

Social Media und Schule

Gibt man den Begriff »Facebook« bei Google.de ein, erhält man ca. 23 Milliarden Ergebnisse. Das soziale Netzwerk ist einer der meistgesuchten Begriffe im Netz. Laut einer Umfrage des Branchen-Verbandes BITKOM sind heute über 90 Prozent aller deutschen Internetnutzer unter 30 Jahren in sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter und Xing registriert. In nicht einmal zehn Jahren haben sich die so genannten Social Media für das öffentliche Leben unentbehrlich gemacht.

Was aber bedeutet diese Entwicklung für Schule? Wie kann eine Schule mit Social Media umgehen? Muss auch sie ihre Angebote in sozialen Netzwerken präsentieren, um den Anschluss nicht zu verpassen? Schließlich sind die meisten ihrer Schülerinnen und Schüler längst vernetzt. Hilft Social Media

Schulen bei ihrer Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit – nach innen und nach außen? Ist der Umgang mit Social Media wirklich sicher? Immer wieder wird von einem mehr als unbekümmerten Umgang mit persönlichen Daten seitens der Betreiber berichtet.

»Hamburg macht Schule« hat sich einmal umgehört und zusammengetragen, welche Formen von Social Media es eigentlich gibt. In einem wissenschaftlichen Beitrag untersucht Jan Schütte, welche Chancen für die Öffentlichkeitsarbeit von Schule in der Förderung von Medienkompetenz liegen. Ratschläge zum Umgang mit Social Media an Schule gibt Ulrich Kühn vom Hamburger Datenschutz. Wie Social Media an Schule gelingen kann, zeigen schließlich zwei Best-Practice-Beispiele.

Schnittstellen für erfolgreiche Kommunikation

Auf den ersten Blick haben Medienkompetenzförderung und Öffentlichkeitsarbeit nicht viel gemein. Doch im Web 2.0-Zeitalter gibt es zahlreiche Berührungspunkte. Deshalb kann es sich für Schulen lohnen, ihre digitalen Aktivitäten mit Medien- und Kommunikationskonzepten zu verzahnen.

Medienkompetenz – ein Thema macht Schlagzeilen

»iPad-Klasse geht online«, »Internetkompetenz ist so wichtig wie Mathe«, »Schule lädt zum Facebook-Elternabend« ... Die Liste solcher Schlagzeilen ließe sich beliebig fortsetzen – und immer ist ihre begriffliche Klammer dieselbe: Medienkompetenz.¹ Sie wird angesichts der sich rasant verändernden Medienlandschaft und einer Vielzahl von Medienangeboten immer wichtiger. Insbesondere das Internet hat klassische Mediengrenzen und Kommunikationsstrukturen tiefgreifend verändert. Schlagworte wie Social Media oder Web 2.0 stehen für Öffnung, Partizipation und Dialog. Das Mitmach-Netz kennt kaum noch Grenzen. Insbesondere Kinder und Jugendliche sind heute einen Großteil ihrer Medienzeit »on«. Sie haben eine hohe Netz-Affinität, die genutzt werden sollte, um die fachliche und überfachliche Medienkompetenzentwicklung

zu fördern. Nachholbedarf gibt es allemal: Die Universität Hamburg hat im Januar 2010 im Auftrag der Landesmedienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH) eine bundesweite Untersuchung zum Stellenwert der Medienkompetenzförderung in Schulen veröffentlicht (»Medienbildung – (k)ein Unterrichtsfach?«). Wenngleich sie die große Verbreitung von medienerzieherischen Inhalten in den Lehrplänen der Bundesländer feststellt, so beklagt sie andererseits den Mangel an systematischer Implementierung sowohl in schulischen als auch universitären (in Bezug auf die Lehrerbildung) Curricula. An Vermittlungskonzepten und Initiativen zur Förderung von Medienkompetenz fehlt es jedenfalls nicht. Das beweisen insbesondere jene Schulen, die sich mit Medienkonzepten durch das digitale Zeitalter bewegen.

