

Herausgegeben von Patrick Rössler

Editorial Board:

Klaus Beck

Joachim Höflich

Klaus Kamps

Wolfgang Schweiger

Andreas Werner

Werner Wirth



Band 15

Klaus Beck, Wolfgang Schweiger, Werner Wirth (Hrsg.)

Gute Seiten - schlechte Seiten

Qualität in der Onlinekommunikation

Auszug des Artikels:

**Seibold, Balthas (2004): Verfügbar,
verständlich und relevant - was
Nutzer in Entwicklungsländern von
Onlineinhalten erwarten.**

Verlag Reinhard Fischer
M Ü N C H E N

Redaktion der Reihe INTERNET Research:
Prof. Dr. Patrick Rössler
Universität Erfurt
Kommunikationssoziologie und -psychologie
Nordhäuser Str. 63
99089 Erfurt
Tel: 0361 / 737-4181
e-mail: patrick.roessler@uni-erfurt.de

Bibliographische Angaben

Seibold, Balthas (2004): Verfügbar, verständlich und relevant - was Nutzer in Entwicklungsländern von Onlineinhalten erwarten. In: Beck, Klaus / Schweiger, Wolfgang / Wirth, Werner (Hg.): Gute Seiten - schlechte Seiten. Qualität in der Onlinekommunikation (=Band 15 der Reihe InternetResearch), S. 168-189. Abrufbar im Internet. URL:
http://www.webwort.de/index_stiftungskolleg_studie.htm
. Stand: 4.2.2004.

Inhaltsverzeichnis

- Seite 168 bis 189 des Sammelbands: Artikel von Balthas Seibold "Verfügbar, verständlich und relevant ..."
- Inhaltsverzeichnis des Sammelbands
- Kurzbiographien der Autoren

ISBN 3-88927-351-3

ISSN 1617-6839

© Verlag Reinhard Fischer 2004, Weltistr. 34, 81477 München
www.Verlag-Reinhard-Fischer.de

Balthas Seibold

Verfügbar, verständlich und relevant - was Nutzer in Entwicklungsländern von Onlineinhalten erwarten

Einleitung

Das Internet boomt – nicht nur in der industrialisierten Welt. Immer mehr Menschen in Entwicklungsländern überspringen den digitalen Graben („Digital Divide“), der die infrastrukturstarke Industrieländer noch immer von den Entwicklungsländern trennt. Doch was erwartet diese rasch wachsende Nutzergruppe *im* Internet und noch wichtiger: Was erwartet die Nutzergruppe *vom* Internet? Diese Frage nach spezifischen Anforderungen von Entwicklungsländern an das World Wide Web⁷⁸ soll in diesem Beitrag bearbeitet werden. Dazu wird die ‚andere Sicht‘ auf die Qualität von Onlineinhalten und Anwendungen in zwei Aspekten untersucht. Zum einen werden Dimensionen einer ‚Contentqualität‘ (Bucher 2000: 159) behandelt. Es zeigt sich, dass Nutzer in Entwicklungsländern oft solchen Kriterien große Bedeutung zumessen, die in der industrialisierten Welt als weniger wichtig eingestuft werden. Qualität von Onlineinhalten und Anwendungen kann in Entwicklungsländern als Grad der Verständigung gemessen werden, die diese ermöglichen. Dies umfasst zum Beispiel die digitale Verfügbarkeit, Verständlichkeit, Relevanz oder interkulturelle Kompatibilität von Inhalten. Neben solchen Content-Qualitätskriterien werden als zweiter Aspekt einige spezifische Kriterien im Bereich der Usability aufgezeigt. Der Beitrag greift bei der Analyse des Themas unter anderem auf eine quantitative Fallstudie des Autors zurück, in der 2002 sechzig Nutzer in öffentlichen Internetzugängen in Peru zur Qualität von Internetinhalten befragt wurden.⁷⁹ Eine solche rezeptionsorientierte Qualitätsforschung (siehe hierzu die

Beiträge von Neuberger und Rössler in diesem Band) ist „in verstärktem Maße für (...) Angebote im Internet“ gefordert (Bucher 2000: 154) und ganz besonders im Bereich der interkulturellen (Massen-)Kommunikation. Der Beitrag schließt ab mit einer Qualitäts-Checkliste. Diese fasst in einer praxisorientierten Aufstellung zusammen, wie Onlineinhalte für Nutzer in Entwicklungsländern gestaltet sein sollten.

Sechs Qualitätskriterien für Onlineinhalte und -Anwendungen

Weltweiten Zugang zur global vernetzten ‚Wissensgesellschaft‘ zu bekommen (Bell 1979, Castells 1996, David & Foray 2002, Quéau 2002) und durch die Technik Wege aus der Armut zu finden (ECOSOC 2000, UNDP 2001, Rosen 2002, Gersäter/Zimmermann 2003, Spence 2003) – dies ist das Versprechen des Internet und die Hoffnung vieler Nutzer, die sich von Entwicklungsländern aus in das Wissensnetz einwählen. Doch neben den universellen Qualitätskriterien jeglicher (Online-) Informationen wie Aktualität, Verlässlichkeit, Komplexitätsreduktion, Informativität, Relevanz, Objektivität, Vielfalt, Verifizierbarkeit, Transparenz, Auffindbarkeit, Orientierung (Ruß-Mohl 1992, Bucher 2000: 159, 162ff, siehe hierzu auch die Beiträge von Dahinden et al., Neuberger und Rössler in diesem Band) haben Nutzer in Entwicklungsländern eine Reihe von besonderen Bedürfnissen, um aus ihrer Sicht optimal von Inhalten aus dem Internet profitieren zu können. Im Folgenden werden sechs der Qualitätskriterien vorgestellt, die in der internationalen Fach-Debatte am häufigsten diskutiert werden und deren Relevanz sich in der Fallstudie des Autors bestätigten.

Informationen als Public Good

„He who receives an idea from me, receives instruction himself without lessening mine; as he who lites his taper at mine, receives light without darkening me“ (zit. nach Lessig 2001: 94). So fasst Thomas Jefferson in seinem berühmten Kommentar zum Patent- und Urheberrecht den erleuchtenden Gemeinschaftscharakter von Wissen zusammen. Noch heute ist diese Nicht-Rivalität der Kern der ‚Public Good‘-Theorien⁸⁰, die be-

⁷⁸ Der Beitrag konzentriert sich auf Inhalte und Anwendungen des WWW als dem wichtigsten Modus (Rössler 1998: 19, 29) der Onlinekommunikation neben E-Mail (nicht nur) in Entwicklungsländern. In einer Fallstudie des Autors in Peru gaben die Nutzer als beliebteste Zwecke der Internetnutzung an: E-Mail schreiben und empfangen (Modus E-Mail), Informationen für akademische oder universitäre Arbeiten suchen (Modus Web), Onlinenachrichten lesen und Informationen für schulische Arbeiten suchen (Modus Web). Ähnliche Befunde auch bei Proenza et al. (2001: Annex A); für Deutschland vgl. van Eimeren et al. (2002: 355, 352).

⁷⁹ Die Studie wurde mit und für die Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH und die United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) durchgeführt. Die Inhalte des vorliegenden Beitrags geben persönliche Ansichten des Autors wieder und sind nicht unbedingt die

offizielle Position der UNESCO und der GTZ. Die wichtigsten Ergebnisse sind auch unter <http://www.webwort.de> abrufbar; vgl. zusätzlich Seibold (2002b).

⁸⁰ Öffentliche Güter werden klassisch definiert durch die Nicht-Rivalität (der Konsum des Gutes reduziert nicht die Menge, die andere konsumieren können) und/oder Nicht-Ausschließbarkeit (Es ist nicht möglich oder sehr kostspielig, Personen vom Konsum des Gutes auszuschließen) (Kaul et al. 2003: 21, Lessig 2001: 19-23). Tatsächlich ist es bei den ‚neueren‘ öffentlichen Gütern wie ‚Information‘ oft so, dass die Nicht-Rivalität und Nicht-Ausschließbarkeit nicht in der Natur des Gutes liegen, sondern in politischen, ethischen, normativen und gesetzlichen Festlegungen. Die digitale Kopiertechnik des Internet ermöglicht und erleichtert zwar die Nicht-Rivalität und Nicht-Ausschließbarkeit von Onlineinhalten, entscheidend ist

stimmte Bereiche wie Luft, Wasser, Verkehrswege oder eben auch Informationen als kollektives Eigentum von Gemeinschaften definiert (Kaul et al. 2003, Lessig 2001, Stiglitz 1999). In der Wissens- und Netzwerkgesellschaft werden nun Informationen zum wichtigsten Rohstoff (Bell 1979, Castells 1996, David & Foray 2002) und das Internet zum globalen Übertragungskanal.

Besonders für Entwicklungsländer ist damit der kostenfreie Zugriff auf relevante Inhalte erstmals greifbar, und gleichzeitig gefährdeter denn je. Schuld daran sind zwei gegenläufige Bewegungen, die ein Zusammenspiel aus wirtschaftlicher Globalisierung und digitalen Informationsnetzen hervorgebracht hat. Einerseits macht die Digitalisierung und weltweite Vernetzung Informationen erstmals global verfügbar und fast kostenlos replizierbar. Andererseits droht als Abwehrreaktion darauf die „global unification of merchandizing of information“ (Quéau 2002: 10), der „constant warfare between those who see copyright protection as a threat to the new digital world and those who see that world as a threat to their wallets“ (Manasian 2003: 13). Eine düstere Vision von technischen Schutzmechanismen, kombiniert mit weltweiten legalen Restriktionen, droht Realität zu werden.

Zur Technik: Die großen Medienkonzerne basteln immer erfolgreicher an einem lückenlosen ‚Digital Rights Management‘ (DRM) (Benkler 2001: 85, Evans 2002: 164, Grassmuck 2002: 130-162, 170ff, Kühne 2002), das jegliche Form der Kopie kontrolliert und (potenziell) verhindert. Eine Balance des DRM als „Folterinstrument[s] der Informationsgesellschaft“ (Kuhlen 2002: 1) durch ‚fair use‘-Ausnahmen und das Recht auf Privatkopie ist nicht länger vorgesehen⁸¹ und technisch oft nicht mehr möglich (Kühne 2002, Longworth 2000: 13f, 49f).

Der legale Paradigmenwechsel hin zum verabsolutierten Urheberrechtsschutz begann 1994 mit dem Beschluss der Welthandelsorganisation (WTO), geistiges Eigentum im Rahmen des TRIPS-Abkommens⁸² im Wesentlichen als Handelsware zu definieren (WTO 2000, UNDP 2001: 102-108). Er zog sich seither in umstrittenen supranationalen und nationalen Gesetzgebungen fort wie in den beiden Internet-Copyright-Verträgen der World Intellectual Property Organization (WIPO) von 1996⁸³, dem ‚Digital Millennium Copyright Act‘ der USA oder der ‚EU-Richtlinie zur Harmonisierung

aber trotz allem der politische Wille: „Whether goods become de facto public often depends on technology and on policy choice“ (Kaul et al. 2003: 23, auch 7f.). Daher kommen Kaul et al. (2003: 23) in ihrem aktuellen Kompendium zur normativen Definition von globalen öffentlichen Gütern als „goods with benefits that extend to all countries, people and generations“.

⁸¹ Zum Vergleich der beiden Rechtstraditionen des ‚fair use‘ (anglo-amerikanisches Copyright-System) und der Privatkopie (kontinentaleuropäisches ‚Droit d’auteur‘-System) vgl. Grassmuck (2002: 51-71).

⁸² Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights. Siehe http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips.pdf (16.08.2003).

⁸³ Vgl. WIPO. Online unter <http://www.wipo.org> (16.08.2003), vgl. ferner Grassmuck (2002: 63f.).

bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft‘ (Grassmuck 2002: 64f., Kühne 2002). Das neue Mantra ist der Anreizeffekt robuster digitaler Urheberrechte auf die Innovationsfreudigkeit der Wirtschaft, während verdrängt wird, was fehlendes Wissen die Gesellschaft kostet (Correa 2003: 414). „The meaning (content) of information is set aside as extraneous to the determination of its value“ (Sholle 2003: 354).

