

Prof. Dr. Mathias Groß, Werner Hülsbusch

Weblogs und Wikis (Teil 2): Potenziale für betriebliche Anwendungen und E-Learning

Neue Medien bedürfen immer einer genaueren Spezifikation, denn „neu“ ist lediglich eine historisch relative Perspektive und sagt noch nichts darüber aus, worin denn nun das wirklich Neuartige besteht. Weblogs und Wikis als interessante neue Medienentwicklungen wurden im ersten Teil dieses Artikels in der vergangenen Ausgabe grundlegend beschrieben. Was kann man nun damit machen?

Medien als Werkzeuge versus Apparate

Was zunächst wie eine einfache Frage erscheint, kann nicht einfach beantwortet werden. Denn diese neuen medialen Formate sind nicht einfach nur Werkzeuge, Instrumente oder Tools. Wenn man Medien lediglich als Instrumente sieht, bedarf dies eines bereits vorab definierten Zwecks: E-Mail z.B. ist ein Werkzeug zur asynchronen Kommunikation (und schneller als Briefe oder Fax). Ein solch klar umrissener Einsatzzweck ist bei Weblogs und Wikis nicht zu identifizieren; ein rein instrumenteller Ansatz würde hier zu kurz greifen. Weblogs und Wikis sind eher als Medien-Apparate denn als bloße Werkzeuge zu verstehen [1]. Medien als Apparate sind nicht auf einen von vornherein gegebenen Zweck zurückzuführen, sie haben keine direkten Vorbilder, sie erzeugen neue Erfahrungen und bilden eigenständige mediale Formate, die ihre Möglichkeiten erst noch ausloten.

Thomas N. Burg hat für die Herleitung der vorherrschenden polarisierenden Reaktionen der Euphorie und Verdammung den Monster-Begriff (d.h. die These, dass ein Monster zwei nicht vereinbare Seiten in sich vereinigt) fruchtbar gemacht [2]. Demzufolge ist das Monströse von Weblogs (und einge-

schränkt von Wikis) der mehrfache Paradigmenwechsel in den Bereichen Personal Publishing, Autorenschaft und Netzworlbildung.

Weblogs als Tools vereinfachen das Publizieren im Netz stark, sie erlauben auf einfache Weise eine genuine Content-Produktion unter Umgehung von Gatekeepern. Jeder kann publizieren, es gibt eine massenhafte Verschiebung vom bloßen Konsumenten hin zum Produzenten. Trotz vieler Ähnlichkeiten und Gemeinsamkeiten zwischen Weblogs und Wikis – im Hinblick auf die veränderten Autorenrollen sind die Tendenzen gegenläufig: Bei Blogs rückt der Autor mit seinen persönlich gefärbten Sichtweisen stärker ins Zentrum (und das Vertrauen in den jeweiligen Autor wird zu einem Kriterium für die Blog-Auswahl); bei Wikis hingegen verschwindet der einzelne Autor hinter mächtigen Hypertext-Strukturen zugunsten einer kollektiven Autorenschaft. Eine weitere Besonderheit: Blogger jagen, sammeln und annotieren Links. Diese Link-Orientierung ist bereits affin zur Kommentartätigkeit. Publizistisch gesehen sind Weblogs damit eine vor allem filternd und kommentierend operierende Internet-Anwendung. Und schließlich stellen Weblogs nicht nur eine neue Form der Content-Generierung dar, sei es genuin oder parasitär durch Filtern. Sie sind auf Micro-Content-Basis (also auf der Ebene einzelner Posts) vernetzt und das persönliche Publizieren wandelt sich über die Konversation zur Community. Burgs These lautet hier, dass die auf diese Art gewobenen Netze etwas Neues schaffen, eine „emergente Intelligenz“, die mehr ist als die Summe der einzelnen Posts, Autoren oder Weblogs. Zusammengefasst können somit vor allem Weblogs als höchst widersprüchliche und vielseitige neue Medien-Apparate beschrieben werden.