Öffentlichkeitsarbeit: Von der »Einbahnstraße« zur Vielwegekommunikation

Bildung und Schule sind in den letzten Jahren weit nach oben auf die Agenda der gesellschaftlichen Diskussion gerückt. Mit lokalen Folgen: Mehr denn je muss sich die einzelne Schule an ihren Angeboten, ihrem Profil und den Prozessen und Er-

gebnissen ihrer Arbeit – intern wie extern – messen lassen. Öffentlichkeitsarbeit als Querschnittsaufgabe im Schulmanagement kann in diesem Kontext Transparenz, Vertrauen und Image fördern. Doch leichter gesagt als getan: Eine wissenschaftlich begleitete Befragung unter 43 deutschen Schulleiter/innen verschiedener Schulformen und Bundesländer im Jahr 2009² stützt die Wichtigkeit von Öffentlichkeitsarbeit, jedoch beklagen die Verantwortlichen durchweg Defizite bei Ressourcen, Strategie und Umsetzung. Auch beim Thema Internet. Noch bilden vielerorts statische Webseiten das schulische Geschehen ab. Doch die Möglichkeiten, Informationen, Erfahrungen und Wissen online auszutauschen, haben sich schnell vermehrt und entfalten unter dem Schlagwort Social Media große Dynamik – nicht zuletzt dank leichtem Zugang und hohem Aufforderungscharakter. In wenigen Minuten sind Blogs eingerichtet, Nutzeraccounts angemeldet und Inhalte digital publiziert. Dieser Medienwandel stellt auch an Schulen neue Anforderungen im Umgang mit Öffentlichkeit(en) – und bahnt zugleich neue Wege: Aus informationellen »Einbahnstraßen« kann eine dialogische Vielwegekommunikation erwachsen, die das vielfältige Schulleben spiegelt, Feedbacks ermöglicht und Beteiligung der

Lesen Sie bitte weiter auf S. 8

Konzeptbausteine	Medienkompetenzförderung	(Online-)Öffentlichkeitsarbeit
Situationsanalyse	<ul style="list-style-type: none"> • Kompetenzen (Stärken) und Bedarfe (Schwächen) • bisherige Aktivitäten • Ausstattung (Räume, Hard- und Software) • Rahmenlehrpläne 	<ul style="list-style-type: none"> • Spektrum der gesamten Öffentlichkeitsarbeit • Online-Aktivitäten Schule/Lehrkräfte/Schüler • Erwartungen/Wünsche Zielgruppen (intern/extern) • Kompetenzen Öffentlichkeitsarbeit • Bewusstsein über schulisches Image
Zielbestimmung	<ul style="list-style-type: none"> • Lernziele • Kompetenzstufen 	<ul style="list-style-type: none"> • Was soll mit Online-Kommunikation erreicht werden? (intern und extern)
Bezugsgruppen	<ul style="list-style-type: none"> • Schüler/innen • Lehrkräfte • Schulleitung • ggf. Eltern 	<ul style="list-style-type: none"> • Interne • externe
Strategie	<ul style="list-style-type: none"> • Learning by doing • Fortbildung • Kooperation • Freiräume schaffen 	<ul style="list-style-type: none"> • »Leitplanken« der Kommunikation (z. B. Öffnung, Dialog, Partizipation Schulgemeinschaft, Lernende Organisation)
Instrumente	<ul style="list-style-type: none"> • Qualifizierung • Fachdidaktik • Methodik • Technik • Medienentwicklungsplan • gezielte Personalsuche 	<ul style="list-style-type: none"> • Website • Blog • Soziale Netzwerke • Online-Pressearbeit • Lern- und Arbeitsplattformen • Mailinglisten
Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> • Unterricht • Online-Projekte • Infoabende für Eltern • SchiLF Medienkompetenz • Anschaffung Hardware • Anschaffung Software 	<ul style="list-style-type: none"> • Generierung von Themen • Klassenblog • Website • Facebook-Seite • Schul-Wiki • Social Media Guideline (...)
Erfolgskontrolle	<ul style="list-style-type: none"> • Schüler: Kompetenztests, Internet-Führerscheine, Web-Quest • Lehrkräfte: Engagement, Übernahme von Funktionen • Schulgemeinschaft: Qualität und Quantität interner Kommunikation 	<ul style="list-style-type: none"> • Web-Monitoring • Umfragen • Feedback Zielgruppen intern und extern
Benötigte Ressourcen	Technik, Personal, Etat, Know-how, Engagement	
Zeitplanung	kurz-, mittel- und langfristig	
	<ul style="list-style-type: none"> • Schnittstellen Schulprogrammarbeit 	
	Weiterentwicklung Medien- und Kommunikationskonzept	
	Austausch und Koordination zwischen beiden Bereichen	

Abb. 1: Strukturentwurf und Inhaltskriterien für ein Medien- und Kommunikationskonzept

Schulgemeinschaft fördert. Die folgenden Praxisbeispiele illustrieren dies:

- Kunstblog Stadtteilschule Bahrenfeld
- Online-Schülerzeitung/Twitter/Facebook: Theodor-Heuss-Schule Pinneberg
- Facebook: Rudolf-Steiner-Schule Hamburg-Bergstedt
- Youtube: Kanal der Kfz-Schule G9 Hamburg
- Online-Schulmagazin EMA: Ernst-Moritz-Arndt-Gymnasium Bonn

