Jürgen Holtkamp

Bildung im Web 2.0

Wie sich das Bildungsverhalten im Internet verändert.

Weil sich das Mediennutzungsverhalten in den vergangenen Jahren deutlich veränderte, stehen wir heute vor einem Paradigmenwechsel in der Erwachsenenbildung. Wie gelingt es, das Internet als Lernraum zu nutzen? Das ist die herausfordernde Frage der nächsten Jahre.

Die Weltanschauung des heutigen Menschen ist eine in hohem Maße medial konstruierte Realität. Das zeigt sich in (fast) allen Gesellschaftstheorien[1]. Medienaspekte gelten als grundlegend für die Teilhabe an der Gesellschaft, insofern beeinflussen Medientechnologien alle Lebensbereiche des Menschen. Bürgerinnen und Bürger ohne grundlegende mediale Kompetenzen sind von diesen Prozessen abgekoppelt. Die Ursachen dafür mögen sehr verschieden sein (z. B. Angst vor der Technik, fehlende Motivation, persönlicher Bildungsgrad), in seinen Folgen kann die digitale Kluft gravierende Nachteile für den Einzelnen nach sich ziehen.

Im Fokus der letzten Jahre stehen digitale Medien mit ihren revolutionären technischen Entwicklungen, beispielhaft sei nur auf den Hype hingewiesen, den das iPhone von Apple auslöste.

Medien sind Meinungsmacher, bündeln Informationen, setzen Trends und können Werte fördern. Sie liefern zahlreiche Möglichkeiten, sich online auszudrücken, sich in den virtuellen Welten zu präsentieren, und bieten zudem viele Fortbildungsangebote. Wissen ohne Medien zu erwerben war schon immer aussichtslos. Gleichzeitig braucht es didaktische Lernsettings und individuelle Lernstrategien für erfolgreiches Lernen.

In der vergangenen Dekade entwickelte sich das Internet zur riesigen Bildungsplattform und stellte neue Anforderungen an die Bildungseinrichtungen, die unterschiedlich darauf reagierten. Eigene Internetauftritte, Onlineanmeldungen, Facebookseiten oder Downloadbereiche für Seminarunterlagen sowie Lernumgebungen und Chats waren Reaktionen auf die Veränderungen.

Auch wer den digitalen Medien kritisch gegenübersteht, kommt nicht an der Erkenntnis vorbei, dass sie ein wichtiger Baustein für eine erfolgreiche und nachhaltige Bildungsarbeit darstellen. Mag die Euphorie der vielen E-Learningszenarien merklich nachgelassen haben, das Internet hat längst große Bedeutung für individuelles und kooperatives Lernen erhalten.

Problematisch erscheint in diesem Kontext die Beobachtung, dass trotz der Einführung medialer Lernsettings viele Lehrende nicht nur in der (katholischen) Erwachsenenbildung diese Möglichkeiten ignorieren und analoge Lernmethoden vorziehen. Falls es je einen innovativen medialen Aufbruch in der katholischen Erwachsenenbildung gegeben haben sollte, ist dieser mittlerweile einer nüchternen und vor allem pragmatischen Einstellung gewichen.

Mit Gründen ist man schnell bei der Hand: fehlende finanzielle Mittel, Personal, das analog denkt, statt digital zu arbeiten, und Teilnehmer, die mehrheitlich im Seminarraum lernen, sowie eine Technik, die nicht immer das verspricht, was sie vorgibt.

Die Einstellungen der Lehrenden in der Wertschätzung zu Medien und im Umgang mit ihnen spielen eine wichtige Rolle beim Lehrmitteleinsatz. Wer schon keinen Tageslichtprojektor zur Veranschaulichung einsetzt, warum sollte er nun ausgerechnet mit Powerpointfolien[2] arbeiten? Da mutet die Forderung überzogen an, nun die Lehrmaterialien auf eine der zahlreichen Lernumgebungen im Internet – ob sie nun Moodle[3] oder Ilias[4] heißen – einzustellen. Die Praxis in den Einrichtungen stellt sich eben oft ganz anders dar.

Diese eher pessimistische Zustandsbeschreibung könnte den Eindruck erwecken, der Medieneinsatz in der Erwachsenenbildung hätte sich in den vergangenen dreißig Jahren kaum verändert. So ausdifferenziert sich die Weiterbildungslandschaft darstellt, so unterschiedlich wird mit Medien gearbeitet. Wie die Lehrenden in der Erwachsenenbildung Medien einsetzen, hängt zunächst von ihren medialen Kompetenzen ab. Wer Schwierigkeiten hat, einen Beamer an den Laptop anzuschließen, wird die DVD lieber über den Fernseher abspielen.

