattform *YouTube* hoch, wo die Beiträge seitdem insgesamt über 250.000 Views und mehr als 1500 Kommentare auf sich vereinigen konnten.¹ Im Kommentarbereich diskutieren noch immer Nutzer aus der ganzen Welt auf Englisch über das zu Sehende. Dabei erntet die Dokumentation viel Zustimmung, aber auch harsche Kritik: Sie sei einseitige Sieger-Propaganda und gäbe dem Deutschen Reich die Alleinschuld, um die Verantwortung der anderen Kriegs-Parteien reinzuwaschen. Vor allem Briten, Deutsche und Amerikaner tauschen Gründe für oder gegen Hastings Thesen aus, wobei sie mitunter geschichtswissenschaftliche Publikationen, Schulbücher und Quellenediti-

¹ Vgl. z.B. BBC Two: The Necessary War (WWI Documentary) (BBC). Hochgeladen von *The Fog of War*. War online abrufbar seit dem 7. Mai 2014 unter: <https://www.youtube.com/watch?v=Pg5LWHQYIrY> [Stand: 25.3.2015]. Das Video ist nicht mehr abrufbar, weil das Konto des Users *The Fog of War* aufgrund von Urheberrechtsverletzungen gesperrt wurde. Stand 31. Juli 2014 zählte der Beitrag 224.705 Zuschauer, 841 Likes und 229 Dislikes sowie 1.424 Kommentare. Vgl. auch BBC Two: World War One Documentary – The Necessary War (HD). Hochgeladen von *T. de Haan*. Online abrufbar seit dem 2. März 2014 unter: <https://www.youtube.com/watch?v=jzTf87yaYMY> [Stand: 25.3.2015].

onen als Argumentationshilfen nutzen. Nicht nur die britische Debatte selbst, sondern auch die unterschiedlichen Perspektiven, Standpunkte und variierenden Narrationen zum Ausbruch des Ersten Weltkriegs werden hier greifbar, verdichten sich auf engstem Raum und machen sehr plastisch sichtbar, dass Geschichte immer auch ein Aushandlungsprozess ist – und es viel mehr als nur die „eine Geschichte“ zu diesem Schlüsselereignis des 20. Jahrhunderts gibt.

Beispiele wie dieses finden sich bei *YouTube* genauso wie auf anderen Plattformen der Social Media. Sie sind ein Hinweis darauf, wie sich die Informationsstrukturen fortschreitend transformieren – weg von analogen Datenspeichern, hin zur digitalen Medientechnik in Verbindung mit dem omnipräsenten Internet. Immer mehr Historiker² und Vertreter der Geschichtsdidaktik³ versuchen dabei zu erfassen, wie sehr sich der „digitale Wandel“ auf die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit Geschichte auswirkt und ob die Vermittlung historischer Inhalte entsprechend diesem Wandel angepasst werden muss. Obwohl die gegenwärtige Fülle der durch die Digitalisierung beeinflussten medialen Veränderungen geradezu überwältigend wirkt, kann doch festgestellt werden, dass sich diese Entwicklungen bereits seit längerer

² Vgl. z.B. Peter Haber: *Digital Past. Geschichtswissenschaft im digitalen Zeitalter*. München 2011; Wolfgang Schmale: *Digitale Geschichtswissenschaft*. Wien u.a. 2010; Steffen Bender: *Virtuelles Erinnern. Kriege des 20. Jahrhunderts in Computerspielen*. Bielefeld 2012; vgl. auch der im April 2014 gestartete DFG-geförderte, interdisziplinäre und internationale Forschungsverbund „GAME. Geschichtsaneignungen in der Mediengesellschaft“. Online unter: <http://www.geschichtsaneignung.ovgu.de/Geschichtsaneignungen.html> [Stand: 25.3.2015].

³ Vgl. z.B. Uwe Danker/Astrid Schwabe (Hrsg.): *Historisches Lernen im Internet. Geschichtsdidaktik und neue Medien*. Schwalbach/Ts. 2008; Bettina Alavi (Hrsg.): *Historisches Lernen im virtuellen Medium*. Heidelberg 2010; Daniel Bernsen/Alexander König/Thomas Spahn: *Medien und historisches Lernen: Eine Verhältnisbestimmung und ein Plädoyer für eine digitale Geschichtsdidaktik*. In: *Zeitschrift für digitale Geschichtswissenschaften* 1 (2012). Online abrufbar seit dem 3. September 2012 unter: <http://universaar.uni-saarland.de/journals/index.php/zdg/article/view/294/358> [Stand: 25.3.2015]; Waldemar Grosch: *Der Einsatz digitaler Medien in historischen Lernprozessen*. In: Michele Barricelli/Martin Lücke (Hrsg.): *Handbuch Praxis des Geschichtsunterrichts*. Bd. 2. Schwalbach/Ts. 2012, S. 125-145; Jan Hodel: *Verkürzen und Verknüpfen. Geschichte als Netz narrativer Fragmente. Wie Jugendliche digitale Netzmedien für die Erstellung von Referaten im Geschichtsunterricht verwenden*. Bern 2013; Christoph Kühberger (Hrsg.): *Nutzung digitaler Medien im Geschichtsunterricht*. Wien/Innsbruck 2014; Marko Demantowsky/Christoph Pallaske (Hrsg.): *Geschichte lernen im digitalen Wandel*. Berlin u.a. 2015.