In der derzeitigen Debatte wird dieses Ungleichgewicht meist mit dem drohendem Verlust von Kreativität und auf früheren Werken aufbauender Evolution in Verbindung gebracht (Lessig 2001: 104ff.), da die Urheberfrage im Bereich der künstlerischen Inhalte durchdekliniert wird. Für Entwicklungsländer geht es aber um viel mehr: Für sie ist praktisches technisches, wissenschaftliches und gesellschaftliches Wissen der wertvollste Rohstoff zur Armutsbekämpfung. Gleichzeitig droht genau dieser Rohstoff immer teurer oder gänzlich unerreichbar zu werden. Ein Beispiel aus der Arbeit der GTZ⁸⁴, der größten deutschen Organisation für Projekte der internationalen Zusammenarbeit: Das GTZ-Projekt ‚CRYSTAL‘ bietet für Entwicklungsländer Lehrmaterialien zur beruflichen Bildung an. Lehrbücher wie ‚Einführung in die Elektrotechnik‘ werden in Englisch, Spanisch, Französisch, Portugiesisch, Arabisch oder Chinesisch übersetzt und verteilt⁸⁵. Diese Materialien konnten im Prä-Internet-Zeitalter nur teuer und umständlich per Post versandt werden. Inzwischen liegen fast alle Dokumente auch digitalisiert vor. Im Onlineauftritt von CRYSTAL findet man aber statt der vollständigen Lehrbücher und Hefte oft wieder nur nackte Verweise. Aus Gründen des Urheberrechts bleiben die meisten Dokumente digitale Verschlussache, die nur per CD-Rom oder wieder in der Papierversion verschickt werden, postalisch und auf Anfrage⁸⁶. Nur eine starke copyright-freie ‚öffentliche Domäne‘ von Informationen kann Teufelskreise wie diesen durchbrechen. „All would gain if governments and other public service organizations identified and digitized their rich and diverse information stocks and made them available to all“ (Matsuura 2003: 3).

Doch weil die Frage von Copyright versus öffentliches Gut im Internet bisher oft in den (für Industrieländer interessanten) Gebieten der Unterhaltungsindustrie geführt wurde, drohen restriktive Regelungen wie das Digital Rights Management auch auf die traditionell ‚öffentlich‘ orientierten Bereiche wie Wissenschaft, Bildung⁸⁷, Gesundheit und weitere gesellschaftlich-entwicklungspolitisch wichtige Gebiete übertragen zu wer-

⁸⁴ Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH; <http://www.gtz.de>.

⁸⁵ Vgl. <http://www.gtz.de/crystal/> (16.08.2003).

⁸⁶ Mehr zur Schwierigkeit, in Entwicklungsländern an internationale technische und wissenschaftliche Materialien zu kommen, auch in Forero-Pineda & Jaramillo-Slazar (2002).

⁸⁷ Zur generellen Privatisierungstendenz im tertiären Bildungsbereich und möglichen Lösungswegen vgl. World Bank (2002: 67-97, 126f.), für den Bereich der Grundbildung vgl. UNDP (2003: 114-115).

den. Hier verhindert das Beschränken von ‚fair use‘ nicht das Anhören eines Musikstücks, sondern das Wissen um eine Krankheit, eine relevante Forschungsarbeit, eine Berufsausbildung oder ein Fernstudium. Wie kann also eine neue digitale Balance von berechtigten Urheberrechtsinteressen und öffentlichem Zugang zu solchen Informationen hergestellt werden? Dies ist die oft gestellte Gretchenfrage des aktuellen Copyright-Streits⁸⁸. Sie kann hier nur in Fokussierung auf Interessen der Entwicklungsländer bearbeitet werden, für die ein freier Zugang zu bestimmten Inhalten überlebensnotwendig ist (Quéau 2002: 13).

Eine Möglichkeit zur neuen Ausbalancierung der Interessen wäre eine Stärkung der ‚fair use‘-, Privatkopie-, und Erstverkaufs-Doktrin⁸⁹ als robustes Recht auf die Vervielfältigung und den Verleih von urheberrechtlich geschützten Werken zu wissenschaftlichen und Bildungszwecken – auch im Internet (Alexander 2002: 7, Besser 2001, Grassmuck 2002: 68-72, UNESCO 2001: 181-272, Longworth 2000: 14). Die zweite Idee ist dem Bereich des Patentschutzes von Medikamenten entlehnt. Hier werden die Patentgebühren und die dadurch viel zu hohen Preise für lebenswichtige Medikamente in Entwicklungsländern kritisiert (Médecins Sans Frontières 2001). Der nun eingeschlagene Weg sieht eine Art ‚gestaffelter öffentlicher Güter‘ vor: Zum Beispiel kommen Aidskranke in Entwicklungsländern an günstige Generika oder Niedrigpreisversionen von Medikamenten, während Patienten in Industrieländern über die höheren Preise der Originale die Entwicklungskosten der Pharmakonzerne finanzieren (UNDP 2001: 106-108)⁹⁰. Parallele Versuche zum ‚tiered pricing‘ (UNDP 2001: 7, 96) gibt es auch im Bereich von Informationen. Zum Beispiel ist der kostenfreie Zugang einer digitalen Bibliothek auf Nutzer aus Afrika beschränkt⁹¹ oder der Zugang zu medizinischen Fachzeitschriften für Nutzer aus Entwicklungsländern vergünstigt⁹². Allerdings ist einzuwenden, dass schon im Fall der Medikamente ein Weiterverkauf der Generika in Industrieländern befürchtet wird, das ‚parallel imports‘-Phänomen (Correa 2003: 420) – ein Missbrauch, der im Falle von digitalen Informationen natürlich noch viel massiver ausfallen könnte. Dieser Nachteil belastet ebenfalls die nächste Idee zur neuen Ausbalan-

⁸⁸ Vgl. Barlow (1994), Besser (2001), Evans (2002), Fisher (2001), Kühne (2002), Lessig (2001), Longworth (2000), Manasian (2003), Quéau (2002), UNDP (2001: 102-109), UNESCO (2001: 181-272).

⁸⁹ Die Erstverkaufsregel besagt, dass ein Käufer eines (analogen) Werks dieses ohne Erlaubnis des Urhebers weiterverkaufen darf, vgl. Grassmuck (2002: 71, 117f).

⁹⁰ Correa (2003: 413f.) argumentiert sogar, dass Entwicklungsländer generell aus dem Patentsystem ausgenommen sein sollten, da sie sowohl Innovationen verpassen als auch über Patentgebühren die Industrieländer weiter stärken (vgl. auch Stiglitz 1999: 312, 315). Dagegen argumentiert Lesser (2001), dass ein robuster Urheberrechtsschutz in Entwicklungsländern mehr Vertrauen und damit mehr Handel, Direktinvestitionen und Technologietransfer induziert.

⁹¹ Vgl. <http://africaeducation.org/adl> (16.08.2003).

⁹² Vgl. Bemühungen der WHO Initiative Health InterNetwork; <http://www.healthinternetwork.net>.

cierung von Urheberrecht und öffentlichem Interesse. Hier müsste man als Informationssuchender nur dann um Erlaubnis fragen und bezahlen, wenn man das urheberrechtlich geschützte Werk kommerziell nutzt (Yoo 2001: 230, Grassmuck 2002: 404, Litman 2001: 171ff).

Unabhängig vom Motiv des einzelnen Nutzers ist die Idee, generell keine Gebühren für einzelne ‚Wissensabrufe‘ im Web zu erheben, sondern sich auf pauschale Vergütungen zu beschränken, die über Steuern oder Abgaben auf die elektronischen Vervielfältigungsgeräte eingezogen werden und deren Ausschüttung sich an globalen Abrufzahlen orientiert (Manasian 2003: 12, Shavell & Ypersele: 1999). Diese aus der Praxis der Verwertungsgesellschaften entlehnte Vorstellung hätte den Vorteil für Entwicklungsländer, dass viele relevante Informationen quasi-kostenlos vorlägen. Der Preis von Hardware würde jedoch weiter steigen. Die Verfechter der ‚Public Good‘-Definition von Informationen wollen ausgewählte, besonders entwicklungsrelevante Inhalte⁹³ durch Subventionen, Steuererleichterungen, Regulierung und Stiftungsgelder fördern (Kaul et al. 2003: 35-41, Kaul & Le Goulven 2003, Yoo 2001: 230f., Lessig 2001: 255)⁹⁴. Des weiteren könnte man wie im internationalen Patentrecht die ‚compulsory licenses‘ stärken (Grassmuck 2002: 404, Lessig 2001: 255, 109f). Über diese Zwangslizenzen könnten Entwicklungsländer auch ohne Einverständnis der Urheber zu moderaten Gebühren an besonders benötigte Inhalte kommen. Schließlich schlagen radikale Apologeten einer erleuchteten Wissensgesellschaft vor, die Idee von freier Software auf freie Inhalte zu übertragen. So wie eine große Entwicklergemeinschaft philanthropisch Software weiterentwickelt unter der Bedingung, dass alle weiteren Versionen ebenfalls kostenlos bleiben (Grassmuck 2002), so könnte es auch ‚OpenContent‘ oder ‚Creative Commons‘ geben, die von öffentlichen und zivilgesellschaftlichen Akteuren wie Universitäten, Stiftungen und NGOs kostenlos bereit gestellt und gleichzeitig immer weiter verbessert, korrigiert und adaptiert werden⁹⁵. Während man heute noch nicht sagen

⁹³ Die entscheidende Frage hier ist natürlich, wie eine Relevanz der Inhalte für Entwicklungsziele bestimmt werden kann. Mehr dazu weiter unten.

⁹⁴ Stiglitz (1999: 316) schlägt in diesem Zusammenhang vor, die Urheber zur Kasse zu bitten, die öffentliche Informationsgüter nutzen und diese dann kommerziell weiter vertreiben. Er schlägt vor, eine ‚Innovationsabgabe‘ einrichten, bei der jeder kommerzielle Urheber für die Nutzung von Gemeinschaftswissen zahlt. Dieses könnte dann wieder zur Herstellung neuer ‚Public Domain Information‘ genutzt werden. Zum Thema der Bereitstellung von Informationen als ‚öffentliches Gut‘ vgl. auch die ‚Policy Guidelines for the Development and Promotion of Public Domain Information‘ der UNESCO (2003a), die im Moment als Draft online verfügbar sind unter http://portal.unesco.org/ci/ev.php?URL_ID=8376&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201&reload=1061200003 (Stand 16.08.2003).

⁹⁵ Vgl. Websites der Bewegung wie <http://www.creativecommons.org>, <http://opencontent.org/>, <http://www.inasp.org.uk/>, <http://www.arl.org/sparc/>, <http://www.publiclibraryofscience.org>, <http://www.crisinfo.org> und <http://www.worldsummit2003.de/de/web/52.htm>; vgl. ferner Befürworter einer starken öffentlichen Wissensdomäne wie Benkler (2001), Grassmuck (2002: 394-404), Kaul et al. (2003), Lessig (2001), Matsuura (2003), Yoo (2001). Kuhlen (2002: 25) schlägt in diesem Zusammenhang vor, öf-

kann, ob und welche neuen Modalitäten der oben beschriebenen Copyright-Balancen vom rigiden Digital Rights Management bis zur libertären ‚OpenContent‘-Idee sich durchsetzen werden, so ist dennoch sicher, dass für Nutzer in Entwicklungsländern eine starke öffentliche Wissens-Allmende unverzichtbar ist und durch die oben beschriebenen Mechanismen auch erreichbar: „In that portion of our lives increasingly occupied by information, we can be free in a richer sense and more egalitarian in the distribution of wealth while maintaining or increasing productivity“ (Benkler 2001).

Dennoch wird eine gemeinnützige Bereitstellung von Inhalten nie alle Bedürfnisse von Nutzern abdecken können, besonders nicht die der Entwicklungsländer. Daher müssen kreative neue Wege gesucht werden, wie ‚Global Public Goods‘ zusammen mit dem Privatsektor bereitgestellt werden und nicht gegen ihn (Annan 2002; Sagasti & Bezanson 2001; Longworth 2000: 14, 27; Baird 2002: 15). Ein Beispiel ist die ‚Übersetzungsindustrie‘: Übersetzungen in andere Sprachen sind ein Hauptwerkzeug einer kulturell vielfältigen Wissensdomäne im Internet (vgl. den Abschnitt zur Sprachkompatibilität weiter unten). Gleichzeitig sind zum Beispiel leistungsfähige Übersetzungsmaschinen und Wörterbücher eine fortwährende Sisyphus-Arbeit, die nur durch einen dezentralisierten marktwirtschaftlichen Ansatz geschultert werden können. Hier pragmatische Allianzen zu schmieden, zum Beispiel im Sinne eines ‚gestaffelten öffentlichen Guts‘, wird die Qualität der im Internet für Entwicklungsländer zugänglichen Informationen entscheidend prägen.

