

Arbeitsmaterialien für Lehrkräfte

Kreative Ideen und Konzepte inkl. fertig ausgearbeiteter Materialien und Kopiervorlagen für einen lehrplangemäßen und innovativen Unterricht

Thema: Technik – Wirtschaft – Soziales, Ausgabe: 24

Titel: Medienbildung - Web 2.0 und 3.0 (41 S.)

Produktinweis zur »Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe«

Dieser Beitrag ist Teil einer Print-Ausgabe aus der »Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe« der Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage GmbH & Co. KG*. Den Verweis auf die jeweilige Originalquelle finden Sie in der Fußzeile des Beitrags.

- ▶ Alle Beiträge dieser Ausgabe finden Sie [hier](#).

Seit über 15 Jahren entwickeln erfahrene Pädagoginnen und Pädagogen kreative Ideen und Konzepte inkl. sofort einsetzbarer Unterrichtsverläufe und Materialien für verschiedene Reihen der Ideenbörse.

- ▶ Informationen zu den Print-Ausgaben finden Sie [hier](#).

* Ausgaben bis zum Jahr 2015 erschienen bei OLZOG Verlag GmbH, München

Beitrag bestellen

- ▶ Klicken Sie auf die Schaltfläche **Dokument bestellen** am oberen Seitenrand.
- ▶ Alternativ finden Sie eine Volltextsuche unter www.eDidact.de/sekundarstufe.

Piktogramme

In den Beiträgen werden – je nach Fachbereich und Thema – unterschiedliche Piktogramme verwendet. Eine Übersicht der verwendeten Piktogramme finden Sie [hier](#).

Nutzungsbedingungen

Die Arbeitsmaterialien dürfen nur persönlich für Ihre eigenen Zwecke genutzt und nicht an Dritte weitergegeben bzw. Dritten zugänglich gemacht werden. Sie sind berechtigt, für Ihren eigenen Bedarf Fotokopien in Klassensatzstärke zu ziehen bzw. Ausdrucke zu erstellen. Jede gewerbliche Weitergabe oder Veröffentlichung der Arbeitsmaterialien ist unzulässig.

- ▶ Die vollständigen Nutzungsbedingungen finden Sie [hier](#).

Haben Sie noch Fragen? Gerne hilft Ihnen unser Kundenservice weiter:

[Kontaktformular](#) | ✉ Mail: service@eDidact.de

✉ Post: Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage GmbH & Co. KG
E.-C.-Baumann-Straße 5 | 95326 Kulmbach

☎ Tel.: +49 (0)9221 / 949-204 | 📠 Fax: +49 (0)9221 / 949-377

<http://www.eDidact.de> | <https://www.bildung.mgo-fachverlage.de>

Medienbildung – Web 2.0 und 3.0

4.23

Vorüberlegungen

Kompetenzen/Lernziele:

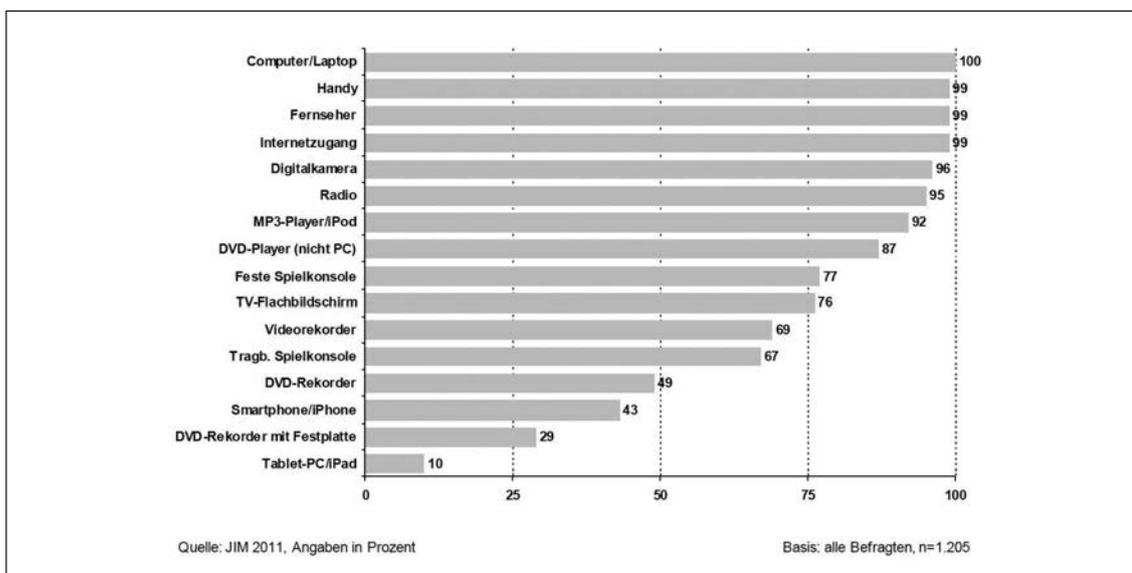
- Die Schüler sollen ihre eigene Internetnutzung reflektieren.
- Sie sollen den Unterschied zwischen „Web 1.0“ und „Web 2.0“ erkennen.
- Sie sollen einen Überblick über Angebote und Anwendungen des Web 2.0 erhalten.
- Sie sollen zu bestimmten Technologien Fachbegriffe kennen und anwenden können.
- Sie sollen die momentane Tragweite des Web 2.0 erkennen und sich bewusst machen, dass diese Technik auch weiterhin revolutioniert werden wird.