Zeit kontinuierlich herausgebildet haben.⁴ So können auch in Bezug auf den geschichtsdidaktischen Diskurs Begriffe aus der digitalen Medienwelt dekonstruiert werden, indem durch einen Rückgriff auf ihre Entstehungs- und Rezeptionsgeschichte die dahinter stehenden Konzepte deutlicher gemacht werden. Eine solche Dekonstruktion will der Beitrag anhand einer kurzen Begriffsgeschichte des populären Schlagwortes „Web 2.0“ skizzieren – zum einen, da *YouTube* und die Social Media zu den populärsten Vertretern des Web 2.0 gezählt werden, und zum anderen, da dieser Begriff in Überlegungen zum Einsatz digitaler Medien in Geschichtsdidaktik und -unterricht vermehrt angeführt wird.⁵ Mit einem Rückgriff auf Medien-, Wirtschafts- sowie Informationswissenschaften soll daher die Frage beantwortet werden, was „Web 2.0“ eigentlich genau heißt, um schließlich aufgrund der angestellten Überlegungen ein kurzes Fazit mit Blick auf Vor- und Nachteile des Begriffs für den geschichtsdidaktischen Diskurs zu ziehen.

Web 2.0 – der Versuch einer Definition

„Das Schlagwort Web 2.0 gehört zu den am meisten verwendeten Begriffen in Bezug auf das Internet in den vergangenen eineinhalb Jahren“, schrieb die Online-Journalistin Melanie Huber bereits im Jahr 2007 über die Etablierung eines Phänomens, das nicht wenige Medien-Profis zu Beginn als „Hype“ abtaten. Auch erste Vermutungen, dass es sich beim Web 2.0 aufgrund der angehängten Zahlenkombination um eine neue Form der Software handeln müsse, erwiesen sich als falsch.⁶ „Anders als es die Versionsnummer vermuten lässt, ist das Web 2.0 keine neue technische Ausführung des WWW, die man sich von irgendeiner Webseite herunterladen und installieren kann“, erklären

⁴ Vgl. Jürgen Danyel: Zeitgeschichte der Informationsgesellschaft. In: Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History 9 (2012), H. 2, S. 186-211, hier S. 186. Online unter: <http://www.zeithistorische-forschungen.de/2-2012/id=4441> [Stand: 25.3.2015]. Danyel schreibt: „Der Prozess der Computerisierung und der Siegeszug des weltweiten Webs vollziehen sich bereits über einen Zeitraum von mehreren Jahrzehnten. Kurz gesprochen: Sie haben inzwischen eine eigene Geschichte.“

⁵ Vgl. z.B. Bernsen/König/Spahn: Medien (Anm. 3), S. 4; vgl. Ulf Kerber: Web 2.0. In: Geschichte lernen 27 (2014), H. 159/160, S. 8-13.

⁶ Melanie Huber: Kommunikation im Web 2.0. Konstanz 2008, S. 10.

die Informationswissenschaftler Anja Ebersbach, Markus Glaser und Richard Heigl und ergänzen: „Vielmehr spielt der Begriff auf eine gefühlte Veränderung des WWW während der letzten Jahre an.“⁷

Dieses „neue Internet“, das sich seit dem Platzen der „Dotcom“-Blase im Jahr 2000 entwickelt hat, belegten findige Geschäftsleute – der auf die IT-Branche spezialisierte Fachverlag O’Reilly und das auf Business-Events spezialisierte Kommunikations-Unternehmen MediaLive International – Mitte des vergangenen Jahrzehnts mit der Wortneuschöpfung „Web 2.0“.⁸ Unter diesem Schlagwort wurde eine internationale Konferenzreihe geboren, deren großer Erfolg eine bereits bestehende Aufbruchsstimmung des IT-Sektors katalysierte: Wie ein Lauffeuer verbreitete sich der Begriff innerhalb des aufstrebenden Wirtschaftszweigs und wanderte durch das WWW, wo er sich ebenfalls etablierte.⁹