Doch auch mit Hilfe des Privatsektors und von Nichtregierungsorganisationen ist die Bereitstellung von hochwertigen ‚Public Good‘-Informationen eine Herkulesaufgabe, da die Halbwertszeit für Wissen so schnell abnimmt, wie die Komplexität und Menge zunimmt. Man wird sich daher auf die inhaltlichen Bereiche beschränken müssen, die am nötigsten zur Armutsbekämpfung und zur nachhaltigen Entwicklung benötigt werden. Welche dies sein könnten, wird im folgenden Abschnitt behandelt.

Themen, für die ein besonders großer Bedarf an Online-Qualitätsinhalten besteht

„Un curso a larga distancia de mecánica automotriz“ (eine Online-Ausbildung zum Automechaniker) – das sucht Lenin Vargas Huamán am dringendsten im Internet, bisher vergeblich. Der 27-jährige ist arbeitsloser Baumaschinenfahrer und Internetnutzer in Cajamarca, einer kleinen Gebirgsstadt in den Anden von Peru. In der bereits erwähnten Fallstudie kristallisierte sich eine Reihe von Themen heraus, für die in Entwicklungsländern wie Peru ein besonders großer Bedarf besteht. Die Medienforschung der in-

fentlich produziertes Wissen zum Beispiel aus Hochschulen nicht länger an Wissensverwerter wie Verlage weiterzugeben, sondern selbst digital zu publizieren.

dustrialisierten Welt hat solche thematischen Relevanzzuschreibungen unter den verschiedensten Paradigmen wie der Nachrichtenwerttheorie (Galtung & Ruge 1974), der Publikumsforschung, den Medien-Funktions-Ansätzen (Ronneberger 1979) oder dem Uses-and-Gratifications-Approach (Rosengren 1974) teils kontrovers diskutiert; eine Anwendung auf das Internet liefern Cho et al (2003). Für die Entwicklungsländer und speziell für den Onlinebereich liegen dagegen noch kaum Befunde einer Contentqualität als Abdeckung gesellschaftlich relevanter Themenbereiche vor. Dabei wird dieser Bedarf in allen internationalen politischen Stellungnahmen hervorgehoben. So betont die ‚Digital Opportunity Task Force‘, eine Initiative der G8-Staaten gegen den digitalen Graben, in ihrem Abschlussbericht ‚Digital Opportunities for All‘ als wichtigen Aktionsspunkt: „Encourage local content development, translation and/or adaptation in developing countries to fulfill the needs of learners, scholars, professionals, and citizens for education, learning, training and application development“ (DOT Force 2001: 20). Welches aber sind die Bedürfnisse der Internetnutzer?

In der Fallstudie des Autors wurden 60 Internetnutzer aus dem ländlichen und städtischen Bereich Perus mittels einer Onlineumfrage und Experteninterviews zu ihren Informationsbedürfnissen und Qualitätsvorstellungen befragt. Die Untersuchung konzentrierte sich dabei auf Internetinhalte in den entwicklungspolitisch relevanten Kernbereichen Bildung, Wissenschaft, Kultur, Gesundheit, technische Informationen, Staat und Wirtschaft.

Der typische User der Stichprobe ist 24 Jahre jung, männlicher Student, arm und spricht nur Spanisch. Er besitzt selbst keinen Computer, sondern geht über öffentliche Internetzugänge („Cabinas Públicas“) mehrmals pro Woche für etwa zwei Stunden online. Er nutzt das Internet hauptsächlich zur Kommunikation (E-Mail, Chat), zweitens zur Information (Nachrichten, Fachinformationen) und drittens zur Bildung. Über 90 Prozent der Befragten würden sehr gerne an einem Onlinekurs zur beruflichen/universitären Bildung teilnehmen.

Es zeigte sich, dass die befragten Onlinenutzer in Peru von den genannten Bereichen am meisten Interesse an Bildungsinhalten wie Onlinekursen und Lehrmaterialien zeigten (vgl. auch im Folgenden Tabelle 1). Am zweitbeliebtesten sind Gesundheitsinhalte wie Krankheitsinformationen und Onlineärzte. Auch Wissenschaftsinhalte wie elektronische Publikationen und Wissenschaftsnachrichten, sowie bestimmte technische Informationen wie Naturkatastrophen-Informationen und Umweltschutz sind von hohem Interesse. Regionale Kulturinhalte werden ebenfalls als sehr wichtig eingeschätzt.

Tabelle 1: Die zehn wichtigsten Onlineinhalte aus den Bereichen Bildung, Wissenschaft, Kultur, Gesundheit, Technische Zusammenarbeit, Staat und Wirtschaft

Die zehn wichtigsten Onlineinhalte	Rang*	Bereich
1) Gesundheits-Informationen zu Krankheiten und Medikation	1,5	Gesundheit
2) E-Learningkurse zum Thema Internet und Computer	1,5	Bildung
3) Aspekte regionaler Kultur (Musik, Literatur, Lokalinfos)	1,5	Kultur
4) Schulbücher und andere Bildungs-Materialien online	1,6	Bildung
5) E-Learningkurse zur beruflichen Bildung	1,6	Bildung
6) Wissenschaftliche Nachrichten und Forschungsstand	1,6	Wissenschaft
7) Arztbesuch via Internet	1,6	Gesundheit
8) Informationen zum zivilen Katastrophenschutz (Erdbeben usw.)	1,6	Technische Informationen
9) Informationen zum Umweltschutz	1,7	Technische Informationen
10) Wissenschaftliche Publikationen online (Aufsätze, Daten usw.)	1,7	Wissenschaft

* Rang als Durchschnitt der Antworten auf die Frage: „Ist der folgende Onlineinhalt für Sie von hohem Interesse (1) – von einigem Interesse (2) – von keinem Interesse (3)?“ n=58; der spanische Fragebogen kann unter http://www.webwort.de/index_stiftungs-kolleg_studie.htm (16.08.2003) eingesehen werden.

Bildung, Gesundheit, Wissenschaft, Kultur – das sind also zusammengefasst die inhaltlichen Hauptthemenbereiche, die Nutzer im Beispielland Peru am meisten im Internet suchen – und oft nicht finden. Dieser Befund deckt sich mit weiteren Untersuchungen: Proenza et al. (2001: Annex A, Tabelle A-12.c.) identifizierten in einer Umfrage von 1.750 Internetnutzern im lateinamerikanischen Raum Wissenschaft, Bildung, Freizeit, sowie Gesundheit als die inhaltlichen Favoriten. In einer Studie zu ‚Online-Content for low-income and underserved Americans‘ in den USA (Interviews und Gruppendiskussionen) ergab sich als Beliebtheitsverteilung: local community information (jobs, housing), education, health, finance, culture, government und personal enrichment (The Children’s Partnership 2002: 8f.; 2000: 19, 40). Diese Themenbereiche treten nicht nur in den vorgestellten empirischen Studien zum Onlinebereich auf: Quéau zählt in seiner theoretisch begründeten Kompilation Bildung, Gesundheit, Umwelt und öffentliche Verwaltung als Prioritäten für den Bereich von öffentlichen Informationsgütern auf

(Quéau 2002: 14f). Die OECD fordert eine inhaltliche Konzentration auf Tele-Learning, Tele-Health und E-Commerce (OECD 2002: 155). UNDP rät zur Fokussierung auf Bildung und Gesundheit (Kaulet al. 2003: 46). Auch die jüngste UNESCO-Publikation zur Wissensgesellschaft nennt Bildung und Gesundheit als „sectors where services have a profound effect on ‚well-being“ (David & Foray 2002: 19). In seiner Studie ‚The Sisyphus Challenge‘ plädiert Sagasti (Sagasti 2003) dafür, den Schwerpunkt auf Wissenschaft und Technologie zu legen. Das infoDev-Programm der Weltbank nennt „better government services, enhanced environmental monitoring and more efficient education and health care services“ (infoDev 2001: 5), und ein Policy Paper der US-amerikanischen Markle-Stiftung zur jüngsten US-Entwicklungsinitiative ‚Millennium Challenge Account‘ rät, auf die produktivitätssteigernde Wirkung von Kommunikationstechnologien in den drei Bereichen Gesundheit, Bildung und Umweltschutz zu fokussieren (Rosen 2002: 15-18). Die Weltkonferenz der Vereinten Nationen zum Thema der neuen Kommunikationstechnologien ‚World Summit on the Information Society‘, die in zwei Phasen im Dezember 2003 und November 2005 stattfindet, hat schließlich als inhaltliche Schwerpunktbereiche ausgewählt: „E-government, E-business, E-learning, E-health“⁹⁶.

Als gemeinsame Nenner ergeben sich die zwei großen Themenprioritäten Bildung (inklusive Forschung/Wissenschaft) sowie Gesundheit. Auf diese sollte sich demnach die Herstellung öffentlicher Onlineinformationsgüter für Entwicklungsländer konzentrieren. Inwieweit man Informationen überhaupt über Kulturen hinweg ‚übertragen‘ kann, wird weiter unten behandelt. Zunächst aber zwei weitere Qualitätskriterien für Online-Content aus der Sicht von Entwicklungsländern: digitale Verfügbarkeit und Sprachkompatibilität.

Digitale Verfügbarkeit der Inhalte

Ein für Entwicklungsländer wesentliches Kriterium des tatsächlichen Zugangs liegt darin, über die elektronischen Netze nicht nur Informationen über Informationen zu bekommen, sondern Volltexte beziehungsweise vollständige Inhalte abrufen zu können. Allzu oft beschränken sich Onlineangebote, zum Beispiel in virtuellen Bibliotheken, auf große Datenbanken mit Metainformationen und Verweisen. Die tatsächlichen Bücher und Artikel mag man sich in der industrialisierten Welt dann irgendwo kaufen oder ausleihen. Nutzer in Entwicklungsländern stehen mit leeren Händen da, für sie ist

⁹⁶ Vgl. den Action Plan des World Summit, der zum Zeitpunkt der Drucklegung als Draft vorlag unter http://www.itu.int/dms_pub/itu-s/md/03/wsispcip/td/030721/S03-WSISPCIP-030721-TD-GEN-0005!!PDF-E.pdf (16.08.2003); mehr unter <http://www.itu.org/wsis>.

die Referenz ohne die dazugehörigen Inhalte nutzlos. Der weltweit nötige Paradigmenwechsel hin zum vollständigen Onlineinhalt erfordert natürlich große Digitalisierungsanstrengungen, kreative Urheberrechtslösungen (siehe erster Abschnitt) und die technische Kompatibilität. Ein wesentlicher und oft ignoriertes Aspekt der digitalen Verfügbarkeit ist auch die konsequente und kohärente Archivierung von digitalen Materialien. Schätzungen zufolge war die Hälfte aller Onlineinhalte von 1998 im Jahr darauf schon wieder verschwunden (Johnston 2003: E01). Probleme wie die Archivierung von dynamisch erzeugten Hypertexten, die Speicherung von multimedialen Elementen, die zeitliche Wechselhaftigkeit von Onlineinhalten (Seibold 2002c), dauerhafte technische Meta-Standards, ewige Internetadressen und haltbare digitale Speichermedien sind nicht einmal ansatzweise gelöst, obwohl immer mehr Initiativen wie das UNESCO E-Heritage Programm und die „Charter on the Preservation of the Digital Heritage“⁹⁷, das ‚National Digital Information Infrastructure and Preservation Program‘ der amerikanischen Library of Congress (Johnston 2003: E01) oder die moderne Bibliotheca Alexandrina⁹⁸ an der Bewahrung des digitalen Welterbes arbeiten.