Anmerkungen zum Thema (Sachanalyse):

Unsere Schüler nutzen heute moderne Anwendungen des Internets wie z.B. Onlineshops, Verkaufsplattformen, Online-Tagebücher, Videoplattformen oder Online-Communities ganz selbstverständlich. Allerdings fehlt vielen unserer Schüler der Blick hinter die Kulissen, es mangelt ihnen an einer fundierten **Medienkompetenz**. Dazu zählen:

- das Wissen darüber, welche Medien es gibt.
- das Vermögen, die eigene Mediennutzung zu reflektieren.
- die Fähigkeit, Medien bedarfsgerecht und sinnvoll auswählen zu können.
- das technische Wissen zum Einzelmedium.
- die Fähigkeit, durch entsprechendes Hintergrundwissen Medieninhalte kritisch beurteilen und deren Gefahren einzuschätzen zu können.
- die Kenntnis über die Produktionsbedingungen von Medien.
- das Vermögen, Medien zu gestalten und für kommunikative Zwecke einzusetzen.

Medienkompetenz ist sowohl im beruflichen, als auch im privaten Leben zu einer der wichtigsten **Kernkompetenzen** geworden. Ohne die nötigen Kompetenzen sind jedoch alle – den Jugendlichen meist im Überfluss zur Verfügung stehenden – technischen Geräte nicht sinnvoll nutzbar.



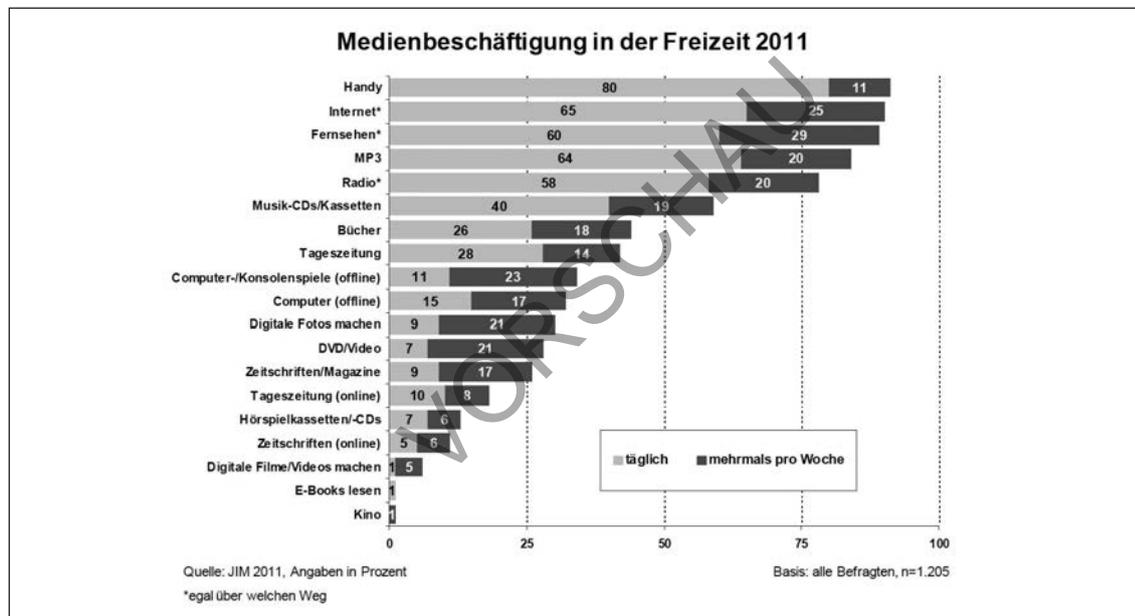
(aus: JIM-Studie 2011 – Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger)