Kurz gefasst:

- Gegenwärtig revolutionieren neue Web-Anwendungen die Internet-Kultur: In Weblogs und Wikis werden die User zu aktiven Produzenten statt zu passiven Konsumenten von Medienprodukten.
- Mit dem leichten Einstellen und Kommentieren von Web-Inhalten (Weblogs) und der Möglichkeit, sie zu editieren (Wikis), entstehen selbstgesteuerte Communities, in denen Publizieren zu einem kollektiven, kollaborativen Akt wird.
- Der zweite Teil dieses Artikels beschreibt, welche Einsatzmöglichkeiten diese neuartigen Medien für Unternehmenskommunikation, Projekt- und Wissensmanagement sowie für das E-Learning eröffnen.

Soziale Software und Online-Communities

Weblogs und Wikis kann man auch als Soziale Software auffassen: Während herkömmliche Software wie Mitarbeiterportale, Groupware o.ä. die Mitarbeiter top-down in Gruppen einteilt, hat Soziale Software eine Bottom-up-Charakteristik, indem sie es ermöglicht, sich in einem Netzwerk auf Basis persönlicher Präferenzen zusammenzuschließen. Damit eignet sie sich natürlich besonders für Online-Communities.

Das (monströse) Phänomen dieser Communities wird sehr widersprüchlich bewertet. Die Fehlschläge während des New-Economy-Hypes, als Communities oft zu einem Werkzeug der Marktforschung reduziert wurden, haben gezeigt, dass ein erstes, einfaches Modell für eine Kommerzialisierung gescheitert ist. Wikis und Weblogs machen heute deutlich, wie verkürzend diese Interpretation gewesen ist. Communities sind also nicht tot – nur ändert sich gerade einmal wieder der Blickwinkel: „Das Web ist Mitte der Neunziger Jahre durch Gaben groß geworden. Im Zuge seiner Kommerzialisierung wurde jedoch eine ‚Logik des Tausches und des Geschäfts‘ immer wichtiger – bis dann das Pendel wieder

in die andere Richtung ausschlug. Statt E-Commerce und Web Shops sind heute deshalb ‚Wikis‘ oder ‚Weblogs‘ das Thema; Bereiche, in denen die ‚Logik der Gabe‘ vorherrscht“ [3].

Dies führt uns zu einer weiteren Frage, nämlich der nach den Adressaten: eine Gabe an wen? Und hier haben wir es mit einem besonderen Phänomen zu tun, denn die meisten Blogger schreiben (noch?) für andere Blogger oder regelmäßige Leser, die sich etwa via RSS über neue Posts auf dem laufenden halten lassen. Aktuelle Untersuchungen bestätigen, dass es meist ein klares Zentrum sowie periphere Mitgliedschaften in der halboffenen Community gibt (was man mit speziellen Visualisierungstools wie blogstreet.com grafisch wiedergeben kann) [4].

Mögliche Einsatzfelder

Was kann man nun – abgesehen von einfachen persönlichen Online-Tagebüchern und dem beliebten Meta-Blogging – mit Weblogs und Wikis machen? Eine umfassende Antwort ist aufgrund der beschriebenen Wandelbarkeit des Mediums unmöglich. Alle Annäherungen an diese Frage sind daher zwangsläufig noch spekulativ und weit davon entfernt, verallgemeinerbar oder gar quantitativ oder qualitativ bewertbar zu sein. Folgende Spielarten seien kurz aufgelistet:

- Blogs und Wikis als Alternative zu teuren und komplexen Content-Management-Systemen
- Blogs als Alternative für bestimmte Funktionen konventioneller Websites, z.B. FAQ- oder „What's new?“-Seiten
- thematische Blogs aller Art, z.B. juristische Blogs
- journalistische Blogs (J-Blogs oder Newsblogs)
- politische Blogs, z.B. im Rahmen von Wahlkämpfen oder von einzelnen Abgeordneten
- Business Blogs in verschiedenen Ausprägungen
- Blogs und Wikis im E-Learning

Die beiden letzten Einsatzfelder wollen wir im Folgenden ein wenig näher betrachten.