Sprachkompatibilität

Jeden europäischen Internetnutzer befällt eine große Unsicherheit, sobald er einmal aus Versehen eine chinesische Webseite anklickt – man kann kein einziges Wort entziffern. Vielen Nutzern in Entwicklungsländern kommt fast das gesamte Internet chinesisch vor. Obwohl englische Muttersprachler inzwischen im Internet eine Minderheit von etwas über einem Drittel bilden, liegt noch immer der überwiegende Teil der Informationen auf Englisch vor. Etwa 70 Prozent aller Webinhalte sind englisch (Global Reach 2002, OCLC 2003), die weiteren Sprachen folgen als zersplitterte Minderheiten mit einstelligen Prozentwerten, so Deutsch, Japanisch, Chinesisch und Spanisch⁹⁹. Oft stehen

⁹⁷ Mehr zum E-Heritage-Programm der UNESCO unter http://portal.unesco.org/ci/ev.php?URL_ID=1539&URL_DO=DO_TOPIC (16.08.2003).

⁹⁸ Vgl. <http://www.bibalex.gov.eg> (16.08.2003).

⁹⁹ Die Angaben über die Sprachverteilung im Internet schwanken je nach Quelle stark, was an methodischen Schwierigkeiten und dem starken Wachstum von Internetseiten liegen dürfte. So kommt das Sprachobservatorium von Funredes, im Gegensatz zu Global Reach und OCLC, auf eine Internetpräsenz des Englischen von nur noch 45 Prozent (2/2003), gefolgt von Deutsch (6 Prozent), Spanisch (5 Prozent) und Französisch (4 Prozent) (Funredes 2003). Dieser Befund ist im Einklang mit der Vorhersage von Experten, dass der Anteil englischsprachiger Seiten weiter abnehmen wird, da immer mehr nicht-englischsprachige Nutzer Inhalte in ihren Muttersprachen produzieren. Bis zum Jahr 2007, so einige Autoren, soll Chinesisch die vorherrschende Sprache des Netzes sein (vgl. den Bericht zum ITU/WIPO Symposium; http://www.itu.int/aboutitu/annual_report/2001/ctt_www.html (16.08. 2003)). Google misst die Sprach-Version, in der seine Kunden die Suchmaschine nutzen. Auch hier ist Englisch die Hauptsprache mit über 50 Prozent, aber im Trend abnehmend, gefolgt von Deutsch, Japanisch, Spanisch, Französisch und Chinesisch, Befunde online unter: <http://www.google.com/press/zeitgeist.html> (16.08.2003).

also Nutzer aus Entwicklungsländern im Internet vor einer unüberwindbaren Sprachbarriere, da nur ein kleiner Anteil der Bevölkerung diese Fremdsprachen beherrscht. So gab über die Hälfte aller Befragten in der Peru-Studie des Autors an, kein Englisch zu verstehen, Proenza kommt sogar auf etwa 60 Prozent nur Spanisch-Sprechende (Proenza et al. 2001: Annex A, Tabelle A-1.b). Berücksichtigt man zudem, dass die jetzigen Onlinenutzer ein Segment mit vergleichsweise sehr hoher Bildung sind, so ergibt sich für die Gesamtbevölkerungen in Entwicklungsländern ein erschreckendes Bild: Das Beherrschen der englischen Sprache als Lingua Franca beschränkt sich größtenteils auf eine kleine Elite, für die Bevölkerung sind dagegen muttersprachliche Onlineinhalte eine absolute *conditio sine qua non*. Die UNESCO fordert daher in ihrer ‚Recommendation on the Promotion and Use of Multilingualism and Universal Access in Cyberspace‘, die im Oktober 2003 ratifiziert wurde: „Member States should formulate (...) national policies on the crucial issue of language survival in cyberspace, designed to promote the teaching of languages, including mother tongues, in cyberspace.“ (UNESCO 2003b: Annex I, 5). Um solche wirkliche Mutter- und Mehrsprachigkeit von Internetinhalten zu erreichen, sind enorme Investitionen in Übersetzung, Multilingualitäts-Standards und Fremdsprachen-Politiken weltweit notwendig. Außerdem kann man zwar Informationen in andere Sprachen übersetzen, der Wissenstransfer ist damit aber noch lange nicht gewährleistet. Die Forderungen nach mehr ‚working languages‘ (Diki-Kidiri 2002) im Internet bezieht sich daher nicht nur auf Übersetzung, sondern das lokale ‚Arbeiten‘ an Inhalten in Muttersprachen. An die Sprachfrage knüpft sich zwangsläufig die Frage der interkulturellen Kompatibilität und Lokalität von Onlineinhalten.

Interkulturelle Kompatibilität und kulturelle Vielfalt der Inhalte

Unpassende Beispiele in übersetzten Lehrmaterialien, Ethnozentrismus in der nationalen Medienberichterstattung, unverständliche kulturelle Sprachsymbolik – oft verhindern kulturelle Hürden wie diese die Kompatibilität von Onlineinhalten über Kulturgrenzen hinweg. Dazu kommt die Furcht in vielen (Entwicklungs-)Ländern, „[of] being ‚invaded‘ by foreign ideas and values that may undermine or overwhelm local cultural heritage and economic livelihoods“ (Ballantyne 2002: 1, vgl. auch Behmer & Trapp 2000: 201f). Dieser Apokalypse¹⁰⁰ einer wachsenden kulturellen Uniformität durch und im Cyberspace steht das Ideal einer Vielfalt durch lokale Onlineinformationen entgegen. Daher verweisen internationale Initiativen wie der Punkt acht des Genoa Plan of

¹⁰⁰ Die Furcht vor dem „cultural take over“ (Schiller 1976) sollte allerdings nicht zu einem Rückfall in die alten ideologischen Schützengräben der Dependenztheorien führen, in der jegliche Information zur Unterdrückung stilisiert wurde; für eine Zusammenfassung der Theoriedebatten vgl. Behmer & Trapp (2000).

Action der DOT Force „support local content“ immer wieder darauf, lokale Inhalte im Internet zu unterstützen (DOT Force 2001: 19f.). Allerdings ist das Konzept von (digitalen) lokalen Inhalten noch nicht sehr scharf. Advokaten von indigenen und anderen Minderheiten verstehen darunter oft den Prozess, Kultur und Geschichte von indigenen Völkern und anderen marginalisierten Minderheiten zu digitalisieren, zu erhalten und damit als Wissensbasis an die Gemeinschaft zurückzugeben (Worrcman 2002). Zum Teil wird auf die Ausbeutung von lokalem Wissen über Krankheitsbekämpfung durch Pharmakonzerne hingewiesen (UNDP 2001: 104f.). Ballantyne gibt als Definition: „local content is the expression of the locally owned and adapted knowledge of a community – where the community is defined by its location, culture, language or area of interest“ (Ballantyne 2002: 2). Das beste Argument für ‚lokales Wissen‘ ist also dessen bewiesene Relevanz für die Lebensrealität der betroffenen Gruppe (Ballantyne 2002: 2f.). Eine aktuelle empirische Internetstudie in Afrika und Südasien ergab, dass für arme Bevölkerungsschichten ein wesentliches Kriterium für Contentqualität im Internet lokale Informationsquellen darstellen, „close to home and applicable to their existing knowledge base“ (Pigato 2001: 8)¹⁰¹. Da sich Lebensumstände in Entwicklungsländern oft weniger unterscheiden als im Vergleich zu Industrieländern, könnte ein digitaler Transfer von ‚lokalem Wissen‘ sehr schnell globale Anregungen geben. Eine solche ‚Süd-Süd-Kooperation‘ durch ‚local-to-local‘-Kommunikation (Ballantyne 2002: 3, 18f.) über das Internet steht aber sowohl konzeptionell als auch in der praktischen Entwicklungszusammenarbeit noch am Anfang. Die UNESCO verabschiedete 2001 die „UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity“ (UNESCO 2002: 62). Diese würdigt kulturelle Vielfalt als die Hauptquelle von Austausch, Innovation und Kreativität, die durch moderne Informations- und Kommunikationstechnologien gleichzeitig ermöglicht und herausgefordert wird.

Der Nobelpreisträger und frühere Weltbank-Ökonom Joseph Stiglitz unterscheidet in diesem Zusammenhang zwischen einem globalen Pool generellen kodifizierten Wissens und lokalem, oft impliziten Anwendungswissen (Stiglitz 2000: 8ff.). Wie kann man beide für die internationale Entwicklungszusammenarbeit zusammenbringen? „It is the local component of knowledge that requires adaptation – which in turn requires the active participation of those who know and understand the institutional environment. Local adaptation cannot be done by passive recipients of ‚development knowledge‘; it must be done by the ‚doers of development‘ in the course of their activities“ (Stiglitz

¹⁰¹ Als ein Hauptdefizit des jetzigen Internet empfinden die Befragten, dass das Web ‚vertraute‘ Informationen nicht oder zumindest schlechter als Freunde, Familie oder lokale Netzwerke bereitstellt (Pigato 2001: 8, 29-41). Dazu kommt ein generell höheres Vertrauen in Freunde und Familie als in das ‚unpersönliche‘ Internet.

2000: 9). Dieses lokale Anpassen durch Wieder-Erfinden und Appropriation kann durch die Inhalte selbst erleichtert, erschwert oder unmöglich gemacht werden. Wie kann man eine solche Qualität der interkulturellen Kompatibilität von Onlineinhalten definieren? Neben den schon angesprochenen Punkten wie Multilingualität, thematische Relevanz und interkulturelle Verständlichkeit erscheint der didaktische Aufbau entscheidend, der im nächsten Abschnitt behandelt wird.

Leichte Verständlichkeit und Selbstlern-Didaktik

Mediale Inhalte sollen verständlich sein – das war schon immer ein grundlegendes Qualitätskriterium der rezeptionsorientierten Qualitätsforschung (vgl. etwa Bucher 2000: 54f., Ruhrmann 1989: 175). Vier Trends verschärfen diesen Zwang zur Verständlichkeit im vorliegenden Kontext: Erstens müssen Onlineinhalte den neuen Kommunikationsbedingungen des Web wie Aktualität, Hypertextualität, Interaktivität, Multimedialität, unbegrenzte Speicherkapazität, Digitalisierung, einfache Publikationsmöglichkeiten sowie Technikgebundenheit (Seibold 2002a: 11-17, Brüggemann 2002: 25-27) entsprechen. Zweitens ist die Kommunikation über Kulturgrenzen hinweg stets anfällig für Un- und Missverständnisse (siehe voriger Abschnitt). Dazu kommt drittens, dass Nutzer in Entwicklungsländern sehr heterogene Bildungshintergründe haben. Viertens werden die Informationen in den relevanten Themengebieten wie Gesundheit oder Wissenschaft immer spezieller, ausufernder und verfallen gleichzeitig schneller (Castells 1996: 66ff., Wallenborn 2001: 36, David & Foray 2002: 20f., Sagasti 2003: 36f). ‚Access‘ ist damit nutzlos als bloßer Zugang zu Informationen. Gefordert sind verständlich aufbereitete, aktuelle und relevante Inhalte.

Genau dies verspricht die Verschmelzung der Idee des aktiven Lernens mit neuen Kommunikationstechnologien im Paradigma des ‚E-Learning‘ (Dichanz & Ernst 2001, Twigg & Miloff 1998, Rossett 2001, Haddad & Draxler 2002).

Das Paradoxon von ‚selbst-erklärenden‘ Onlineinhalten erfordert jedoch eine sorgfältige didaktische Aufbereitung. Das Selbstlernen und selbst lernen kann zwar durch variable adaptive Lernmodule, Selbsttests, Feedbacks, intelligente Tutoren-Systeme, Cognitive Tools, Simulationen und weitere interaktive Elemente stimuliert werden (Friedland 2001: 53-68; Dichanz & Ernst 2001: 11f.). Kaum geklärt sind allerdings die damit verbundenen Probleme und Herausforderungen besonders in Entwicklungsländern, wie kulturell bedingte Lernstile oder die Absenz einer Lerngemeinschaft und eines Lehrers (Haddad & Draxler 2002, Sayed 2003). Sicher ist dagegen schon jetzt, dass es äußerst aufwendig und teuer ist, Inhalte zu digitalisieren, zu modularisieren und mit dem unterschiedlichen Vorwissen, Lernstil und Verständlichkeitshorizont

von heterogenen Nutzergruppen kompatibel zu machen. Die Wissensgesellschaft zum Nulltarif ist eine Illusion: „While the cost of replicating information and disseminating it can be very low, reproducing knowledge is a far more expensive process“ (Quéau 2002: 11, vgl. auch David & Foray 2002: 12f., Steinmueller 2002). Dennoch erscheinen Onlineinhalte mit einer inhärenten interkulturellen Selbstlern-Didaktik längerfristig als einziger Weg zum Qualitätsideal der Internet-weltweiten Verständlichkeit. Erste Schritte zu dieser Vision sind Initiativen wie die des Massachusetts Institute of Technology (MIT), das seit 2003 die Mehrzahl seiner Kursmaterialien als ‚Public Good‘ ins Internet stellt¹⁰².