Seitdem ist das Web 2.0 in aller Munde, aber es existiert keine klare Definition des Begriffs – vielmehr vereint er verschiedenste Vorstellungen.¹⁰ Ebersbach, Glaser und Heigl stellen fest: „Die Unschärfe des Ausdrucks ‚Web 2.0‘ wird dadurch verstärkt, dass viele Firmen ihre Produkte und Dienstleistungen sehr willkürlich mit dem Label ‚Web 2.0‘ versehen, nur um das Interesse der Öffentlichkeit zu gewinnen.“¹¹

Dabei bemühte sich Tim O’Reilly, Eigentümer und Begründer des gleichnamigen Medien-Verlages, ein Jahr nach der von ihm initiierten Konferenz, den dort geborenen Begriff inhaltlich zu präzisieren. Sein online abrufbarer Artikel „What is the Web 2.0?“¹² benennt sieben Aspekte, die seiner Meinung nach die Evolution des Internets bis dato hervorgebracht habe. Ebersbach, Glaser und Heigl ergänzen diese Liste um drei zusätzliche Aspekte, die an dieser Stelle ebenfalls Erwähnung finden sollen.¹³

⁷ Anja Ebersbach/Markus Glaser/Richard Heigl: Social Web, Konstanz ²2011, S. 27.

⁸ Zumindest wird diese Legende von den Beteiligten erfolgreich gepflegt und verbreitet. Vgl. Tim O’Reilly: What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Online abrufbar seit dem 30. September 2005 unter: <http://www.oreilly.de/artikel/web20.html> [Stand: 25.3.2015].

⁹ Vgl. Ebersbach/Glaser/Heigl: Social Web (Anm. 7), S. 28.

¹⁰ Vgl. Paul Alpar/Steffen Blaschke: Einleitung. In: Paul Alpar/Steffen Blaschke (Hrsg.): Web 2.0 – Eine empirische Bestandsaufnahme. Wiesbaden 2008, S. 1-14, hier S. 4.

¹¹ Ebersbach/Glaser/Heigl: Social Web (Anm. 7), S. 28.

¹² O’Reilly: Web 2.0? (Anm. 8).

¹³ Vgl. Ebersbach/Glaser/Heigl: Social Web (Anm. 7), S. 31.

Punkt eins betrifft das *Web als Service-Plattform*. O'Reilly identifiziert die massenhafte Einbindung der User als ein Kern-Prinzip des Web 2.0, denn „the service automatically gets better the more people use it“.¹⁴ Punkt zwei betont die *Einbeziehung der kollektiven Intelligenz der Nutzer*. Wo früher Inhalte vom Betreiber einer Internetseite präsentiert wurden, nehmen die Nutzer die Gestaltung nun selbst in die Hand und füllen „die jeweiligen Plattformen mit Bildern, Videos, Informationen und [...] Meinungen“¹⁵. Sie profitieren dabei von bewusst benutzerfreundlich programmierten Software- und Plattformoberflächen, die für geringe Einstiegshürden sorgen und so den Partizipationscharakter stärken. Dies führt zu Punkt drei, denn *Daten stehen im Mittelpunkt der Anwendungen*. Der Erfolg einer Plattform bemisst sich anhand des Materials, das von den Usern bestenfalls permanent generiert wird. „Die Qualität und Quantität der Datenbestände spiegeln das Kapital der Webanwendungen wieder“, erklären Ebersbach, Glaser und Heigl. „Die Inhalte sind damit wesentlich wichtiger als ihre Darstellung.“¹⁶ Punkt vier beschreibt *neue Formen der Softwareentwicklung*. Software wird im Web 2.0 nicht mehr als statisches Produkt verstanden, sondern als Service, der stetig aktualisiert werden kann. Anpassungen und Verbesserungen können nahtlos vorgenommen werden, daher werden neue Versionen möglichst früh und noch im Betastadium veröffentlicht. Davon profitieren die Entwickler, da sie schnell ein aussagekräftiges Feedback erhalten, den Geschmack der Kunden kennenlernen und neue Ideen prompt umsetzen können.

Punkt fünf kann etwas holprig mit „*leichtgewichtige*“ *Programmiermodelle* übersetzt werden. Dieser Aspekt betrifft vor allem die technische Seite des Web 2.0: HTTP- oder Web-Service-Schnittstellen ermöglichen nicht nur die massenhafte Bereitstellung von Daten, sondern auch das Zusammenführen verschiedener Dienste und Angebote – „digitale Daten lassen sich beliebig vermischen und in neue Formen bringen“.¹⁷ Der sechste Punkt thematisiert die *Software, die auf vielen Geräten nutzbar wird*. Der PC ist nicht mehr das einzige online-fähige Endgerät. Dazu zählen nun unter anderem auch Handys,

¹⁴ O'Reilly: Web 2.0? (Anm. 8). Die folgende Ausführung der zehn Punkte bezieht sich auf den Artikel O'Reillys und Ebersbach/Glaser/Heigl: Social Web (Anm. 7), S. 29-32.

