

Aktionslinie – Social Software

1 Herausforderungen

1.1 Geschichte

Eine der wichtigsten rezenten Entwicklung an der Schnittstelle Softwareentwicklung/Multimedia und Mensch fasst man unter dem Schlagwort "Social Software" oder "Social Computing" zusammen. Ein Feld, dem auch aus ökonomischer Sicht derzeit (in den USA) hohe Bedeutung zukommt – siehe http://billburnham.blogs.com/burnhamsbeat/venture_capital/.

Der gerade erst ein Jahr alte Begriff gründet hingegen auf mehrern Jahrzehnten intensiver Erfahrungen und Entwicklungen im Bereich von Computer-Mediated-Communication

Seit den 60er Jahren befasst man sich – beginnend mit Doug Engelbart – mit Wegen wie man effizient Probleme einer globalisierten, komplexen Gesellschaft zu lösen kann.

1.2 Phänomen/Bedeutung

Zu Social Software zähle ich alle (multimedialen) Anwendungen, die Menschen mit einander in Beziehungen bringen bzw. über diese Beziehungen Auskunft geben und auf diesem Weg Content bzw. Kommunikation generieren. Die Dimensionen gehen hier in Richtung Produktivitätssteigerung durch Wissens- und Humankapital-Management oder einfach nur als Reaktion der Globalisierung von Kontakten und Communities bis zum gemeinschaftlichen Erstellen einer Enzyklopädie am Beispiel der Wikipädia.

Siehe auch http://www.shirky.com/writings/group_politics.html – Clay Shirky, Prof. an der NYU, zählt zu den wichtigsten Promotern von Social Software.

Gruppen-Bildung durch Selbstorganisation versus top-down Implementierung von Menschen in Gruppen oder task-orientierten Kontexten. Die Geschichte von CMC ging i.d.R. von einer Stärkung der Organisation (Projekten, Tasks) aus. Die jüngsten Entwicklungen von Social Software entschieden sich auf Basis der Komplexität der

globalen Anforderungen und der damit unmöglichen Kontrolle aller Anwendungsformen die Richtung zu wechseln und den Einzelnen bei der Gruppenbildung (Projekte, Tasks, Communities of Practice) zu unterstützen. Dahinter steht ein epistemologisches Konzept, welches das Netzwerk in ökonomischen, sozialen, biologischen und technischen als zentrale Metapher positioniert. Die emergenten Phänomene in all diesen Bereichen sind lediglich durch eine Stärkung der Individuen angesichts von Problem- und Aufgabenstellungen zu lösen.

Ein Netzwerk der dritten Generation (siehe Reed's Law) wie das Internet generiert seinen Wert im Potenzial von Many-to-Many-Beziehungen oder anders ausgedrückt der Connectivity, die sich im Unterschied zum Broadcasting-Netzwerk der ersten Generation nicht in Content und zum Peer-To-Peer Netzwerk der zweiten Generation nicht in der Anzahl der Teilnehmerinnen erschöpft, sondern darüberhinaus die Fähigkeit der Gruppenbildung ermöglicht. Die hinreichende Bedingung Value Proposition = Facilitation oder das Vermögen die richtigen sozialen, politischen und softwarebezogenen Rahmenbedingungen für die Content-Generation zu schaffen.

Der Prix Ars Electronica hat Digital Communities (eine Form von Social Software wie andererseits auch Spam-Filter eine Variante von Social Software sind) als Preiskategorie hinzugenommen und damit klar den Bereich Kunst in Richtung Gesellschaft um den Bereich von Social Software (Vergesellschaftung durch digitale Tools) erweitert. Dass bei den diesjährigen Preisträgern das Wikipädia-Projekt aufscheint, ist ein ganz klarer Hinweis, dass es ausreichend ist Rahmenbedingungen zur Verfügung zu stellen: Software und Verwendungsregeln (Vision, Mission, Regeln) reichen aus damit Inhalt generiert wird. Die englische Wikipedia-Version hat mehr Zugriffe als die Encyclopaedia Britannica!