Im Anschluss an die vorgestellten Qualitätskriterien für die Relevanz, Verfügbarkeit und Verständlichkeit von Onlineinhalten werden im Folgenden kurz vier Qualitätskriterien aus dem Usabilitybereich skizziert.

Vier Qualitätskriterien im Bereich der Usability

Auch im Bereich der ‚technischen‘ und ‚Interaktionsqualität‘ (Bucher 2000: 159) von Onlineinhalten gibt es eine Reihe von Kriterien, die sich in der Fallstudie für Nutzer in Entwicklungsländern als besonders relevant herausgestellt haben. In diesem Beitrag werden vier Qualitäts-Bereiche von Usability diskutiert: Verfügbarkeit der Informationen bei kleinen Übertragungs-Bandbreiten, Übertragbarkeit auf traditionelle Medien, Einfluss von Werbung und Erfassbarkeit der Informationen am Bildschirm.

Verfügbarkeit der Informationen bei kleinen Übertragungs-Bandbreiten

In Industrieländern beginnt gerade die zweite Phase des Internet. Breitbandverbindungen machen echte Multimedia-Anwendungen wie Musik oder Filmübertragung möglich. Immer mehr Nutzer steigen auf das beschleunigte Internet um (Musgrove 2003). Damit droht weltweit ein zweiter digitaler Graben, diesmal zwischen ‚High-Speed-Usern‘ in der industrialisierten Welt und ‚Bandbreiten-Zwergen‘ in Entwicklungsländern. Viele Webseiten, Dokumente, Bilder oder Videosequenzen sind schon heute schlicht zu groß, um mit der Modem-Technologie von vor fünf Jahren betrachtet werden zu können. Die zu lange Wartezeit beim Herunterladen von Webseiten und Dokumenten empfanden Nutzer in der Fallstudie des Autors als die absolut größten Rezeptionsschranken (vgl. auch im Folgenden Tabelle 2). ‚Schlanke‘ Informationen, die ursprünglich von den Programmiersprachen des Internet sehr gut unterstützt wurden,

¹⁰² Mehr zur ‚MIT OpenCourseWare Initiative‘ unter <http://ocw.mit.edu>.

gehören daher aus Sicht der Entwicklungsländer zu einer der wichtigsten Qualitätsforderungen im Bereich der Usability.

Tabelle 2: Die sechs größten Rezeptionsschranken – welche Hindernisse das Abrufen nützlicher Onlineinhalte verhindern

Die sechs größten Rezeptionsschranken	Rang*
1) Das Herunterladen von Dokumenten dauert zu lange	1,5
2) Die Seiten bauen sich zu langsam auf	1,5
3) Die Werbung auf vielen Seiten stört mich	1,7
4) Die Texte sind zu lang zum Lesen am Bildschirm und es gibt keine Druckmöglichkeit	1,8
5) Die Informationen sind in Sprachen, die ich nicht verstehe	1,8
6) Man muss für die Informationen bezahlen	1,8

* Rang als Durchschnitt der Antworten auf die Frage: Welches sind für Sie die größten Hindernisse, die Sie daran hindern, nützliche Informationen im Internet zu finden? Häufige Hindernisse (1), manchmal Hindernisse (2), nie ein Hindernis (3); n=58.

Übertragbarkeit auf traditionelle Medien

Während sich in Industrieländern die Computerhardware als individuelles Massenprodukt durchgesetzt hat, muss das rare Internet in Entwicklungsländern oft als Verteilermittel für traditionelle Medien wie Print oder Rundfunk dienen. Beispiele sind der Nachrichtenredakteur des lokalen Rundfunksenders, der seine internationalen Meldungen von CNN.com bezieht, oder der Lehrer, der eine Broschüre zur Aids-Aufklärung im World Wide Web herunterlädt und sie in seiner Schulklasse verteilen will. Ein wichtiges Qualitätskriterium ist jeweils, inwieweit man die Onlineinhalte leicht auf Offline-Medien übertragen kann. Das heißt konkret: Kann man die Inhalte ausdrucken, vorlesen oder analog abspielen?

Einfluss von Werbung

Die Fallstudie in Peru ergab überraschenderweise, dass die Nutzer neben den Downloadzeiten die Onlinewerbung als eine der Hauptstörfaktoren bei der Rezeption empfanden. Sie reagieren damit ähnlich wie Nutzer in Industrieländern. So steht Onlinewerbung in Deutschland auf der Hitliste der störenden Elemente ganz oben (van Eimeren et al. 2001: 387). Inwieweit die Ablehnung von Werbung in Entwicklungs-

ländern mit den fehlenden Bandbreiten, Glaubwürdigkeitsproblemen oder kulturellen Frustrationen zusammenhängt, bleibt zu untersuchen. Die Werbefreiheit von Webangeboten ist auf jeden Fall in die Liste der Qualitätskriterien im Bereich der Usability aufzunehmen.

Erfassbarkeit der Informationen am Bildschirm

Das Ausdrucken von Informationen ist in vielen Entwicklungsländern unverhältnismäßig teuer. In Peru kostet das Drucken einer Seite in einer öffentlichen Internetkabine soviel wie eine Stunde Surfen im Internet. Daher versuchen viele Nutzer, die Informationen vom Bildschirm weg zu erfassen. Dies bedeutet, dass Kürze und Strukturierung von Informationen ein noch wichtigeres Qualitätsmerkmal sind als in Industrieländern, wo man lange Webseiten auch ausdrucken und offline rezipieren kann.

Zusammengefasst sollten Informationen möglichst wenig Übertragungskapazität erfordern, leicht auf andere Medien übertragbar sein, keine Werbung enthalten und am Bildschirm leicht erfassbar sein.

Qualitätscheckliste: Wie Onlineinhalte für Nutzer in Entwicklungsländern gestaltet sein sollten

Die Checkliste in Tabelle 3 fasst die Qualitätskriterien von Onlineinhalten zusammen als Antwort auf die Frage, wie man Qualitätsinhalte für Nutzer in Entwicklungsländern gestalten sollte. Wie jegliche Qualitätsnormen beschreiben die obigen Kriterien einen Idealzustand, der in der Praxis selten erreicht werden kann. Sie geben dennoch Inhalts- und Zielpunkte dafür, wie man den spezifischen Qualitäts-Bedürfnissen von Internetnutzern in Entwicklungsländern besser gerecht werden kann. Verständlichkeit, Relevanz und Verfügbarkeit von Onlineinhalten sind die wichtigsten Bausteine für die Brücke über den digitalen Graben. „Seizing the opportunities offered by the digital revolution is one of the most pressing challenges we face. (...) Our efforts must be based on the real needs of those we are seeking to help“ (Kofi Annan, Generalsekretär der Vereinten Nationen)¹⁰⁵.

¹⁰⁵ Vereinte Nationen (2002: 4); Kofi Annan in seiner Rede vor der 56. Generalversammlung der Vereinten Nationen in deren Sitzung zu den neuen Informations- und Kommunikationstechnologien in der Internationalen Zusammenarbeit im Juni 2002.

Tabelle 3: Wie Onlineinhalte für Nutzer in Entwicklungsländern gestaltet sein sollten

Onlineinhalte für Nutzer in Entwicklungsländern sollten ...

- 1) kostenlos oder zu günstigen Konditionen abrufbar sein.
- 2) sich auf konkrete, für Entwicklungsländer besonders relevante Themenbereiche wie Bildung, Wissenschaft und Gesundheit fokussieren.
- 3) als digitaler Inhalt im Volltext direkt abrufbar sein (nicht nur Verweise).
- 4) in lokalen Sprachen vorliegen.
- 5) an den kulturellen Kontext angepasst und lokal verankert sein.
- 6) möglichst selbsterklärend, leicht verständlich und didaktisch aufgebaut sein.
- 7) als kleine Dateien bei geringen Bandbreiten abrufbar sein.
- 8) auch in analogen Medien wie Papier, Rundfunk oder mündlich weiterverteilt werden können.
- 9) keine Werbung enthalten.
- 10) kurz und strukturiert sein, um am Bildschirm leicht erfasst werden zu können.

Literatur

- Alexander, D. (2002). Integrating Intellectual Property Rights and Development. Beitrag zur Konferenz der Heinrich-Böll Stiftung „Die Zukunft der globalen Güter in der Wissensgesellschaft, 8.11.2002. Berlin. Online unter <http://www.wissensgesellschaft.org/themen/publicdomain/iprdevelopment.pdf>. (16.08.2003).
- Annan, K. (2002). Kofi Annan's IT challenge to Silicon Valley. In: CNET News.com - Tech News First vom 5.11.2002. Online-Magazin. Online unter <http://news.com.com/2010-1069-964507.html>. (16.08.2003).
- Baird, Z. (2002). Governing the Internet. Engaging Government, Business, and Nonprofits. *Foreign Affairs*, 81, 15-20. Online unter http://www.markle.org/news/06_Baird_15_20.pdf. (16.08.2003).
- Ballantyne, P. (2002). Collecting and Propagating Local Development Content. Synthesis and Conclusions. Online unter <http://www.ftpicd.org/files/research/reports/report7.pdf>. (16.08.2003).
- Barlow, J. (1994). The Economy of Ideas. A framework for patents and copyrights in the Digital Age. In: *WTRED magazine*, Issue 2.03, March 1994. Online unter http://www.wired.com/wired/archive/2.03/economy.ideas_pr.html. (16.08.2003).
- Behmer, M. & Trapp, B. (2000). More Connected? Neue Medien und "Eine Welt" – Chancen und Risiken. In H-B. Brosius (Hrsg.), *Kommunikation über Grenzen und Kulturen* (S. 187-207). Konstanz: UVK Medien.
- Bell, D. (1980). The Social Framework of the Information Society. In M. Dertouzos & J. Moses (Hrsg.), *The Computer Age. A Twenty Year View. 3. Auflage* (S. 163-211). Cambridge MA/London: MIT Press.
- Benkler, Y. (2001). The battle over the institutional ecosystem in the digital environment. *Communications of the ACM*, 44, 84-90. Online unter <http://www.law.nyu.edu/benkler/CACM.pdf>. (16.08.2003).
- Besser, H. (2001). Intellectual Property: The Attack on Public Space in Cyberspace. Online unter <http://www.gseis.ucla.edu/~howard/copyright/>. (16.08.2003).
- Brüggemann, M. (2002). *The Missing Link. Crossmediale Vernetzung von Print und Online (Reihe Internet Research, Band 4)*. München: Verlag Reinhard Fischer.