¹⁵ Ebersbach/Glaser/Heigl: Social Web (Anm. 7), S. 29.

¹⁶ Ebd., S. 30.

¹⁷ Ebd., S. 31.

Smartphones, Tablets, Fernseher, Konsolen und andere technische Errungenschaften. Als siebten Punkt stellt O'Reilly die *Rich User Experience* heraus. Die fortschreitende Verbesserung der Webapplikationen führt demnach dazu, dass Programme im Netz inzwischen den hohen Qualitätsstandard erreicht haben, den die User zuvor nur von fest installierten PC-Programmen kennen.¹⁸ Der von Ebersbach, Glaser und Heigl ergänzte Punkt acht thematisiert *juristische Herausforderungen*. Sie entstehen vor allem rund um die Fragen nach Datenschutz, Cyber-Kriminalität und Urheberrecht. „Da das Web 2.0 davon lebt, dass Nutzer ihre Vorlieben, Interessen und Meinungen gerne ins Web verlagern und offenlegen, hat jeder Zugriff darauf.“¹⁹ Damit verbunden sind neue rechtliche Probleme, die noch verhandelt werden müssen und auch für Forschungsvorhaben auf Web-2.0-Plattformen von hoher Relevanz sein dürften. Punkt neun bezieht sich auf *neue Geschäftsmodelle*, da unzählige Unternehmer versuchen, vom Boom des Web 2.0 zu profitieren. Punkt zehn definiert schließlich eine *eigene Web-2.0-Ästhetik*. Dies bezieht sich auf die oft aufmerksamkeitsheischenden kreativ-einladenden Designs der Benutzeroberflächen, bis hin zu den zumeist vokalarmlen, lautmalerischen Titeln der Dienste, wie Flickr oder Tumblr.

Die thematische Vielfalt, die sich anhand dieser zehn Aspekte ablesen lässt, offenbart, dass Web 2.0 ein sehr weit gefasster Begriff ist, der nicht ohne weiteres eng umrissen und bestimmt werden kann. Dahinter verbirgt sich ein offen gehaltenes Konzept, das technische, gesellschaftliche, juristische, ökonomische oder ästhetische Phänomene und Interessen umfasst. Für die Einen bedeuten die damit verbundenen, divergierenden Vorstellungen „nicht weniger als eine radikale Neuerfindung des Internets“,²⁰ während die Anderen den Neuerungs-Anspruch bestreiten, der sich schon allein aus der Endung 2.0 ergibt – für sie ist eine solche substantielle Veränderung trotz der skizzierten Entwicklungen noch nicht gegeben. Der wohl profundeste Kritiker ist Tim Berners-Lee, einflussreicher Professor am Massachusetts Institute of Technology und „Erfinder“ des World Wide Web. „Für ihn handelt es sich bei Web 2.0 lediglich um Jargon, von dem niemand genau sagen kann, was er

¹⁸ O'Reilly: Web 2.0 (Anm. 8).

¹⁹ Ebersbach/Glaser/Heigl: Social Web (Anm. 7), S. 31.

²⁰ Daniel Michelis/Thomas Schildhauer (Hrsg.): Social Media Handbuch. Theorien, Methoden, Modelle und Praxis. Baden-Baden²2012, S. 45.

denn nun meint“, berichten die Wirtschaftswissenschaftler Paul Alpar und Steffen Blaschke.²¹

So scheint letztlich der Befund der Ökonomen Andreas Kaplan und Michael Haenlein am zutreffendsten, wenn sie vom Web 2.0 als „ideological and technological foundation“²² sprechen, die im allgemeinen Sinne stellvertretend für eine neue Aufbruchsstimmung steht, die nach dem Untergang der so genannten „New Economy“ zu Beginn des Jahrtausends eine nochmals gesteigerte Internetbegeisterung auslöste, die bis zum heutigen Tage anhält.

Die implizite Botschaft des Web 2.0

Diese Aufbruchsstimmung hat sich in dem Begriff des Web 2.0 erhalten und transportiert eine implizite Botschaft, deren Kurzfassung lauten kann: „Das Alte ist tot, es lebe das Neue!“ Schon die an eine überarbeitete Software-Versionsnummer erinnernde Endung „2.0“ zeigt an, dass mediale Transformationen hier durchaus als Überbietungsstrategien gedacht und beschrieben werden.²³ Diese vom Glauben an die Technologie getragene Euphorie manifestiert sich – bewusst oder unbewusst – auch in der Diskussion um den digitalen Wandel in der Geschichtsdidaktik als ein Deutungsmuster.²⁴ Dabei knüpft der Begriff Web 2.0 an Visionen an, die im Zuge der Etablierung des Internets vor über 20 Jahren entstanden, wenn sie nicht sogar noch viel älter

²¹ Vgl. Alpar/Blaschke: Einleitung (Anm. 10), S. 5.