Business Blogs

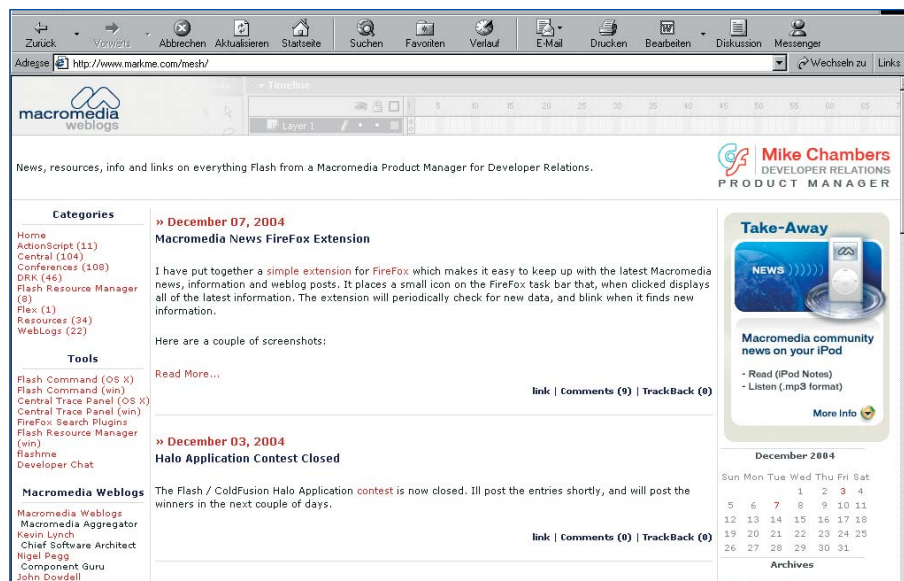
Nachdem Blogging inzwischen einen gewissen Popularitätsgrad erreicht hat und die verfügbaren Tools relativ ausgereift sind, wird es zunehmend auch für den Business-Bereich interessant. Allerdings dürfte das Bewusstsein dafür in Deutschland wohl um fünf Jahre gegenüber den USA hinterherhinken: Von weltweit schätzungsweise ca. 20.000 existierenden Business-Blogs sind es in Deutschland vermutlich noch keine 100. Auch Wikis können Einsatzbereiche finden, etwa bei kleineren Unternehmen mit mehr als einem Firmensitz in den Bereichen Projekt- und Wissensmanagement, Unternehmens-Communities oder gemeinsame Content-Entwicklung. Grundsätzlich unterscheidet man zwischen einer internen Verwendung im firmeneigenen Intranet und jener im Internet.

Weblog-Systeme sind die einfachste, billigste und wohl sinnvollste Möglichkeit, selbst in kleinsten Firmen ein Intranet aufzubauen. Hier einige Einsatzmöglichkeiten:

- Weblogs und Wikis bieten sich an als leichtgewichtige Alternativen zu Groupware oder Systemen für das persönliche Informationsmanagement, als Reporting-Tools (z.B. zur Zentralisierung des Berichtswesens), als Leadership-Instrument für das Management (z.B. zum Verteilen von

Rundschreiben) oder zur allgemeinen Kommunikation zwischen Mitgliedern von Arbeitsgruppen bzw. Abteilungen (z.B. als Schwarzes Brett oder als Alternative zur Mitarbeiterzeitschrift).

- Im Projektmanagement können Weblogs als Projektzentrale fungieren, insofern man mit ihnen über angefangene oder beendete Teilaufgaben berichten, Änderungen von Zuständigkeiten mitteilen, neue Teammitglieder vorstellen, Meetings ankündigen, Statusberichte oder Sitzungsprotokolle veröffentlichen oder Entscheidungen dokumentieren kann.
- Wikis haben im Projektmanagement dort Potenziale, wo schnell eine gemeinsame Wissensbasis geschaffen werden soll, wo ein projektbegleitendes Dokumentationsmedium benötigt wird oder wo es um ein gemeinsames Brainstorming für ein Projekt geht, bei dem die Beteiligten zeit- und ortsunabhängig voneinander arbeiten.
- Vermehrt werden so genannte Knowledge Blogs (Klogs) und Wikis als simple, informelle Wissensmanagement-Tools von unten eingesetzt, insbesondere für das persönliche Wissensmanagement. Hierzu sind in der letzten Zeit einige Übersichtsbeiträge erschienen, auf die wir hier ausdrücklich verweisen wollen [5, 6].
- Der Einsatz von Weblogs als Unternehmens-Community bietet sich gerade für kreative, kommunikationsintensive Branchen (wie z.B. Werbeagenturen, Consultingfirmen) an; hier