- Bucher, H.-J. (2000). Publizistische Qualität im Internet. Rezeptionsforschung für die Praxis. In: K.-D. Altmeppen, H.-J. Bucher & M. Löffelholz (Hrsg.), *Online-Journalismus. Perspektiven für Wissenschaft und Praxis* (S. 153-172). Wiesbaden.
- Castells, M. (1996). *The Information Age. Economy, Society and Culture. The Rise of the Network Society (Volume 1)*. Massachusetts/Oxford: Blackwell Publishers.
- Cho, Jaeho, Gil de Zúñiga, Homero, Rojas, Hernando & Shah, Dhavan (2003). Beyond Access: The Digital Divide and Internet Uses and Gratifications. *IT & Society*, 1, 4, 46-72. Online unter <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/v01i04.html> (16.08.2003).
- Correa, C. (2003). Manging the Provision of Knowledge. The Design of Intellectual Property Laws. In I. Kaul, P. Conceição, K. Le Goulven & R. Mendoza (Hrsg.), *Providing Global Public Goods. Managing Globalization* (S. 410-429). New York/Oxford: Oxford University Press.
- David, P. & Foray, D. (2002). An introduction to the economy of the knowledge society. *International Social Science Journal: The Knowledge Society*, Heft 171, 9-23.
- Dichanz, H. & Ernst, A. (2001). E-Learning. Begriffliche, psychologische und didaktische Überlegungen zum „electronic learning“. *MedienPädagogik. Online-Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung vom 27.6.2001*. Online unter http://www.medienpaed.com/00-2/dichanz_ernst1.pdf (16.08.2003).
- Diki-Kidiri, M. (2002). Towards real linguistic and cultural diversity in cyberspace. *UNESCO WebWorld* vom 12.12.2002. Online unter http://portal.unesco.org/ci/ev.php?URL_ID=6628&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201 (16.08.2003).
- DOT Force (2001). Digital Opportunities for All: Meeting the Challenge. Report of the Digital Opportunity Task Force (DOT Force) including a proposal for a Genoa Plan of Action. Online unter http://www.dotforce.org/reports/DOT_Force_Report_V_5.0h.pdf (16.08.2003).
- ECOSOC - United Nations Economic and Social Council (2000). Development and international cooperation in the twenty-first century: the role of information technology in the context of a knowledge-based global economy. Report of the Secretary-General (E/2000/52). Online unter <http://www.un.org/documents/ecosoc/docs/2000/e2000-52.pdf> (16.08.2003).
- Evans, D. (2002). Who Owns Ideas? The War Over Global Intellectual Property. *Foreign Affairs*, 81, 160-166. Online unter <http://www.foreignaffairs.org/20021101faessay10075/david-s-evans/who-owns-ideas-the-war-over-global-intellectual-property.html> (16.08.2003).
- Fisher, W. (2001). Theories of Intellectual Property. In S. Munzer (Hrsg.), *New Essays in the Legal and Political Theory of Property*. Cambridge. Online unter <http://cyber.law.harvard.edu/people/lfisher/iptheory.pdf> (16.08.2003).
- FUNREDES. Fundación-Redes-y-Desarrollo (Hrsg.) (2003). Observatory of the languages and the cultures. Evolution of the LANGUAGE study results. Online unter <http://www.funredes.org/LC/L5/evol.html> (16.08.2003).
- Forero-Pineda, C., Jaramillo-Salazar, H. (2002). The access of researchers from developing countries to international science and technology. *International Social Science Journal: The Knowledge Society*, Heft 171, 99-114.
- Friedland, C. (2001). The Application of Information and Communication Technologies in Learning and Training in Developing Countries. Unveröffentlichte Diplomarbeit, FH Karlsruhe.
- Galtung, J. & Ruge, M. (1974). Structuring and selecting news. In S. Cohen & J. Young (Hrsg.), *The Manufacture of News. Social Problems, Deviance and the Mass Media* (S. 62-72). London: Constable.
- Gerster, R. & Zimmermann, S. (2003). *Information and Communication Technologies (ICTs) For Poverty Reduction*. Richterswil: Swiss Agency for Development and Cooperation (SDC). Online unter http://www.gersterconsulting.ch/docs/ICT_for_Poverty_Reduction.pdf (16.08.2003)
- Global Reach (2002). Global Internet Statistics (by Language). Online unter <http://global-reach.biz/globstats> , siehe auch Unterseite: <http://global-reach.biz/globstats/refs.php3> (16.08.2003).
- Grassmuck, V. (2002). *Freie Software. Zwischen Privat- und Gemeineigentum*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Haddad, W. & Draxler, A. (Hrsg.) (2002). *Technologies for Education. Potentials, Parameters, and Prospects*. Paris, Washington D.C.: UNESCO, Academy for Educational Development. Online unter: <http://www.aed.org/publications/TechnologiesForEducation/TechEdBook.pdf> (16.08.2003).
- infoDev (2001) (Hrsg.). Annual Report 2000. Online unter <http://www.infodev.org/library/AR/ann00.pdf> (16.08.2003).
- Johnston, N. (2003). Plan Approved To Save U.S. Digital History. *Washington Post* vom 15.2.2003, E01.

- Kaul, I., Conceição, P., Le Goulven, K. & Mendoza, R. (Hrsg.) (2003). *Providing Global Public Goods. Managing Globalization*. New York/Oxford: Oxford University Press.
- Kaul, I., Le Goulven, K. (2003). Financing Global Public Goods: A New Frontier of Public Finance. In I. Kaul, P. Conceição, K. Le Goulven & R. Mendoza (Hrsg.), *Providing Global Public Goods. Managing Globalization* (S. 329-370). New York/Oxford: Oxford University Press.
- Kühne, U. (2002). In den letzten Tagen der Freiheit. Eine stille Revolution steht bevor – Die Zukunft des geistigen Eigentums wird dieser Tage entschieden. *Süddeutsche Zeitung* vom 14.12.2002, 8.
- Kuhlen, R. (2002). Universal Access – Wem gehört Wissen? In Heinrich-Böll-Stiftung (Hrsg.), *Gut zu Wissen. Links zur Wissensgesellschaft*. Münster. Online unter <http://www.wissensgesellschaft.org/themen/publicdomain/access.pdf> (16.08.2003).
- Lesser, W. (2001). The effects of TRIPS-mandated intellectual property rights on economic activities in developing countries (=Studie unter den WIPO Special Service Agreements). Online unter http://www.wipo.org/about-ip/en/studies/pdf/ssa_lesser_trips.pdf (16.08.2003).
- Lessig, L. (2001). *The future of ideas. The fate of the commons in a connected world*. New York: Random House.
- Litman, J. (2001). *Digital Copyright. Protecting Intellectual Property on the Internet*. Amherst: Prometheus.
- Longworth, E. (2000). The Role of Public Authorities in Access to Information: The broader and more efficient Provision of Public Content. Background study for Third UNESCO Congress on Ethical, Legal and Societal Challenges of Cyberspace. New Zealand. Online unter http://webworld.unesco.org/infoethics2000/documents/study_longworth.rtf (16.08.2003).
- Manasian, D. (2003). A fine balance. How much copyright protection does the internet need? *The Economist: Digital dilemmas. A survey of the internet society*, 25.1.2003, 10-13.
- Matsuura, K. (2003). Address by Mr Koichiro Matsuura, Director-General of UNESCO, on UNESCO's Approach to Open Access and Public Domain Information at the International Symposium on Open Access and the Public Domain in Digital Data and Information for Science. Paris, 10 March 2003. Online unter <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001296/129643e.pdf> (16.08.2003).
- Médecins Sans Frontières (2001). *Fatal Imbalance. The Crisis in Research and Development for Drugs for Neglected Diseases*. Genf: Médecins Sans Frontières.
- Musgrove, M. (2003). Broadband Broadens Its Pitch. *Washington Post* vom 2.2.2003, H01.
- OECD (2002). The Knowledge Economy and Digital Opportunities. In: The DAC Journal: Development Co-operation Report 2001 - Efforts and Policies of the Members of the Development Assistance Committee, Band 3, Heft 1. Paris: OECD, S. 153-167. Online unter http://www.unictaskforce.org/community/documents/74140207_Knowledge%20econ.pdf (16.08.2003).
- OCLC – Online Computer Library Center (2003) (Hrsg.). Web Characterization Project. Online unter <http://wcp.oclc.org/> (16.08.2003).
- Pigato, M. (2001). Information and Communication Technology, Poverty and Development in sub-Saharan Africa and South Asia (= The World Bank Africa Region Working Paper Series Nr. 20). Online unter <http://www.worldbank.org/afr/wps/wp20.pdf> (16.08.2003).
- Pronza, F., Bastidas-Buch, R. & Montero, G. (2001). *Telecenters for Socioeconomic and Rural Development in Latin America and the Caribbean. Investment Opportunities and Design Recommendations, with special reference to Central America*. Washington: FAO, ITU, IADB. Online unter <http://www.iadb.org/ict4dev/telecenters/> (16.08.2003).
- Quéau, P. (2002). Global Governance and Knowledge Societies. *Journal of the Society for International Development (SID)*, 45, 10-16.
- Rössler, P. (1998). Wirkungsmodelle: die digitale Herausforderung. Überlegungen zu einer Inventur bestehender Erklärungsansätze der Medienwirkungsforschung. In P. Rössler (Hrsg.), *Online-Kommunikation. Beiträge zu Nutzung und Wirkung* (S. 17-46). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Ronneberger, F. (1979). Leistungen und Fehlleistungen der Massenkommunikation. In W. Langenbacher (Hrsg.), *Politik und Kommunikation. Über die öffentliche Meinungsbildung* (S. 127-142). München: Piper.
- Rosen, D. (2002). New Directions in U.S. Foreign Assistance and the Role of Information and Communication Technology. A Markle Foundation Policy Brief. Online unter http://www.markle.org/news/MCA_Paper.pdf (16.08.2003).
- Rosengren, K.E. (1974). Uses and Gratifications: A Paradigm Outlined. In J. Blumler & E. Katz (Hrsg.), *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research* (S. 269-286). Beverly Hills/ London.

- Rossett, A. (Hrsg.) (2001). *The ASTD e-Learning Handbook: Best Practices, Strategies, and Case Studies for an Emerging Field*. New York: McGraw-Hill.
- Ruhrmann, G. (1989). *Rezipient und Nachricht. Struktur und Prozess der Nachrichtenrekonstruktion*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Ruß-Mohl, S. (1992). Am eigenen Schopfe.... Qualitätssicherung im Journalismus – Grundfragen, Ansätze, Nährungsversuche. *Publizistik*, 37, 85-96.
- Sagasti, F. (2003). The Sisyphus Challenge: Knowledge, Innovation and the Human Condition in the 21st Century. Lima: Foro National/International. Online unter http://www.globalcentres.org/html/docs/Sisyphus_Challenge.pdf (16.08.2003)
- Sagasti, F., Bezanson, K. (2001). Financing and Providing Global Public Goods. Expectations and Prospects (=Development Financing 2000. Study 2001:2 des schwedischen Außenministeriums). Stockholm. Online unter <http://www.ud.se/prefak/files/gpg.pdf> (16.08.2003).
- Sayed, Y. (2003). Missing the connection? Using ICTs in education. *insights education*, Heft 1, 1-2. Online unter <http://www.id21.org/insights/insights-ed01/insights-issued01-art00.html> (16.08.2003)
- Schiller, H.I. (1976). *Communication and Cultural Domination*. New York: M E Sharpe.
- Seibold, B. (2002a). *Klick-Magnete. Welche Faktoren bei Online-Nachrichten Aufmerksamkeit erzeugen (Reihe InternetResearch, Band 5)*. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Seibold, B. (2002b). Navegar en los Andes. Cuatro reportajes sobre el Internet en el Perú. Online unter http://cabinas.rcp.net.pe/bs_navegar_andes.doc (16.08.2003). In Yachay - red Científica Peruana (Hrsg.), *Cabinas Internet. Entre la democratización (del acceso) y la informalidad. Experiencias de acceso*. Lima. Online unter <http://cabinas.rcp.net.pe/2aaa.htm> (16.08.2003).
- Seibold, B. (2002c). Die flüchtigen Web-Informationen einfangen. Lösungsansätze für die Online-Inhaltsanalyse bei dynamischen Inhalten im Internet. *Publizistik*, 47, 45-56.
- Shavell, S. & van Ypersele, T. (1999). Rewards versus Intellectual Property Rights. NBER Working Paper No. 6956. Cambridge. Online unter <http://papers.nber.org/papers/W6956> (16.08.2003).
- Sholle, D. (2003): What is Information? The Flow of Bits and the Control of Chaos. In: H. Jenkins & D. Thorburn, *Democracy and New Media* (S. 343-364). Cambridge / London: The MIT Press.
- Spence, W.R. (2003). ICTs, the Internet, Development and Poverty Reduction. Background Paper: Discussion, Research Collaboration (DRAFT). Online unter <http://www.oecd.org/dataoecd/46/51/2506117.pdf> (16.08.2003).
- Steinmueller, E. (2002). Knowledge-based economies and information and communication technologies. *International Social Science Journal: The Knowledge Society*, Heft 171, 141-153.
- Stiglitz, J. (1999). Knowledge As a Global Public Good. In I. Kaul, I. Grunberg & M.A. Stern (Hrsg.), *Global Public Goods. International Cooperation in the 21st Century* (S. 308-325). New York: Oxford University Press.
- Stiglitz, J. (2000). Scan Globally, Reinvent Locally. Knowledge Infrastructure and the Localization of Knowledge. *D+C Development and Cooperation*, Heft 4, 8-11. Online unter <http://www.dse.de/zeitschr/de400-3.htm> (16.08.2003).
- Twigg, C. & Miloff, M. (1998). The Global Learning Infrastructure. The Future of Higher Education. In D. Tapscott, A. Lowy & D. Ticoll (Hrsg.), *Blueprint to the Digital Economy. Creating Wealth in the Era of E-Business* (S. 179-201). New York/San Francisco/Washington D.C.: McGraw-Hill.
- The Children's Partnership (Hrsg.) (2002). Online-Content for low-income and underserved Americans. An Issue Brief By The Children's Partnership. Santa Monica/Washington D.C.: The Children's Partnership, Online unter <http://www.childrenpartnership.org> (16.08.2003).
- The Children's Partnership (Hrsg.) (2000). Online-Content for low-income and underserved Americans. The digital divide's new frontier. Santa Monica: The Children's Partnership. Online unter http://www.childrenpartnership.org/pub/low_income/low_income.pdf (16.08.2003).
- UNDP (2001). *Human Development Report 2001. Making new technologies work for human development*. New York/Oxford: Oxford University Press. Online unter <http://www.undp.org/hdr2001/> (16.08.2003).
- UNDP (2003). *Human Development Report 2003. Millennium Development Goals: A compact among nations to end human poverty*. New York/Oxford: Oxford University Press. Online unter <http://www.undp.org/hdr2003/> (16.08.2003).
- UNESCO (2001). *Ethical, legal and societal challenges of cyberspace. Final Report and Proceedings*. Paris: UNESCO. Online unter <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001233/123352m.pdf> (16.08.2003).