²² Andreas M. Kaplan/Michael Haenlein: Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. In: Business Horizons 53 (2010), H. 1, S. 59-68. Online unter: <http://openmediart.com/log/pics/sdarticle.pdf> [Stand: 25.3.2015], S. 61.

²³ Vgl. Gebhard Rusch/Helmut Schanze/Gregor Schwering: Theorien der Neuen Medien. Kino – Radio – Fernsehen – Computer. Paderborn 2007, S. 27f. Die Autoren verweisen hier auf einen programmatischen Sprachgebrauch: „Die Attribute ‚Meta‘, ‚Hyper‘ und ‚Cyber‘, die mit dem neuen Medienbegriff verbunden werden, zeigen Überbietungsstrategien an, die alle bekannten Rahmungen sprengen. Aus der Sicht einer Theorie der Sprachverwendung, wie sie die antike Rhetorik darstellt, ist das Moment des Pathos unverkennbar in den Begriff eingeschrieben. Dieses Pathos bestimmt auch die aktuellen Mediendiskurse.“

²⁴ Vgl. Christopher Friedburg/Markus Bernhardt: „Digital“ vs. „Analog“? Eine Kritik an Grundbegriffen in der Diskussion um den „digitalen Wandel“ in der Geschichtsdidaktik und ein Versuch der Synthese von „Altem“ und „Neuem“. In: Zeitschrift für Geschichtsdidaktik (2014), S. 117-133.

sind.²⁵ Die damit verbundenen Zukunfts-Vorstellungen sind verheißungsvoll und erstrebenswert, denn sie zielen auf eine grundsätzliche Demokratisierung der Gesellschaft und eine vielfältigere Medienlandschaft ab.²⁶ Diese hohen Erwartungen treffen aber auch auf relativierende Stimmen. So konstatiert der Innovationssoziologe Jan-Felix Schrape im Zuge eines 2010 durchgeführten empirischen Vergleichs von Massenmedien und Social Media: „Es deutet [...] wenig darauf hin, dass die neuen netzwerk-kommunikativen Möglichkeiten die Zentralstellung der Massenmedien in der übergreifenden Gegenwartsbeschreibung in absehbarer Zeit erschüttern könnten oder neue gesamtgesellschaftlich relevante digitale Öffentlichkeiten entstünden.“²⁷

Eine allzu euphorische Rezeption des Web-2.0-Begriffes sollte also auch in Hinblick auf die geschichts-didaktische Diskussion bewusst hinterfragt werden dürfen. Sonst droht die Gefahr, bei aller Aufbruchsstimmung den Blick für das Beständige im Medienwandel zu verlieren.²⁸

Der partizipative Charakter des Web 2.0

Werden die impliziten Erwartungen hinsichtlich des Web 2.0 im Diskurs expliziert, wird zumeist auf den partizipativen Charakter des neuen Netzes hin-

²⁵ Vgl. Danyel: Zeitgeschichte (Anm. 4), S. 187: „Im Verlauf der 1980er-Jahre diffundierten Computer und neue Medien in nahezu alle Bereiche der Gesellschaft. [...] Kaum ein Lebensbereich blieb von der digitalen Revolution unberührt – angefangen von der Arbeit über die Formen der sozialen Kommunikation, die politische Kultur, die Bildung, den Konsum und die Freizeit bis hinein in die individuellen Lebensstile.“; vgl. auch Jan-Felix Schrape: Wiederkehrende Erwartungen an interaktive Medien. In: Mediale Kontrolle unter Beobachtung 1 (2012), S.1-16, hier S. 16. Online unter: <http://www.medialekontrolle.de/wp-content/uploads/2012/04/Schrape-Felix-2012-4.pdf> [Stand: 25.3.2015]. Schrape schreibt: „Viele der Veränderungserwartungen, die derzeit an die sozialen Medien im ‚Web 2.0‘ geknüpft werden, sind also nicht erst in den letzten Jahren entstanden, sondern wurden bereits an die neuen Medien der 1970/80er Jahren geknüpft“.

²⁶ Vgl. Jan-Felix Schrape: Web 2.0 und Massenmedien: Visionen vs. Empirie. In: Forschungsjournal für Neue Soziale Bewegungen 23 (2010), H. 3, S. 72-83, hier S. 72. Online unter: <http://gedankenstrich.org/wp-content/uploads/2010/04/schrape-2010-web-20-und-massenmedien-visionen-versus-empirie-72-83.pdf> [Stand: 25.3. 2015].