Beispiel eines Business Blogs: PR-Weblog „Mesh on MX“ von Macromedia

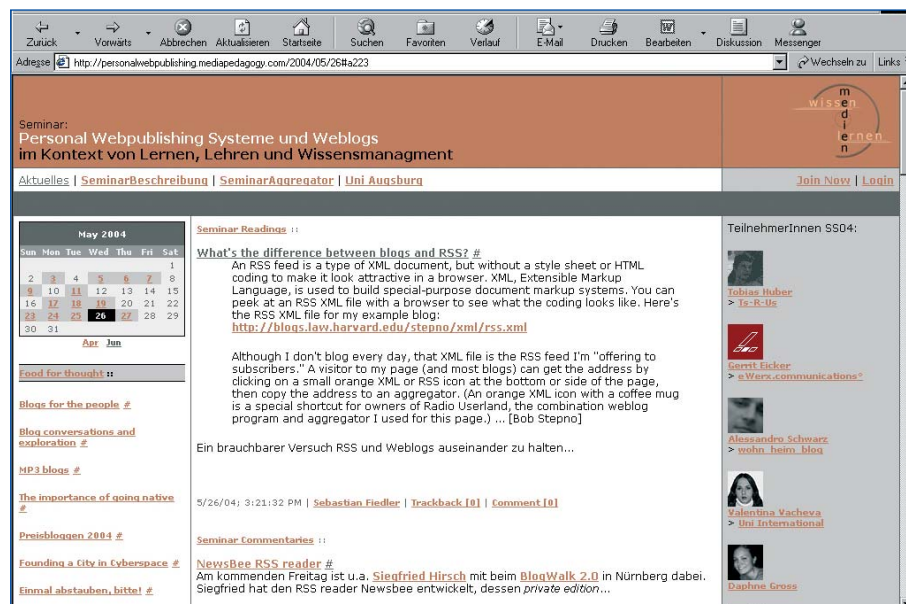
können Blogs als eine moderne Form des Brainstormings fungieren.

Externe, öffentliche Einsatzmöglichkeiten im Internet ergeben sich vor allem im Bereich der Unternehmenskommunikation. Corporate PR-Blogs können – neben anderen Aufgaben wie Marktforschung, Issues Monitoring oder Krisenkommunikation [7] – schnell Produkte oder Dienstleistungen kommunizieren, täglich aktualisierte Informationen zu Events, Kampagnen oder Weiterentwicklungen bereitstellen, ganz allgemein Themen setzen, Kommunikationsbeziehungen pflegen und dem Unternehmen eine persönliche, laufend aktualisierte Stimme zu seiner Zielgruppe verschaffen und so letztlich den Kundenkontakt vertiefen. Ein Beispiel aus den großen US-amerikanischen IT-Unternehmen ist etwa Macromedias „Mesh on MX“ mit News rund um Flash MX. Bei kleinen Firmen kann ein Einsatz ebenfalls sinnvoll sein, hier findet man erste PR-Blogs etwa bei Consultants oder Bed-&-Breakfast-Anbietern. Man kann PR-Blogs auch durch Einbeziehung der Kunden und von ihnen bereitgestelltem Content zu Kunden-Communities ausbauen.

Kleine und kleinste Unternehmen nutzen Weblogs zu diesen und ähnlichen Zwecken oft schneller als es mittlere und große tun, für die es meist größere Hindernisse bei der Einführung gibt, die ein umfangreicheres Change Management erfordern. Blogs und Wikis passen nicht zu jeder Unternehmenskultur und sind kein Patentrezept; Freiwilligkeit ist eine Grundvoraussetzung. Martin Röhl diskutiert vor diesem Hintergrund erfolgversprechende Implementierungsansätze [8].

Blogs und Wikis im E-Learning

Aus instrumenteller Sicht ergänzen Weblogs und Wikis die traditionellen, auf CMS oder Groupware basierenden E-Learning-Lösungen um offenere Werkzeuge, welche die bisher vorherrschenden starren Rechtssysteme (Wer darf was wo publizieren?) aufgeben. Richtig eingesetzt eröffnen sie allgemein neue Möglichkeiten für die partizipative Content-Generierung, das



Seminar-Weblog eines medienpädagogischen Seminars an der Universität Augsburg

selbstgesteuerte und kooperative Lernen sowie den Aufbau von Communities. Weblogs und Wikis eignen sich weniger für die Weitergabe von kodifiziertem Wissen in Kursen mit festem Inhaltsrahmen, sondern bieten Raum für hauptsächlich selbstgesteuerte individuelle und kollaborative Lernprozesse, die der gemeinsamen, diskursiven Annäherung an ein Thema dienen.