Andere haben ihren Laptop immer da-

Dr. Jürgen Holtkamp leitet die Fachstelle Kommunikation und Veranstaltungen im Bistum Münster. Zahlreiche Veröffentlichungen zu Onlinekommunikation, Public Relation, Öffentlichkeitsarbeit, Medienbildung und Medienpädagogik

Jürgen Holtkamp: Bildung im Web 2.0. Wie sich das Bildungsverhalten im Internet verändert.
In: Erwachsenenbildung 57 (2011), Heft 2, S. 54–56

bei, nutzen die Software Mindmanager für ein Brainstorming als Alternative oder Ergänzung zur Flipchart. Der Medieneinsatz kann nicht losgelöst von individuellen Angewohnheiten und eigenen Fertigkeiten betrachtet werden, zumal diese wichtig sind, weil dahinter routinierte Prozesse liegen, die helfen, das Alltagsgeschäft zu bewältigen. Wer viele SMS verschickt, benutzt die Tastatur des Handys schneller als jemand, der das zum ersten Mal macht. Weil sich das Mediennutzungsverhalten in den vergangenen Jahren deutlich veränderte, stehen wir heute vor einem Paradigmenwechsel in der Erwachsenenbildung.

Menschen lesen nicht nur die Informationen, sie kommentieren diese. Immer mehr präsentieren sich in den sozialen Netzwerken. Sie verhalten sich zu Themen und Trends, entwickeln eigene Kommunikationsformen, setzen Themen und stellen sich ihren eigenen individuellen Lernplan zusammen. Treffend beschreibt die Formel »always online« dies. Die neuen Smartphones sind voll internettauglich. Damit ist es von überall aus möglich – jenseits von Hotspots oder WLAN-Verbindungen –, mit Freunden über Facebook zu kommunizieren oder mal schnell 140 Zeichen zu twittern. Diese neuen technischen Möglichkeiten eröffnen neue Optionen, die gerade jüngere Menschen schätzen und nutzen. Anders lässt sich die zunehmende Bedeutung kaum erklären und so sind neue Kommunikationskulturen in den vergangenen Jahren entstanden.

Social Media[5] werden soziale Netzwerke, Netzgemeinschaften und verschiedenste Tools genannt, die als Plattformen zum gegenseitigen Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen dienen. Diese neuen Kommunikationsformen sind heute nicht mehr wegzudenken.[6]

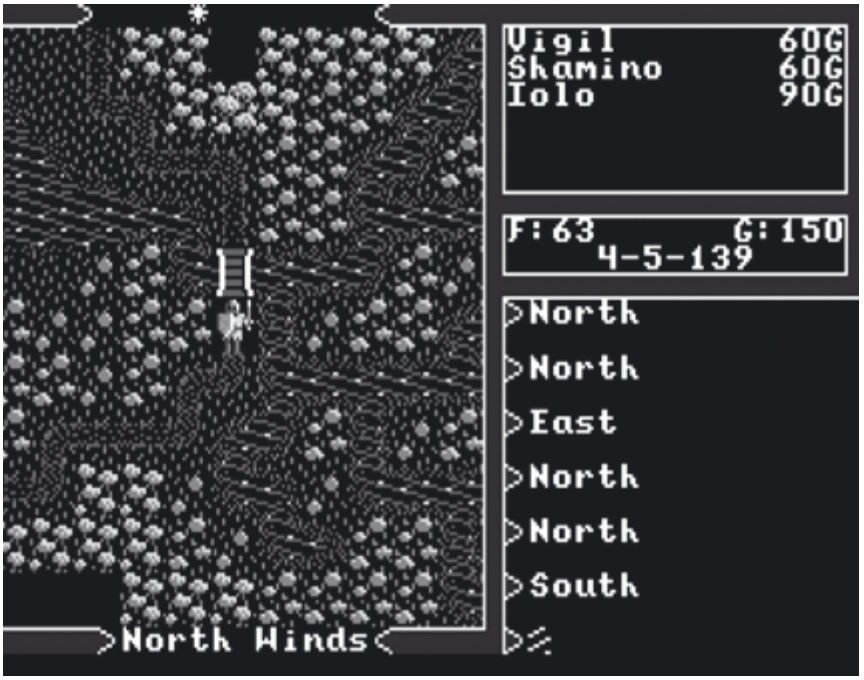
Facebook hat rasant wachsende Nutzerzahlen, fast 16 Millionen Menschen[7] allein in Deutschland haben bei Facebook ein Konto, weltweit sind es über 600 Millionen, Stand Januar 2011. Die Ergebnisse aus der JIM-Studie[8] von 2010 zeigen, dass 98 Prozent der Jungen und 96 Prozent der Mädchen in der Altersgruppe der 12 bis 19 Jährigen ein eigenes Handy besitzen. Mittlerweile hat in dieser Altersgruppe der Computer das Fernsehen an der Spitze verdrängt. Die heutige Jugendgeneration wächst daher in eine Kultur hinein, die durch Social Media geprägt ist: Communitys, Weblogs, Wikis, Twitter und Co. gehören zu ihrer Lebensphilosophie. Sie denken nicht mehr analog, sondern ausschließlich digital, in Hypertextstrukturen. Multimedialität, Multioptionalität und Multiperspektivität sind Chiffren für diese neue Jugendkultur.