²⁷ Ebd., S. 79.

²⁸ Vgl. Friedburg/Bernhardt: „Digital“ (Anm. 24).

gewiesen. Zweifellos ist Partizipation eine Folge der von O'Reilly beschriebenen Entwicklung des World Wide Web: Internetnutzer sind heute nicht mehr nur reine Medien-Rezipienten, sondern auch Rezensenten, Multiplikatoren und Produzenten von Inhalten.²⁹ Welche Herausforderungen dadurch für die historische Fachdidaktik erwachsen können, soll kurz anhand des Online-Angebots *YouTube* dargelegt werden.

Die Videoplattform gilt inzwischen als „zweitgrößte Suchmaschine“ des Internets – direkt nach dem omnipräsenten Google. Dabei, so die These eines Artikels des Journalisten Markus Günther aus der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung im Mai 2014, hat sich das Videoportal zu einem wichtigen Medium einer wachsenden internationalen Selbstlernkultur entwickelt.³⁰ Immer öfter greifen User demnach in Bildungsabsicht auf die Plattform zurück, um audiovisuelle Informationen und anschauliche Illustrationen zu einem Thema zu suchen – oder sie stoßen ganz unvermittelt beim „surfenden“ Zeitvertreib auf diese Inhalte. Beziehen junge Menschen im 21. Jahrhundert ihre Informationen also immer weniger aus traditionellen, etablierten Bildungsinstanzen wie der Schule oder den Museen, wo Bildungsexperten den Lernprozess anleiten? Machen diese Präzeptoren der „Old History“ nun fortschreitend Platz für neue Kanäle wie *YouTube*, aus denen sich Weltbilder, Identitäten und damit auch Fragen an die Geschichte speisen? Das eingangs gewählte Beispiel lässt zumindest entsprechende Tendenzen vermuten. Während die BBC einen auf ihrem Kanal veröffentlichten Trailer zu „The Necessary War and The Pity of War: The Debate“ mit dem Hashtag Unterhaltung kategorisierte,³¹ wählten die User für ihre Uploads die Kategorie Bildung als

²⁹ Vgl. Kerber: Web 2.0 (Anm. 5), S. 8; vgl. Hodel: Verkürzen (Anm. 3), S. 100-103; vgl. auch Jöran Muuß-Merholz: Leitfaden. Web 2.0 in der Bildungsarbeit. In: bpb.de. Online abrufbar seit dem 10. August 2011 unter: <http://www.bpb.de/lernen/unterrichten/methodik-didaktik/web-2-0/71398/hintergrund> [Stand: 25.3.2015]; vgl. auch Ulrika Wagner/Peter Gerlicher/Niels Brüggem: Partizipation im und mit dem Social Web – Herausforderungen für die politische Bildung. Eine Expertise für die Bundeszentrale für politische Bildung. München 2011. Online abrufbar seit dem 10. August 2011 unter: www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/Partizipation%20im%20Social%20Web.pdf [Stand: 25.3.2015].

³⁰ Markus Günther: Nur noch Analphabeten. In: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Nr. 21 vom 25. Mai 2014, S. 2.

³¹ BBC Two: The Necessary War and The Pity of War: The Debate – Trailer – BBC Two. Hochgeladen von BBC. Online abrufbar seit dem 25. Februar 2014 unter: https://www.youtube.com/watch?v=ShARBKn_pLo [Stand: 25.3.2015].

Verschlagwortung – hier wird ein gewisses Selbstverständnis deutlich. Dass die auf *YouTube* vorherrschende Amateur-Kultur³² nun auch die eigene Bildung in die Hand nehmen möchte, deckt sich mit einem Befund der Landesanstalt für Medien NRW: „Videoplattformen sind [...] paradigmatisch für den grundlegenden Wandel hin zum aktiven Mediennutzer anzusehen.“³³

YouTube bietet hierfür wunderbare Möglichkeiten – jeder kann die Plattform zu jeder Zeit wie ein Archiv nutzen und dabei selbst bestimmen, wann und zu welchem Zweck er welche Videos anschaut. Die User bleiben nicht nur passive Beobachter, sondern sie können in Diskussionen eintauchen, an ihnen teilnehmen und sie über Ländergrenzen hinweg miterleben. Die per audiovisuellen geschichtskulturellen Objektivationen international zugängliche Debatte zur Weltkriegs-Schuldfrage in Großbritannien ist ein Paradebeispiel für Partizipation: Der lebendige und konstruktive Austausch zeugt davon, wie kontrovers und gleichzeitig lebensnah historische Themen sein können.