Gerade in Masterprogrammen, Aufbaustudiengängen o.ä., wo die Teilnehmer in der Regel bereits ein großes Vorwissen und eine hohe intrinsische Motivation aufweisen, könnte ihre Nutzung im Rahmen von konstruktivistischen Ansätzen zu einem Perspektivenwechsel der traditionell immer noch vom Lehrstoff-Vermittlungs-Modell geprägten Hochschuldidaktik beitragen. In der konstruktivistischen Lerntheorie spielen Umgebungen für exploratives, selbstorganisiertes und vor allem kooperatives Lernen eine große Rolle. Kooperatives Lernen bezeichnet eine Interaktionsform, bei der die Gruppenmitglieder gemeinsam und im wechselseitigen Austausch Kenntnisse und Fähigkeiten erwerben. Wesentliche Anforderungen an kooperative Lernumgebungen sind: gleichberechtigte Interaktion, Möglichkeiten zum Austausch fächerübergreifender Kenntnisse sowie zum Bestimmen und Erweitern des Lernobjekts. Offensichtlich können diese Anforderungen von Wikis und Weblogs bei ent-

sprechenden didaktischen Settings weitgehend erfüllt werden.

Hier einige konkrete Einsatzmöglichkeiten und -szenarien:

- Weblogs in ihrer originären Funktion als Logbücher eignen sich beispielsweise zur Nachverfolgung von Rechercheprozessen: Lernende können ihren Lernprozess für andere Gruppenmitglieder und Tutoren aufzeichnen (sofern er sich auf Webquellen stützt). Mit Hilfe spezieller Weblog-Suchmaschinen, wie z.B. Feedster, lassen sich Blogs gezielt durchsuchen.
- Blogs als Schreibinstrumente fördern und fordern eine diskursive Art des Schreibens und damit den Austausch von Wissen. Als besondere Ausprägung ist das Führen von Lerntagebüchern zu erwähnen – eine bewährte Methode, um eine Lehrveranstaltung zu reflektieren, die eigene Lernpraxis zu dokumentieren, zu überprüfen und gegebenenfalls zu verändern [9]. Hier liegt der Einsatz von Weblogs nahe, der gegenüber traditionellen Lerntagebüchern zusätzliche Momente der Konversation und damit soziale Lernprozesse fördert. Möglich ist auch der Einsatz von Weblog-Lerntagebüchern als Prüfungsleistung.
- Weblogs unterstützen das Lernen nicht nur als Schreibinstrumente, sondern lassen sich in der Gruppenarbeit

auch gut für das Lernen durch Kommunizieren, Diskutieren, Kritisieren und Reflektieren einsetzen. Auf diese Weise können letztlich ganze Seminare organisiert werden.

- Für die Organisation der Lehre können Weblogs in Kombination mit RSS-Feeds sehr hilfreich sein. Mittels eines Pflicht-Feeds für Lernende kann jede gewünschte Information (der Hochschule, des Fachbereichs, des Lehrstuhls etc.) schnell an alle Zielpersonen im Push-Verfahren übermittelt werden.
- Wikis können an einer Hochschule in verschiedenen Bereichen für team- und projektorientiertes Arbeiten eingesetzt werden: in Seminaren mit hoher Beteiligung (z.B. Ablegen von Thesenpapieren sowie Kommentierung), bei Gruppenarbeiten (orts- und zeitunabhängige Bearbeitung), bei Ringvorlesungen verschiedener Dozenten usw. [10].
- Webquests, welche als Sonderform des fallbasierten Lernens betrachtet werden können und sich damit für selbstgesteuerte, problem- und entdeckungsorientierte Lernprozesse eignen [11], lassen sich sehr gut mit Weblogs und Wikis verbinden. Hier ist es denkbar, dass der Lehrende eine Aufgabe für Einzelpersonen oder Gruppen vergibt, welche dann in einem Wiki zu lösen ist.