- UNESCO (2002). Universal Declaration on Cultural Diversity. Resolution 25 adopted by the General Conference at its 31st session on 2 November 2001. In: Records of the General Conference - 31. Session - Paris 15 October to 3 November 2001. Volume 1 Resolutions. Paris, 61-65. Online unter <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001246/124687e.pdf> (16.08.2003).
- UNESCO (2003a). Policy Guidelines for the Development and Promotion of Public Domain Information / prepared by Paul Uhlir. Paris. Online unter: http://portal.unesco.org/ci/ev.php?URL_ID=8376&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201&reload=1061200003 (Stand 16.08.2003).
- UNESCO (2003b). Report by the Director-General on the Consultation Process and the Revised Draft Recommendation on the Promotion and Use of Multilingualism and Universal Access to Cyberspace. 32 C/27. Paris. Online unter <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001304/130483e.pdf> (18.10. 2003).
- van Eimeren, B., Gerhard, H. & Frees, B. (2001). ARD/ZDF-Online-Studie 2001. Internetnutzung stark zweckgebunden. *Media Perspektiven*, Heft 8, 382-397.
- van Eimeren, B., Gerhard, H. & Frees, B. (2002). ARD/ZDF-Online-Studie 2002. Entwicklung der Online-Nutzung in Deutschland: Mehr Routine, weniger Entdeckerfreude. *Media Perspektiven*, Heft 8, 346-362.
- Vereinte Nationen (2002). United Nations General Assembly. Fifty-sixth session - 101st plenary meeting - Monday, 17 June 2002, 10 a.m. Official Records (A/56/PV.101). New York. Online unter <http://ods-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N02/427/85/PDF/N0242785.pdf> (16.08.2003).
- Wallenborn, M. (2001). Berufliche Bildung und virtuelles Lernen in der Entwicklungszusammenarbeit. *BWP*, 30, Heft 4, 36-38.
- Worcman, K. (2002). Digital Division is Cultural Exclusion. But Is Digital Inclusion Cultural Inclusion? *D-Lib Magazine*, 8, Heft 3. (Online Magazin ohne Seitenzählung). Online unter <http://www.dlib.org/dlib/march02/worcman/03worcman.html> (16.08.2003).
- World Bank (Hrsg.) (2002). *Constructing Knowledge Societies: New Challenges for Tertiary Education*. Washington D.C.: World Bank.
- WTO (2000). Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (Annex 1C). In: The Legal Texts: The Results of the Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations. Cambridge: Cambridge University Press. Online unter http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips.pdf (16.08.2003).
- Yoo, E. (2001). How can the fair use doctrine be applied for the appropriate level of copyright protection in the global marketplace? In: UNESCO: *infoethics 2000. Ethical, legal and societal challenges of cyberspace. Final Report and Proceedings*. Paris: UNESCO. Online unter <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001233/123352m.pdf> (16.08.2003).

Inhalt

Klaus Beck, Wolfgang Schweiger & Werner Wirth: Einleitung..... 7

1. Qualität in der Onlinekommunikation

Andreas Vlačić: Über Geschmack lässt sich nicht streiten – über Qualität schon?
Zum Problem der Definition von Maßstäben für publizistische Qualität 15

Christoph Neuburger: Qualität im Onlinejournalismus..... 32

Thorsten Quandt: Qualität als Konstrukt. Entwicklung von Qualitätskriterien
im Onlinejournalismus 58

Bernhard Debatin: Ethik des Onlinejournalismus – medienethische Kriterien
und Perspektiven.....80

2. Qualitätsbeurteilung durch Anbieter und Nutzer von Onlinemedien

Urs Dahinden, Piotr Kaminski & Raoul Niederreuther: ‘Content is King’ –
Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei der Qualitätsbeurteilung aus
Angebots- vs. Rezipientenperspektive 103

Patrick Rössler: Qualität aus transaktionaler Perspektive. Zur gemeinsamen Model-
lierung von ‚User Quality‘ und ‚Sender Quality‘: Kriterien für Onlinezeitungen..... 127

Sabine Trepte: Die Bewertung von Qualitätsindikatoren der Internetwirtschaft:
E-Brands..... 146

Balthas Seibold: Verfügbar, verständlich und relevant - was Nutzer
in Entwicklungsländern von Onlineinhalten erwarten..... 168

Andreas Werner: Onlinewerbeträger und Qualität..... 190

3. Qualitätssicherung in der Onlinekommunikation

Christof Barth: Qualitätssicherung in Onlinemedien – Befunde zur
Redaktionsorganisation und ihrer Auswirkung auf das Produkt..... 203

Michael Brüggemann: Jetzt erst recht. Crossmedia-Strategien können
die journalistische Qualität verbessern 222

Annette Brandl: Hausse oder Baisse? Zur Qualität von Unternehmensinformation
Print vs. Online..... 233

Nina Hantzinger: Health Content im Internet – Aspekte der Qualitätssicherung 257

Martin Welker: Qualitätswettbewerbe für Internetangebote: PR-Gag
oder wirkungsstarke Kommunikationsplattform? 268

4. Qualitätskriterien für die computervermittelte Organisationskommunikation

Doris Gutting: Zur Qualitätssicherung der Stakeholder-Kommunikation
in der Unternehmenspraxis – ein Erfahrungsbericht..... 287

Michael Jäckel & Alexander Würfel: Individuelle oder organisationsspezifische
Mediennutzung? Ein empirischer Beitrag zum Umgang mit neuen Informations-
und Kommunikationstechnologien in Unternehmen und Verwaltungen..... 298

Berit Baefler & Susanne Kinnebrock: Internetbasierte E-Learning-Systeme:
pädagogische, medienpezifische und journalistische Qualitätskriterien..... 317

Abstracts 330

Abstracts in English 339

Autoren..... 347

Sachregister 354

Autoren

Berit Baessler, Dipl. Kommunikationswirtin

Diplom Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation 1999 an der Hochschule der Künste Berlin, von 2001 bis 2003 wissenschaftliche Mitarbeiterin und Koordinatorin im Projekt CLIC (Computer-based Learning: Introduction to Communications) an der Universität Erfurt, seit 2003 Stipendiatin der Universität Erfurt. *Arbeitsschwerpunkte:* Rezeptionsforschung, Medienpsychologie, Web-Learning. *Kontakt:* berit.baessler@uni-erfurt.de.

Christof Barth, Dr. phil.

Studium der Fächer Linguistik des Deutschen, Allgemeine Rhetorik, Neuere deutsche Literatur sowie Speech Communication in Tübingen und San Diego. 1995-98 freier Mitarbeiter der Medienforschung des Südwestfunks, seit 1998 wissenschaftlicher Mitarbeiter im Fach Medienwissenschaft an der Universität Trier. 2001 Promotion über Medien im Transformationsprozess. *Arbeitsschwerpunkte:* Onlineforschung, Rezeptionsforschung, Hörfunkforschung, Journalistische Qualität, Methoden empirischer Sozialforschung. *Kontakt:* barth@medienwissenschaft.de.

Klaus Beck, Doz. Dr.

Studium der Publizistik- und der Theaterwissenschaft an der Freien Universität Berlin, Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Publizistik und Kommunikationspolitik der FU Berlin, Promotion zum Dr. phil. (1994). Tätigkeiten in Forschung, Lehre und der Medienpraxis, ab 1997 Wissenschaftlicher Assistent am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft der Universität Erfurt, seit 1999 Hochschuldozent für Theorie und Soziologie der Öffentlichen Kommunikation und der Medienethik an der Universität Leipzig, seit 2003 am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft der Universität Greifswald. Sprecher der DGPK-Fachgruppe ‚Computervermittelte Kommunikation‘. *Arbeitsschwerpunkte:* Kommunikations- und Medientheorie, computervermittelte Kommunikation, Medienpolitik, -ökonomie und -ethik. *Kontakt:* klaus.beck@uni-greifswald.de.

Annette Brandl, M.A.

1996 bis 2001 Studium der Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Amerikanistik an der Universität München. Studienbegleitende freiberufliche Tätigkeit als Entwicklerin datenbankgestützter Inter- und Intranet-Anwendungen. Thema der Masterarbeit: ‚Typologie von Webangeboten aus Experten- und Rezipientenperspektive‘. Seit August 2001 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft der München im Fachgebiet ‚Empirische Kommunikationsforschung‘. *Arbeitsschwerpunkte:* Onlineforschung, Rezeptionsforschung, empirische Methoden. *Kontakt:* brandl@ifkw.uni-muenchen.de.

Michael Brüggemann, Dipl.-Journ.

Studium der Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft und in Europarecht in München und Washington; Absolvent der Deutschen Journalistenschule. Freier Journalist für Zeitungen und Onlineangebote. 2002 wissenschaftlicher Mitarbeiter und Lehrbeauftragter am Institut für Kommunikationswissenschaft an der Universität München. Derzeit wissenschaftlicher Mitarbeiter am Sonderforschungsbereich ‚Staatlichkeit im Wandel‘ in Bremen. *Arbeitsschwerpunkte:* Print- und Onlinemedien, politische Kommunikation und europäische Öffentlichkeit. *Kontakt:* michael@bruegge.net.

Dahinden, Urs, Dr. rer. pol.

Studium der Publizistikwissenschaft, Soziologie und Informatik an der Universität Zürich (1992). Visiting Research Fellow an der Carnegie Mellon University, Pittsburgh, USA. Promotion an Technischen Universität Darmstadt (1998). Seit 1999 wissenschaftlicher Mitarbeiter am IPMZ - Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich. *Arbeitsschwerpunkte:* Politische Kommunikation, Wissenschafts- und Risikokommunikation, Neue Informations- und Kommunikationstechnologien, empirische Forschungsmethoden. *Kontakt:* u.dahinden@ipmz.unizh.ch.

Bernhard Debatin, Prof. Dr.