E-Learning 2.0

Seit mehr als zehn Jahren werden Lernplattformen und interaktive Elemente in der Weiterbildung eingesetzt und erprobt. Schon Downes prägte 2005 den Begriff E-Learning 2.0 in Anlehnung an das Web 2.0. Zunächst waren es Lernumgebungen, in denen die Lehrmaterialien abgelegt werden konnten. Mittlerweile gibt es eine Reihe von Konzepten, um Lernumgebungen den individuellen Bedürfnissen anzupassen. Konnten die Lernenden in der ersten Phase vorwiegend in geschlossenen virtuellen Lernräumen wie Ilias und Moodle arbeiten, werden heute zunehmend auch offene Systeme präferiert. Die Entwicklungen in den sozialen Netzwerken fördern diesen Ansatz, es gibt individuelle Lerninseln, die Lehrende vor ganz neue Herausforderungen stellen.

Die Rollen zwischen Lehrenden und Lernenden werden neu zu bestimmen sein, können sich sogar umkehren. Lernen außerhalb der Seminarräume wird aufgewertet, bekommt eine ganz andere Bedeutung. Auch die zeitliche Dimension wird außer Kraft gesetzt. Lernende sind nicht an fest vorgegebene Seminarzeiten gebunden, sondern können nach ihren Bedürfnissen den Lehrstoff bearbeiten.

Das hat Auswirkungen für die Bedeutung von Präsenzphasen im Seminarraum, wenn beispielsweise Aufgaben und Übungen online abgestimmt und bearbeitet werden, und führt in seiner Konsequenz zu neuen Prüfungsformen und Prüfungsverfahren, wenn es möglich ist, online Lernergebnisse zu präsentieren, sei es in Weblogs, Lerntagebüchern oder zusammengestellten Dokumenten. Eigenes Lernen wird öffentlich, Lernstrategien können aus-



Daddeln wie in alten Zeiten | Ultima (1979)

tariert und hinterfragt werden. Boomt nun E-Learning?

Ernüchterndes Ergebnis

»Die Entmystifizierung eines Phänomens – Die Generation Y?! ›Recruiting the Next Generation‹« (rng-Studie) lautet der etwas sperrige Name einer Studie, die in Zusammenarbeit mit der Firma DEGW Deutschland vom 10. Juni bis 28. Juli 2008 durchgeführt wurde. Die Befragung erfolgte online. Teilgenommen haben 2.098 Studierende aus 23 Städten (20 Hochschulen), überwiegend aus Deutschland, einige aus Wien (Österreich) und St. Gallen (Schweiz). Kombiniert wurde diese mit einer Befragung des Multimedia Kontors Hamburg und der HIS GmbH »Studieren im Web 2.0. Studienbezogene Web- und E-Learning-Dienste«[9]. Die Stichprobe umfasste 4.400 Studierende. Eine der Ausgangsfragen lautete, welche Funktionen und Dienste Studierende im Internet nutzen.

Verwunderung rief unter anderem hervor, dass die in den Hochschulen so hoch gehandelten Lernplattformen niedrige Rankings erhielten. Kaum besser erging es den Podcast-Vorlesungen. Häufig oder ab und zu werden Musik, Radio im Internet sowie Film und Video genutzt. Ohne zu sehr ins Detail zu gehen: Fotos und Unterhaltungsmedien haben eine hohe Bedeutung bei den Befragten. Häufig genutzt werden soziale Netzwerke wie StudiVZ und Wikipedia. Die Studentinnen und Studenten wollen schnell an Informationsquellen herankommen. Virtuelle Seminare wollen sie nicht (78 Prozent), gleichwohl genießt die Kommunikation per E-Mail und Chat hohe Zustimmungsraten.

Die Untersuchung legt den Schluss nahe, dass der praktische Nutzen (Terminkoordinierung, Informationen) durch neue Medien geschätzt werden, die Möglichkeiten des Online-Lernens jedoch noch nicht im Bewusstsein ausgeprägt sind.