Weblogs und Wikis an sich sind noch nicht nützlich für das E-Learning; geht es vorrangig um Informationsverteilung, gibt es sicher bessere Tools – es kommt also immer auf einen didaktisch sachgerechten Einsatz an. Setzt man sie als Mittel des Social Learnings ein, scheint eine neuartige Lernmaschine für autodidaktisches Entdecken und Lernen zu entstehen, deren Kern die Selbstverständlichkeit werden könnte, in Gruppen zu lernen [3]. Die US-Diskussion um das so genannte Edu-Blogging ist übrigens meist etwas pragmatischer, so werden auch eher instruktionalistische Ansätze unter Verwendung von Blogs propagiert.

Fazit:

Sind Weblogs und Wikis nur aktuelle Modephänomene der Netzkultur mit kurzer Halbwertszeit? Oder werden sie bald ein ganz selbstverständlicher Teil

unseres kommunikativen Repertoires sein? Wir gehen von der IntegrationsThese – Schaffung eines neuen Ganzen unter Einbringung des Monströsen in den Mainstream bei Erhalt einer eigenen Identität – aus, auch weil es sich um eigenständige, vielseitige Brückenformate [12] zwischen konventionellen Websites und Formen computervermittelter Kommunikation handelt.

Faktoren, die diese Integration befördern können, sind u.a. eine weitere Vereinfachung der Tools (etwa nach dem WYSIWYG-Prinzip), bessere Möglichkeiten zur Designgestaltung, gegebenenfalls auch eine Erweiterung der Funktionalität (eventuell in Form von Bliki-Tools, d.h. Mischformen aus Blogs und Wikis, wie z.B. SnipSnap).

Wir meinen, es ist der richtige Zeitpunkt gekommen, sich mit diesen neuen Werkzeugen und Medien zu beschäftigen und professionelle Einsatzmöglichkeiten zu erkunden. Einige erste Ideen und Anstöße dazu sollte dieser Artikel liefern.

Literatur:

- [1] Dünne, J.: Weblogs und der Wandel des Publizierens im Netz. <http://twoday.net/static/romblog/files/WeblogVortragBasel.rtf>.
- [2] Burg, T.N.: MonsterMedia – Monströsität angesichts von Weblogs. <http://randgaenge.net/stories/2003/09/30/monstermediadeutsch.html>.
- [3] Eigner, C./Nausner, P.: Willkommen, „Social Learning“! In: Eigner, C. u.a.: Online-Communities, Weblogs und die soziale Rückeroberung des Netzes. Graz 2003.
- [4] Nilsson, S.: The Function of Language to Facilitate and Maintain Social Networks in Research Weblogs. www.eng.umu.se/stephanie/web/LanguageBlogs.pdf.
- [5] Guretzky, B. von: Wikis, Blogs und Wissensmanagement. www.community-of-knowledge.de/cp_artikel.htm?artikel_id=170.
- [6] Röhl, M.: Distributed KM. www.roell.net/publikationen/distributedkm.shtml.
- [7] Pleil, T.: Meinung machen im Internet? <http://www.pr-guide.de/beitraege/pdf/p040914pleil.pdf>.
- [8] Röhl, M.: Business Weblogs. www.roell.net/publikationen/business-weblogs-de.shtml.
- [9] Stangl, W.: Lerntagebücher und Weblogs als Werkzeuge für selbstorganisiertes Lernen. www.stangl-taller.at/ARBEITSBLAETTER/LERNTECHNIK/Weblogs.shtml.
- [10] Thelen, T./Gruber, C.: Kollaboratives Lernen mit WikiWikiWebs. In: Kerres, M./Voss, B. (Hrsg.): Digitaler Campus. Münster 2003.
- [11] Staiger, S.: Didaktisch-methodische Hinweise zur Unterrichtseinheit „Planung eines Webauftretens“. www.lehrer-online.de/dyn/bin/300732-300998-3-projektbeschreibung.pdf.
- [12] Herring, S.C. u.a.: Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs. <http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2004/2056/04/205640101b.pdf>.

Die Autoren:



Prof. Dr. Mathias Groß ist Professor für Multimedia-Informatik an der Universität Lüneburg sowie Leiter des dortigen Instituts für Interaktive Medien.

gross@wissensmanagement.net



Werner Hülsbusch, Dipl.-Ing., Dipl.-Infwiss., ist als wissenschaftlicher Mitarbeiter in einem Forschungsprojekt des eLearning Academic Network Niedersachsen (ELAN) an der Universität Lüneburg tätig.

huelsbusch@wissensmanagement.net