Studium der Publizistik, Philosophie und Politologie in Berlin. Dr. phil., Professor für Multimedia Policy an der School of Journalism der Ohio University, Athens (Ohio), USA. Sprecher der DGPK Fachgruppe ‚Kommunikations- und Medienethik‘ (seit 2001). Ausgewählte Publikationen: Kommunikations- und Medienethik (Hrsg., mit R. Funiok), Konstanz: UVK 2003; Metaphor and Rational Discourse (Hrsg., mit J. Jack-

son und D. Steuer). Tübingen 1997; Die Rationalität der Metapher. Eine sprachphilosophische und kommunikationstheoretische Untersuchung. Berlin 1995. Autor von über 50 wissenschaftlichen Artikeln, sowie mehrerer Forschungsberichte. – Verantwortlicher Autor und wissenschaftlicher Leiter des Onlineprojektes »Distance Learning Propädeutikum« zur Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten der Kommunikationswissenschaft an der Universität Leipzig (1998-2002). *Arbeitsschwerpunkte*: Kommunikations- und Medientheorie, Onlinekommunikation, Medienethik, Metapherntheorie, Theorie der Öffentlichkeit. *Kontakt*: debatin@ohiou.edu.

Gutting, Doris, Dr.

Studium und Promotion (1993) an der Universität Mannheim, 1987–1989 wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Mannheim, 1989–1992 Projektleiterin in einem Technologie-Beratungsunternehmen in München; 1993–1997 Stipendiatin der Universität Mannheim, Projekt „Informationsgesellschaft in Sicht? Die Chancen der Multimedia-Entwicklung für Anbieter und Nutzer“; 1996–1998 The University of Hongkong; 2000–2002 Marketing Communications Director in einem Digitalfernsehunternehmen in Singapur. *Arbeitsschwerpunkte*: Marketing- und Nutzungsaspekte neuer Medien, Zukunftsoptionen von Fernsehen und Zeitung.

Kontakt: doris.gutting@t-online.de.

Nina Hautzinger, Dr.

Studium der Germanistik, Medien- und Kommunikationswissenschaft und Soziologie an der Universität Mannheim und MA-Programm an der University of Waterloo, Kanada. Tätigkeit als Beraterin in einer Brand Identity Agentur. Von 1999-2002 Arbeit an einer Dissertation. Von 2001-2003 wissenschaftliche Assistentin am IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich. Seit 2003 Tätigkeit bei F. Hoffmann-La Roche Ltd im Bereich International Communications. *Arbeitsschwerpunkte*: Gesundheitskommunikation, Onlinekommunikation, Unternehmenskommunikation, Medienmarken. *Kontakt*: nina.hautzinger@roche.com.

Kaminski, Piotr, cand. lic. phil.

Studium der Publizistikwissenschaft, Informatik und Sozial- und Wirtschaftsgeschichte an der Universität Zürich. Tätigkeit in Medienmarketing und -Public Relations (Red Bull Student Brand Manager an Universität und ETH Zürich). *Arbeitsschwerpunkte*: Neue Informations- und Kommunikationstechnologien. *Kontakt*: piotrkaminski@gmx.ch.

Susanne Kinnebrock, Dr. phil.

Promotion Kommunikationswissenschaft 2002 an der Universität München, von 2001 bis 2003 wissenschaftliche Koordinatorin im Projekt CLIC (Computer-based Learning: Introduction to Communications) an der Universität Erfurt, seit 2003 Stipendiatin der Universität in München. *Arbeitsschwerpunkte*: Kommunikationsgeschichte, Gender Studies, Journalistik, Web-Learning. *Kontakt*: kinnebrock@web.de.

Christoph Neuberger, Prof., Dr. phil., Dipl.-Journ. (Univ.)

Lehrt am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster. Promotion (1995) und Habilitation (2001) an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt, wissenschaftlicher Mitarbeiter und Assistent am dortigen Diplomstudiengang Journalistik (1990-2001). Vertretung einer Professur für Journalistik an der Universität Leipzig (2001/2002). Stellvertretender Vorsitzender der Jury des „Grimme Online Award 2003“. Weitere Informationen unter der Adresse: <http://egora.uni-muenster.de/ifk/personen/christophneuberger.html> *Arbeitsschwerpunkte*: Öffentliche Kommunikation im Internet, Onlineaktivitäten von Presse und Rundfunk, Journalismustheorie, Arbeitsmarkt und Qualifizierung im Journalismus. *Kontakt*: neuberger@uni-muenster.de.

Niederreuther, Raoul, cand. lic. phil.

Studium der Publizistikwissenschaft, Informatik und Sozial- und Wirtschaftsgeschichte an der Universität Zürich. Tätigkeit als Art Director für Media & Web. *Arbeitsschwerpunkte*: Neue Informations- und Kommunikationstechnologien, Qualitative Rezeptionsforschung im Bereich Jugend und (Neue) Medien. *Kontakt*: raoulsroyce@gmx.ch.

Thorsten Quandt, M.A.

Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Film- und Fernsehwissenschaft, Sprach- und Kommunikationspsychologie an der Ruhr-Universität Bochum sowie der Media and Cultural Studies an der John Moores University, Liverpool. Nach dem Studium Tätigkeit als Hörfunkjournalist. Von 1998 bis 2003 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau. Seit 2003 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität München. *Arbeitsschwerpunkte*: Kommunikatorforschung, Onlinekommunikation, Medientheorie/-soziologie (Netzwerkansätze, Handlungstheorie). *Kontakt*: quandt@ifkw.uni-muenchen.de.

Balthas Seibold, Dipl.-Journ.

Studium der Kommunikationswissenschaft an der Universität München. Arbeitet derzeit bei der UNESCO (United Nations Educational, Scientific, Cultural Organization) im Büro für strategische Planung an Fragen der internationalen Kommunikationspolitik. *Arbeitsschwerpunkte:* Wissensgesellschaft, Kommunikationstechnologien, Globalisierung und Armutsbekämpfung in der internationalen Zusammenarbeit.

Kontakt: seibold@balthas.de.

Michael Jäckel, Prof., Dr. phil.

Professor für Soziologie an der Universität Trier (Lehrstuhl für Konsum- und Kommunikationsforschung). Publikationen u.a.: Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. Opladen/Wiesbaden (2. Aufl. 2002); Alternierende Telearbeit. Akzeptanz und Perspektiven einer neuen Form der Arbeitsorganisation. Wiesbaden 2001 (mit Christoph Rövekamp); Die Kommunikationsqualität von E-Business-Plattformen. Trier 2002 (Hrsg., mit Hans-Jürgen Bucher). *Arbeitsschwerpunkte:* Mediensoziologie, Konsumsoziologie, Allgemeine Soziologie, neue Kommunikationstechnologien und Arbeitsorganisation. *Kontakt:* jaeckel@uni-trier.de.

Patrick Rössler, Prof. Dr.

Studium der Publizistik, Rechts- und Politikwissenschaft an der Universität Mainz, von 1989 an Mitarbeiter an der Universität Hohenheim, Fachgebiet Kommunikationswissenschaft / Empirische Sozialforschung, dort Promotion zum Dr. rer.soc. Von 1997 bis 2000 wissenschaftlicher Assistent an der Universität München, Institut für Kommunikationswissenschaft. Seit 2000 Professor für Kommunikationssoziologie und –psychologie an der Universität Erfurt. Schatzmeister der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) e.V., Repräsentant der International Communication Association (ICA) in Deutschland, Herausgeber der Buchreihe ‚Internet Research‘ im Verlag Reinhard Fischer. *Arbeitsschwerpunkte:* Politische Kommunikation, Medienwirkungen, Medieninhalte, neue IuK-Technologien.

Kontakt: patrick.roessler@uni-erfurt.de.

Wolfgang Schweiger, Dr. phil.

Studium der Kommunikationswissenschaft, Politik und Rechtswissenschaft an der Universität München. 1996 bis 2000 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für empirische Kommunikationsforschung an der Universität München. Seit 1999 2. Sprecher

der DGPK-Fachgruppe ‚Computervermittelte Kommunikation‘; seit 2000 Redaktionsmitglied der Onlinezeitschrift TRANSFER der DGPK; 2001 Mitarbeit am E-Learning-Projekt ‚SYCOM‘ am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich. 2001 Promotion zum Dr. phil. Seit Juli 2001 wissenschaftlicher Assistent am Institut für Kommunikationswissenschaft an der Universität München. Mitglied im Editorial Board der Buchreihe ‚InternetResearch‘ (Verlag Reinhard Fischer). *Arbeitsschwerpunkte:* Nutzung und Nutzerfreundlichkeit von Onlineangeboten, crossmediale Strukturen und Perspektiven, Mediennutzungs- und wirkungsforschung, E-Learning, empirische Methoden. *Kontakt:* mail@wolfgang-schweiger.de

Sabine Trepte, Dr.

Diplom-Psychologie 1997 in Köln, weitere Studienabschnitte in Gießen und New York; 1998 einjährige Tätigkeit in einer Unternehmensberatung; Promotion 2001 am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Hochschule für Musik und Theater Hannover; Post-Doc an der Annenberg School for Communication der University of Southern California, L.A. (USA). Gegenwärtig wissenschaftliche Assistentin am Arbeitsbereich Sozialpsychologie, Fachbereich Psychologie der Universität Hamburg. *Arbeitsschwerpunkte:* Medienpsychologie; Selbst, Identität und Mediennutzung; Medienunterhaltung; konvergente TV- und Online-Angebote.

Kontakt: sabine.trepte@uni-hamburg.de.

Martin Welker, Dr. phil.

1992 bis 2000 Nachrichten-Journalist u.a. für die Deutsche Presse Agentur. 1991 Abschluss M.A. (Politische Wissenschaft/Volkswirtschaftslehre) an der Universität Mannheim. Von 1995 bis 2000 wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Lehrstuhl für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Universität Mannheim. Seit 2000 Projektleiter bei der ‚MFG Medienentwicklung Baden-Württemberg‘ in Stuttgart und verantwortlich für die Bereiche Information/Forschung/Internationale Projekte. Im Jahr 2001 Promotion an der Universität Mannheim zum Dr. phil. mit einer Arbeit zur Erklärung des Internet-Nutzungsverhaltens. Seit 2001 mehrere Lehraufträge, derzeit an der Universität Leipzig, Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft. *Arbeitsschwerpunkte:* Rezeptionsforschung, Mediensysteme, Onlineforschung.

Kontakt: mail@martin-welker.de.

Andreas Werner, Dipl.-Kfm.

Tätigkeit als Berater und Forscher in den Gebieten Medienwirtschaft, Onlinewerbung und E-Commerce. Er studierte Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Marketing und Organisation und war danach vier Jahre Mitarbeiter im Studiengang Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Mannheim. *Arbeitsschwerpunkte:* Medienwirtschaft, Onlinewerbung und E-Commerce. *Kontakt:* werner@werner-smc.de.

Werner Wirth, Prof. Dr. phil,

Studium der Kommunikationswissenschaft, Psychologie, Statistik, Soziologie und Informatik in München. Wissenschaftlicher Assistent an den Universitäten München, Leipzig und an der HMT in Hannover, 2002-2003 Professor für Online-Kommunikation und Multimedia an der Universität München, seit September 2003 ordentlicher Professor für Empirische Kommunikations- und Medienforschung am Institut für Publizistik- und Medienforschung der Universität Zürich (IPMZ). Mitherausgeber der Zeitschrift für Medienpsychologie (seit 2003). 1999-2002 Sprecher der Fachgruppe Methoden in der DGPK, Mitglied in Kommissionen der DGPK zur Struktur und Ausstattung kommunikationswissenschaftlicher Studiengänge, zur Methodenausbildung und zur Akkreditierung neuer Studiengänge in der KW. *Arbeitsschwerpunkte:* Medienwirkungen, Rezeptionsforschung, Onlineforschung, empirische Methoden.

Kontakt: w.wirth@ipmz.unizh.ch

Alexander Würfel, Dipl.-Kfm.

Seit 2000 wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Trier (Forschungsprojekte: „Usability von E-Business-Angeboten“ und „Elektronische Kommunikation in Unternehmen und Verwaltungen“). *Arbeitsschwerpunkte:* Arbeitsorganisation und Kommunikation. *Kontakt:* wuerfel@uni-trier.de.

Vlašić, Andreas, M.A.

Studium der Kommunikationswissenschaft, Psychologie, Informatik und Philosophie an der Universität München. Seit 1998 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Medien Institut Ludwigshafen. 2003 Fertigstellung einer Dissertation zum Thema „Die Integrationsfunktion der Massenmedien“. *Forschungsschwerpunkte:* politische Kommunikation, Massenmedien und Gesellschaft, Onlinekommunikation und Fernsehforschung.

Kontakt: vlastic@medien-institut.de.