Obwohl viele Hochschulen Lernmaterialien online einstellen – genutzt werden sie nur von einer Minderheit der Studenten.

Die Studie dürfte daher für die E-Learning-Verfechter eine Enttäuschung darstellen. Auch jene, die glaubten, durch die sozialen Netzwerke und Web-2.0-Technologien würden Onlineseminare kräftige Zuwachsraten erhalten, wurden eines Besseren belehrt.

Die Studenten scheinen ihre eigenen Wege bei der notwendigen Kommunikation zu gehen, setzen vermehrt auf soziale Netzwerke, nutzen das Internet für Recherchen (siehe Wikipedia) und erzeugen eigenen Content (User generated Content).

Lernen geschieht nicht so sehr in abgeschotteten Seminarräumen, sondern in offenen Settings. Was hier bisher noch fehlt, sind Formen der Qualitätssicherung.

Web 2.0 und Erwachsenenbildung

In der Erwachsenenbildung stecken Onlineseminare und Web-2.0-Konzepte noch in den Kinderschuhen. Die Gründe wiederholen sich: fehlende didaktische Konzepte, unzureichende Medienkompetenz der Lehrenden und deren Verständnis für virtuelle Seminare. Innere Strukturen fehlen ebenso wie die Kompetenz, Inhalte in virtuelle Lernszenarien umzusetzen, auch fehlen Multiplikatoren, die diese Vermittlungsaufgabe übernehmen könnte sowie die Bereitschaft der Seminarteilnehmer, womöglich höhere Seminargebühren zu bezahlen.

Die eigentliche Herausforderung stellt sich für die Lehrenden selbst: Sie müssten sich in den digitalen Welten zeigen, selber twittern, in einem sozialen Netzwerk aktiv sein, sich mit Weblogs und Wikis und offenen Lernumgebungen auseinandersetzen.

Viele schrecken davon zurück, ihre Lehrmaterialen für das Internet aufzubereiten, denn sie müssten sich beispielsweise mit dem Urheberrecht und den Datenschutzbestimmungen beschäftigten, über grundlegende technische Kompetenzen verfügen und mediendidaktische Prinzipien berücksichtigen sowie die Bereitschaft zeigen, die notwendige Zeit in Fortbildungen zu investieren.

Internetbildung setzt eine andere Lernkultur voraus. Obwohl seit Jahren die Nachteile des Frontalunterrichts bekannt sind, geändert hat sich in der Praxis bislang wenig. Viele Versuche, dies zu ändern, scheiterten (bislang) auch an der mangelnden Infrastruktur, den fehlenden organisatorischen Rahmenbedingungen, starren Strukturen und nicht zuletzt den medialen Kompetenzen der Erwachsenenbildner. Zeit für einen Paradigmenwechsel, so wie es das medienpädagogische Manifest[10] fordert.

ANMERKUNGEN

1 Vgl. Risikogesellschaft, Erlebnisgesellschaft, Inszenierungsgesellschaft.
2 Zur Kritik an Powerpoint vgl. http://powerpoint rhetorik.de/Produktionsstadien.htm, Zugriff: 24. Februar 2011.
3 Vgl. www.moodle.de.
4 Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Ilias.
5 Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Social_Media, Zugriff: 25. Februar 2011.
6 Vgl. www.socialmedia-blog.de, Zugriff: 25. Februar 2011.
7 http://facebookmarketing.de/zahlen_fakten/facebook-nutzerzahlen-2010, Zugriff: 25. Februar 2011.
8 Vgl. www.mpfs.de/?id=181, Zugriff: 27. Februar 2011.
9 Kleimann; Özkilic; Göcks 2008.
10 www.keine-bildung-ohne-medien.de, Zugriff 2. Mai 2011.

LITERATUR

Holtkamp, J. (2009): Verblöden unsere Kinder – Neue Medien als Herausforderung für Eltern. Kevelaer.
Holtkamp, J. (2010): Fremde Welten entdecken – Marketing für Pfarrgemeinden, Verbände und Vereine. Münster 2010.
Holtkamp, J. (2011): Das Erziehungschaos - Machen Eltern, was sie wollen? War Erziehen früher einfacher? Gibt es Wege aus der Krise? Erscheint Herbst 2011.
Kleimann, B.; Özkilic, M.; Göcks, M. (2008): Studieren im Web 2.0. Studienbezogene Web- und E-Learning-Dienste. Hannover (HISBUS-Kurzinformation Nr. 21).
Apostolopoulos, N.; Hoffmann, H.; Mansmann, V.; Schwill, A. (Hg.) (2009): E-Learning 2009. Waxmann.