Und doch darf nicht vergessen werden, dass es sich hier lediglich um ein Beispiel unter Millionen von Videos handelt. Ob alle Hoffnungen und Verheißungen, die mit dem Web 2.0 und seinen Partizipationsmöglichkeiten verbunden werden, auch wirklich in Gänze erfüllt werden können, bleibt noch zu prüfen. Doch um dies untersuchen zu können, braucht es eine theoretische Grundlage, die präziser ist und mehr auf die Kommunikations- und Interaktionsformen der Nutzer abzielt, als es der Begriff Web 2.0 zu leisten vermag.

Social Web als Teil des Web 2.0

Mit den zehn Aspekten des Web 2.0 gelingt zwar ein Einblick in die technischen, juristischen und ökonomischen Bedingungen, in deren Zusammenhang sich Plattformen wie *YouTube* seit Mitte der 2000er Jahre so erfolgreich entwickeln konnten. Aber dies hilft nur in beschränktem Maße weiter, wenn die konkreten Ausprägungen digitaler Medien und der damit einhergehende Um-

³² Vgl. Roman Marek: *Understanding YouTube. Über die Faszination eines Mediums.* Bielefeld 2013.

³³ Jan-Hinrik Schmidt/Julia Gutjahr: *Ausgewählte Angebote des Social Web.* In: Jan-Hinrik Schmidt/Ingrid Paus-Hasebrink/Uwe Hasebrink (Hrsg.): *Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen.* Berlin 2009, S. 207-242, hier S. 236.

gang der User mit dem „neuen Internet“ zielgerichtet theoretisiert und empirisch untersucht werden sollen. Beobachten wir das Web 2.0, sehen wir eine Gesamtheit der verschiedenen Ausprägungen, die das World Wide Web bis heute hervorgebracht hat. Aber dieses große Ganze verstellt die Sicht auf den einzelnen Menschen als Nutzer der verschiedenen webbasierten Dienste und somit auch auf die Art und Weise, wo er diese Dienste wann und wie oft für welche Zwecke einsetzt. Hier wird eine Schwäche des Web-2.0-Konzeptes deutlich, das eben als Geschäftsmodell der IT-Branche und nicht für didaktische Zwecke erdacht wurde. Es erscheint daher sinnvoll, auch andere Ansätze zu beachten, die kleinere Analyse-Einheiten zulassen. Als eine solche alternative Herangehensweise heben Ebersbach, Glaser und Heigl den informativwissenschaftlichen Ansatz des *Social Web* hervor: „Der Begriff fokussiert auf die Bereiche des Webs 2.0, bei denen es nicht um neue Formate oder Programmarchitekturen, sondern um die Unterstützung sozialer Strukturen und Interaktionen über das Netz geht.“ Die drei Autoren definieren weiter: „Das ‚Social Web‘ besteht aus: (im Sinne des WWW) webbasierten Anwendungen, die für Menschen den Informationsaustausch, den Beziehungsaufbau und deren Pflege, die Kommunikation und die kollaborative Zusammenarbeit in einem gesellschaftlichen oder gemeinschaftlichen Kontext unterstützen, sowie den Daten, die dabei entstehen und den Beziehungen zwischen Menschen, die diese Anwendungen nutzen“³⁴.

Die Orientierung an einer „Praxis des Social Web“³⁵ erlaubt eine Kategorisierung der entsprechenden Online-Angebote in Form von folgenden fünf Gattungen: Wikis, Blogs, Microblogs, Social-Network-Dienste und Social-Sharing-Plattformen – zu letzterer Gattung zählt auch *YouTube*.³⁶ Neben einigen grundlegenden Gemeinsamkeiten aller im *Social Web* vertretenen Elemente weisen diese Gattungen genuine Konstruktionsprinzipien, Funktionsweisen und Logiken auf, anhand derer ersichtlich werden kann, was für eine geschichtsbezogene Kommunikation für die User auf den verschiedenen Plattformen jeweils überhaupt möglich ist und wie sich dort historische Inhalte

³⁴ Ebersbach/Glaser/Heigl: *Social Web* (Anm. 7), S. 32f. und 35.

³⁵ Vgl. ebd., S. 37-184.