Es geht v.a. auch darum Rahmenbedingungen zu schaffen (Enablement, Empowerment – eben Politik zu machen), dass die Menschen Inhalte generieren können. Wir reden von Software, wobei damit keine Grenzziehung zu Multimedia gemeint ist, sondern im Gegenteil das emanzipatorische und politische Programm der Informationsgesellschaft auf den Punkt gebracht wird. Amazons kollaborative Filter sind der beste Beweis für das Funktionieren "Sozialer Software": Serendipity kehrt in die digitale Welt zurück, Serendipity, die nur in Buchhandlungen und offenen

Regalaufstellungen von Bibliotheken möglich war und das Feld wird noch weiter aufgemacht, ich kann die Kommentare der Mitleser nachvollziehen. Die Öffnung des kulturellen Erbes Buch wurde erst damit möglich, die Digitalisierung des Contents ist der Kontext.

Der vielleicht spannendste Moment bzw. auch gleichzeitig die größte Herausforderung ist die Transmedialität der Bezugfelder und Elemente für erfolgreiche Social Software-Anwendungen, Erfahrungen.

Die Digitalisierung kann, wie an andere Stelle ausgeführt, völlig neue Formen der Vergesellschaftung befördern.

Ein abschließendes Beispiel sozialer Software: es handelt sich um einen Standard, der es ermöglicht webbasierte quasi Zitationssysteme zwischen Inhalten zur Verfügung zu stellen. Der Standard Trackback wurde von der Firma Sixapart im Rahmen eines Software-Tools entwickelt und hat längst Eingang in andere SW-Lösungen gefunden um es den Nutzerinnen zu ermöglichen Querbezüge zwischen dezentral abgespeicherten Inhalten (welchen Dateiformates auch immer) herzustellen.

Die Innovation gehen in der Regel von 1-3 Mann/Frau Firmen mit (fakultativer) Uni-Beteiligung aus.

1.3 Stakeholder

Die Thematik Social Software ist eine klassische Querschnittsfunktion, d.h. transdisziplinär.

Entwickler, Interface-Designer, Usability-Expertinnen, SoziologInnen, Kultur- und Medien- und KommunikationswissenschaftlerInnen, Informationswissenschaften, Ökonomie, Politikwissenschaft, Psychologie sind allesamt Teil der Diskussion.

2 Ziele

Meiner Ansicht nach sollte das Förderungskonzept Entwicklungen/Studien/Projekte in Bereich Sozialer Software unterstützen. Nach Content ist Connection der nächste wichtige Schritt in Richtung Informations- und Wissensgesellschaft. Die Globalisierung erfordert eine Reterritorialisierung des Einzelnen und seiner Kommunikationspraktiken – Social Software hilft dabei, ob privat oder im beruflichen oder sachorientiertem Kontext.

Die Einrichtung einer Aktionslinie ist ein Plädoyer für die Förderung von Kreativität von Software mit der Auflage human- und kulturwissenschaftlicher Intervention. Das ist der Ort wo neue Formen gesellschaftlicher Auseinandersetzung generiert werden. Letzthin hat die Internet-Kampagne von Howard Dean politische Kommunikations-Geschichte geschrieben und neben literalen Content v.a. auch monetären geschaffen.

eContent ist auch das Bereitstellen von Räumen im weitesten Sinne in denen Content generiert werden kann, v.a. dann wenn man das Internet als ein Netzwerk der dritten Generation versteht, dessen Value Proposition in der Facilitation und nicht im Zugang und auch nicht dem bereitgestellten Content besteht. Medienkompetenz muss ermöglicht nicht geschaffen werden.

Grundlegend sollte der Richtlinie die Metapher einer Informations-Ökologie (Nardi/O'Day) zugrundeliegen; diese gründet auf 5 Prämissen:

- 1) Praktiken
- 2) Technologien
- 3) Werte
- 4) Menschen
- 5) Lokale Eingrenzung/Bedeutung (Community) mit Blick auf regionale Stakeholder und auch auf den Aspekt einer Situated Software, d.h. Software, die auf eine lokale Fragestellung hin optimiert ist und deren Skalierbarkeit nicht Hauptziel ist.

3 Mögliche Projektschwerpunkte

3.1 Forschungsprojekte

3.1.1 Informatik

3.1.2 Kultur-, Human- & Medienwissenschaften

3.2 SW-Entwicklungsprojekte

3.2.1 Neue Dienste/Services

3.2.1.1 Bausteine

3.2.2 Interoperabilität

3.3 Case Studies

3.3.1 Integration von SS in Business

3.3.2 Integration von SS in Education

3.3.3 Integration von SS in Administration

Draft