

unter verschiedenen politischen Systemen und wirtschaftlichen Bedingungen beleuchtet. Als ein möglicher Zugriff, User Generated Content in unterschiedlichsten Kontexten vergleichend zu untersuchen, kristallisierten sich zeit- und raumunabhängige Funktionalitäten sozialer Kommunikation heraus.

SUSANNE KINNEBROCK

**Weitere Informationen:**

[www.dgpuk.de/index.cfm?id=3756](http://www.dgpuk.de/index.cfm?id=3756)

## Fachgruppe Kommunikationsgeschichte

„User Generated Content. Historical perspectives on the participation of audiences in social communication“, 3.-5. Juni 2010, Potsdam

**Mitveranstalter:**

ECREA Section *Communication History*, Fachgruppe *Kommunikationsgeschichte* der DGPuK, Zentrum für Zeithistorische Forschung (ZZF) Potsdam

**Teilnehmerzahl:** 40; **Anzahl der Vorträge:** 22

**Tagungsfazit:** User Generated Content ist kein ausschließliches Phänomen des Web 2.0-Zeitalters. Über Leserbriefe, die Mitarbeit an (Alternativ-)Medien oder offene Kanäle haben sich Publika auch schon früher an der Ausgestaltung medienvermittelter sozialer Kommunikation beteiligt. Im Rahmen dieses internationalen Workshops, der gleichzeitig die Gründungstagung der ECREA-Sektion „Communication History“ darstellte, wurde das Phänomen der Publikumsbeteiligung in unterschiedlichen Zeiten und Kulturräumen sowie