4.23

Medienbildung – Web 2.0 und 3.0

Vorüberlegungen

Die Schüler beschäftigen sich in ihrer Freizeit sehr häufig mit diesen Medien:



(aus: JIM-Studie 2011 – Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger)

Die Diagramme zeigen deutlich, wie bei Jugendlichen das Leitmedium Fernsehen allmählich seinen Stellenwert verliert. Das **Internet** wird auf Grund der Möglichkeit zu **kommunizieren** und zu **partizipieren** zu einem weitaus wichtigeren Medium. Die Möglichkeit, mit Smartphones oder Tablet-PCs von nahezu jedem Ort aus ins Netz zu gehen, verstärkt diesen Trend: 2008 nutzten nur 4 % ihr Handy für das Surfen im Internet, 2011 waren es dagegen schon 29 %.

Doch was machen unsere Schüler im Internet? Schwerpunktmäßig (mit rund 44 %) dient das Netz zur Kommunikation. Dabei werden am häufigsten **Online-Communities** bzw. **soziale Netzwerke** genutzt – also Anwendungen des Web 2.0. Instant-Messaging wurde in diese Plattformen mit integriert. Viele verwenden beispielsweise ICQ nur noch, um sich außerhalb der Community privat zu unterhalten. Gut die Hälfte aller Jugendlichen nutzen E-Mails. Videotelefonie über Skype wird inzwischen von 20 % regelmäßig betrieben. Nur das Micro-Blogging-System Twitter wird kaum verwendet.

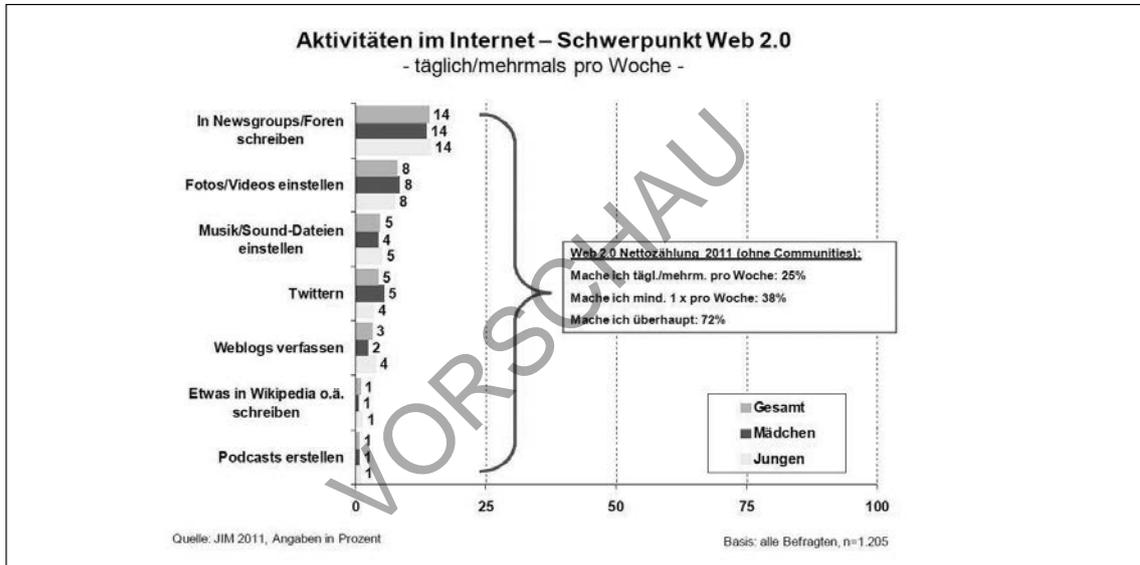
Online-Spiele haben bei jüngeren Schülern bis 13 Jahre eine große Bedeutung. Diese Präferenz fällt mit wachsendem Alter ab. Dafür steigt mit dem Alter die Frequenz der Nutzung des Internets als **Informationsquelle**. Im Mittel mit rund 24 % wird das Internet auch als reines **Unterhaltungsmedium** (Musik, Videos, Bilder) genutzt. Auch hier spielen Web-2.0-Anwendungen wie YouTube oder MyVideo eine wichtige Rolle.

Das folgende Diagramm zeigt die Schwerpunkte in der Anwendung des Web 2.0. Unberücksichtigt in der Darstellung ist die Nutzung von Online-Communities. Diese schlug 2011 mit rund 78 % zu Buche und lässt die hier genannte führende Aktivität weit hinter sich. Interessant ist, dass Communities mehr von Mädchen als Jungen genutzt werden (83 % Mädchen zu 73 % Jungen).