³⁶ Vgl. ebd., S. 37.

potentiell entfalten können.³⁷ Entsprechend des partizipativen Charakters des Web 2.0 sind es die Nutzer der Plattformen, die für den Inhalt und durch ihr Verhalten auch für die Organisation der Inhalte sorgen: Dadurch, dass sie hochladen, rezipieren, bewerten, teilen, kommentieren oder sonstige mögliche Funktionen der Online-Dienste nutzen, schaffen sie *User Generated Content*.³⁸ Das Ziel der meisten Plattformen lautet dabei – wie schon in den Prinzipien des Web 2.0 aufgeführt – möglichst viele Nutzer anzusprechen, um den Bestand der von ihnen generierten Inhalte und Daten möglichst hoch zu halten. Dabei unterscheidet die Kategorie *User Generated Content* prinzipiell nicht zwischen dem hochgeladenen Produkt und der darauf folgenden Rezeption durch Bewertungen oder Diskussionen im Kommentarbereich. Dies ermöglicht im Falle *YouTubes* beispielsweise eine gleichzeitige, aufeinander bezogene Untersuchung und Analyse von audiovisuellen Angeboten und Rezeptionen, was dabei helfen könnte, zu klären, welche partizipativen Potentiale die Plattform *YouTube* wirklich einlösen kann.

Fazit

Der Blick auf die Etablierung des Begriffs „Web 2.0“ zeigt, dass hinter dem Schlagwort kein klares Konzept steckt, sondern ein wenig fokussierter Oberbegriff für sämtliche Neuerungen im Web beziehungsweise für eine Sammlung von verschiedenen Aspekten, die mit der Nutzung des Hybridmediums Internet in seiner heutigen Form einhergehen. Dies lässt sich im geschichtsdidaktischen Diskurs für übergeordnete Überlegungen nutzen, zumal die Endung „2.0“ noch immer in aller Munde ist und somit eine gewisse aufmerksamkeitsökonomische Relevanz besitzt. Allerdings erscheint es auch ratsam, die damit verbundenen Probleme bei einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung oder bei der Konzipierung von Lehr- und Lernprozessen kritisch zu

³⁷ Vgl. Friedburg/Bernhardt: „Digital“ (Anm. 24), S. 125f. An dieser Stelle wird klar, wie heterogen das Web 2.0 insgesamt ist – denn allein im Social Web unterscheidet sich zum Beispiel die Funktionsweise der Wiki-Plattform Wikipedia trotz grundlegender, ähnlicher Prinzipien doch deutlich von der Nutzung des Microblogs Twitter.

³⁸ Vgl. Kaplan/Haenlein: *Users* (Anm. 22), S. 61. Die beiden Autoren erklären hier: „User Generated Content (UGC) can be seen as the sum of all ways in which people make use of Social Media.“

reflektieren.³⁹ Klarere Begrifflichkeiten, wie sie die Theorie des *Social Web* als Teil des Web 2.0 anbietet, könnten weitaus effektiver eingesetzt werden, um die Kontinuitäten, Innovationen, Herausforderungen, Gefahren und Potentiale der Transformationsprozesse für das historische Lernen zu identifizieren und zu untersuchen, da sie mit einem Blick auf die Praxis auch die kleineren Einheiten einer theoretischen oder empirischen Analyse zugänglich machen. Letztlich plädiert der Beitrag daher nicht nur für einen bedachteren und differenzierteren Umgang mit neuen, interdisziplinären Medienbegriffen wie dem Web 2.0, sondern auch für einen Wechsel der Perspektive. Anstatt emotional aufgeladene Begriffe als Ausgangspunkt für Überlegungen hinsichtlich des digitalen Wandels zu wählen, möchte der Beitrag sich – gerade auch aufgrund der Besonderheit der Geschichtsdidaktik als eine auf Lernprozesse spezialisierte Fachdisziplin – dafür aussprechen, eine Theoriebildung aus einer konkreten (medialen) Praxis heraus vorzunehmen, bei welcher der Mensch und sein Handeln gemäß der neuen Partizipationsmöglichkeiten im Vordergrund stehen.⁴⁰ Auf diese Weise könnte das „neue Internet“ für empirische, pragmatische und theoretische Überlegungen gezielter erschlossen werden,⁴¹ wie es Jan Hodel mit Hilfe des Konzepts der *digitalen Netzmedien* und ihrer Bedeutung für die Erstellung von Referaten im Geschichtsunterricht bereits aufgezeigt hat.⁴²

³⁹ Vgl. Ebersbach/Glaser/Heigl: „Social Web“ (Anm. 7), S. 27. Ebersbach, Glaser und Heigl widerstrebt es zum Beispiel, „einen derart kommerziell belegten und unscharfen Begriff für eine wissenschaftliche Publikationsform zu verwenden, auch wenn ‚Web 2.0‘ in der Wissenschaft als ideenleitendes Schlagwort gegenwärtig sehr gerne benutzt wird.“

⁴⁰ Vgl. Friedburg/Bernhardt: „Digital“ (Anm. 24), S. 126.

⁴¹ Vgl. ebd., S. 133.

⁴² Vgl. Hodel: Verkürzen (Anm. 3).