Medienbildung – Web 2.0 und 3.0

4.23

Vorüberlegungen



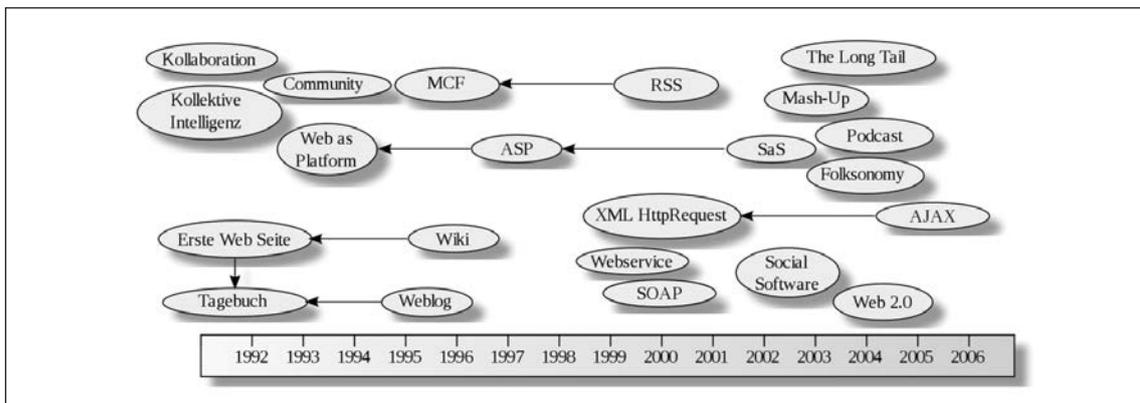
(aus: JIM-Studie 2011 – Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger)

Der **Begriff „Web 2.0“** wurde öffentlich erstmals 2003 von Eric Knorr in einem IT-Fachmagazin verwendet. Dabei bezog er sich auf einen Artikel von Scott Dietzen:

„Eine vermehrte Ausgliederung mit Netzdiensten ist nicht weniger als der Anfang davon, was Scott Dietzen, Technischer Direktor von BEA Systems, das Web 2.0 nennt, wodurch das Netz eine universelle, standardbasierte Plattform wird. Das Web 1.0 (HTTP, TCP/IP und HTML) ist der Kern geschäftlicher Infrastruktur.“

Tim O’Reilly beschrieb das Web 2.0 als Veränderung in der Geschäftswelt und als eine neue Bewegung hin zum Internet als Plattform:

„Das Web 2.0 ist die Geschäftsrevolution in der Computerindustrie, hervorgerufen durch die Verlagerung ins Internet als Plattform, und ein Versuch, die Regeln für den Erfolg auf dieser neuen Plattform zu verstehen.“



(Jürgen Schiller García: Web 2.0 Buzz Time bar. 21. September 2006)

4.23

Medienbildung – Web 2.0 und 3.0

Vorüberlegungen

Die Abbildung auf Seite 3 veranschaulicht das Aufkommen gängiger Begriffe, die dem Begriff Web 2.0 zugeordnet werden, im Zeitverlauf.

Im Web 2.0 kommen Software-Anwendungen zum Einsatz, die es möglich machen, dass User selbst Inhalte erstellen. Aus dem Konsumenten wurde so auch ein Produzent, was das Kunstwort „**Prosumer**“ (Producer-Consumer) entstehen ließ.

Das Web 2.0 veränderte das Internet also unter verschiedenen Aspekten:

- Es gibt **keine strenge Trennung** mehr zwischen **Autor und Nutzer**. Zu Zeiten des Web 1.0 war der Autor einer Website allein für die Inhalte zuständig. Durch die Partizipationsmöglichkeiten von Softwaresystemen wie Blogs oder Wikis (**Social Software**) werden aus den Nutzern wiederum Autoren. Jeder hat heutzutage die Möglichkeit, aktiv eigene Inhalte in das Netz zu stellen, indem er Kommentare abgibt, Nutzerberichte oder Lexikonartikel schreibt, private Fotos und private Videos teilt, Steckbriefe ablegt, sich mit Freunden vernetzt oder eigene bzw. fremde Inhalte mit Keywords markiert (was dem schnelleren Finden dient).
- Die Grenze zwischen **stationär** und **mobil verfügbaren Daten** verschiebt sich. Daten werden vermehrt in zentralen Clouds gespeichert. Auch viele Anwendungen werden vollständig in das Web verlagert. Es ist nicht mehr nötig, Office-Anwendungen lokal zu installieren – stattdessen laufen diese in jedem x-beliebigen Browser. Gleichzeitig kann jeder mit dem Netz verbundene Rechner eine Serverrolle übernehmen. Außerdem sind über mobile Endgeräte alle in einer Cloud gespeicherten Daten jederzeit und ortsunabhängig verfügbar.
- **Öffentlichkeit** ist **nicht mehr an „klassische“ Medien gebunden**. Wollte man früher Inhalte veröffentlichen, griff man auf Zeitung oder Anschlagtafel zurück. Verlage konnten so die Inhalte steuern und filtern. Außerdem trugen einzelne Redakteure zur Meinungsbildung bei. Inzwischen spricht man von „user generated content“. Das Herstellen von Öffentlichkeit erfolgt individuell, durch den einzelnen Nutzer.

Das Internet explodierte innerhalb der letzten 10 Jahre regelrecht. Der Netz-Traffic betrug 2011 rund 28.500 Petabyte pro Monat, Tendenz weiter steigend. Jeder hinterlässt seine Spuren im Netz, da wir immer mehr über das Netz kommunizieren und lernen.

Jedoch fehlt die Orientierung. Aktuelle Suchmaschinen sind recht plump. Sie durchsuchen lediglich nach Keywords. Will man gezielt an bestimmte Informationen kommen, muss man langwierig vorher für sich selbst filtern, was wichtig und aktuell passend ist.

Die Zukunft geht also in Richtung **Web 3.0**, dem **semantischen Web**. Da, wo das Social Web momentan ansetzt – nämlich, dem Web eine Struktur zu geben –, setzt das semantische Internet an. Dazu muss das Web auch viel über den User wissen. Suche ich z.B. nach „The Rats“; kann Google nicht wissen, ob ich Ratten oder die britische Band meine. Weiß das Web allerdings, dass ich gerade in einem Musikladen stehe (da mein Standort über GPS lokalisiert wurde), kann das die Suche einschränken.

Das Web lernt uns und unsere persönlichen Bedürfnisse durch jede Suchanfrage besser kennen – und kann die Antworten auf unsere Fragen zielgerichteter an uns richten. Einen ersten Versuch wagte bereits Apple mit dem Dienst „Siri“, der Worte verstehen und interpretieren kann.

Es werden sicher weitere Entwicklungen kommen, die teils auch revolutionär sein werden. Aus Sicht der **Datenschützer** werden hier aber auch viele anstößige Punkte auftauchen.

Medienbildung – Web 2.0 und 3.0**4.23****Vorüberlegungen****Didaktisch-methodische Reflexionen:**

Es wird leicht sein, die Schüler mit der Thematik zu konfrontieren, da jeder bereits erste praktische Erfahrungen im Internet gemacht hat. Viele haben ein eigenes Facebook-Profil oder schon einmal ein Video auf YouTube hochgeladen. Teilweise ist das Internet auch ständiger Begleiter der Jugendlichen.

Die Lehrkraft sollte deshalb zunächst einmal das **Surfverhalten**, die **Vorerfahrungen** und die **täglich im Netz verbrachte Zeit** in der jeweiligen Lerngruppe ermitteln.

Viele Schüler haben die Entwicklung zum aktuellen Standard auch nicht bewusst miterlebt bzw. kennen das „Internet von damals“ auf Grund der Altersbarriere gar nicht mehr. Darum ist es wichtig, ihnen aufzuzeigen, wie schwer es früher war, sich im Netz zu präsentieren und wie leicht dies mit heutiger Social Software möglich ist.

In der Folge können gängige Dienste wie Social Bookmarking, Wikis etc. genauer unter die Lupe genommen und deren Funktionen festgehalten werden. Dabei werden den Schülern **Fachbegriffe** und neue **Technologien** unterkommen, die sie vielleicht vorher nur angewendet haben, deren Hintergrund sie jedoch nicht kennen.

Zuletzt sollte eine kurze **kritische Auseinandersetzung** mit der Tragweite und der Zukunft des Webs nicht fehlen. Hier bietet sich eine fächerübergreifende Zusammenarbeit mit dem Fach **Deutsch** an.

Die einzelnen Unterrichtsschritte im Überblick:

1. Schritt: Reflexion des eigenen Internetverhaltens
2. Schritt: Unterschiede zwischen Web 1.0 und Web 2.0
3. Schritt: Anwendung des Web 2.0 anhand eines Blogs