Fließende Grenzen

Social Media berührt noch eine weitere Thematik: das individuelle Recht

auf informationelle Selbstbestimmung. So gibt es inzwischen neben online-affinen Schüler/innen auch viele Lehrkräfte und Schulleiter/innen mit privaten Blogs, Twitter-Accounts oder Facebook-Seiten. Wer dort (auch) zu beruflichen Themen kommuniziert, schafft zwangsläufig Bezüge zur eigenen Schule. Doch Verteufelung oder sogar »Zensur« sind hier fehl am Platz. Vielmehr sollten die Beteiligten Spielregeln für entsprechende Aktivitäten vereinbaren und eine informelle Online-Kommunikation als produktiven Beitrag zum Schulleben nutzen – und sei es nur des »Zuhörens« willen, worüber im Netz (über die eigene Schule) gespro-

chen wird. Solche Regeln unterstreichen zum einen individuelle Kommunikationsfreiheiten und zeigen zum anderen die Grenzen möglicher im Namen der Schule publizierten Inhalten auf. Große Unternehmen praktizieren dies mit sogenannten »Social Media Policies«.

Medien- und Kommunikationskonzept schafft Synergien

Gerade die Entwicklungen im Zuge des Web 2.0 stellen Herausforderungen im didaktisch-methodischen, im kommunikativen und im technischen Bereich dar. Übergänge von unterrichtlichen Inhalten zum Dialog innerhalb von Klassen, Gruppen oder Kollegien bis hin zur Veröffentlichung von Inhalten werden unter Einsatz digitaler Medien wesentlich fließender.³ Insofern ist es sinnvoll, Medienkompetenzförderung und Öffentlichkeitsarbeit auf ihre konkreten Schnittstellen hin zu beleuchten und integriert zu planen. Medien- und Kommunikationskonzepte können die Aktivitäten auf beiden Feldern systematisch verzahnen und Synergien erzeugen (Abb. 1). Grundgedanke: Aus einer medienkompetenten Schulgemeinschaft erwachsen kontinuierlich Ressourcen und Impulse für die (digitale) Öffentlichkeitsarbeit.

Fazit

Ob interner Informationsfluss im verdichteten Schulalltag, die Öffnung von Unterricht für neue Lehr- und Lernformen, der Aufbau einer Partizipationskultur oder der Dialog mit externen Bezugsgruppen: Insbesondere Online-Kommunikation kann an den Schnittstellen von Medienkompetenzförderung und Öffentlichkeitsarbeit wertvolle Impulse für die Schulentwicklung setzen. Prozesse, Strukturen und Ergebnisse schulischer Arbeit werden transparenter. Hierin liegt eine große Chance, Vertrauen und Identifikation zu fördern. Die gelingenden Beispiele aus der Praxis zeigen: Es braucht Offenheit, Mut und Engagement.

Anmerkungen

¹ Der Medienpädagoge Dieter Baacke (1998) differenzierte Medienkompetenz in die Kategorien Medienkritik,

Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung.

² Expertenstudie »Schulen im Gespräch«, durchgeführt von der Agentur plattform-p, Prof. Dr. Angela Ittel (TU Berlin) und lehrer-online.

³ Die Kaiserin-Augusta-Schule Köln greift diesen Aspekt in ihrem Medienkonzept explizit auf. Das Gymnasi-

um betreibt zahlreiche Blogs, ein Wiki sowie iPad-Projekte (www.kas-koeln.de).

Jan Schütte ist PR-Berater bei schulkomzept und Mitherausgeber des Handbuches »Öffentlichkeitsarbeit macht Schule« (Verlag Carl Link), js@schulkomzept.de

Der Beitrag basiert auf einer Masterarbeit des Autors im Studiengang Schulmanagement und Qualitätsentwicklung an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel.

Eine Online-Lesezeichensammlung zum Thema finden Sie unter www.delicious.com/janschuette (Schlagwort »Medienkompetenz«).

Das Weblog, die »eierlegende Wollmilchsau«

»Da geht wieder was!« – Neues Lernen mit Blogs in der Schule

Blogs sind eine Medienform, die individualisiertes, kollaboratives und vernetztes Lernen ermöglicht und fördert. Blogs sind keine Tools, Methoden oder Techniken, mit denen man nur schneller oder »nachhaltiger« dasselbe lernen kann wie bisher mit Lehrbuch, Wandtafel, Papier und Stift. Zur Optimierung des traditionellen Unterrichts sind Weblogs zwar auch geeignet, damit bleiben die eigentlichen Vorzüge dieses Mediums jedoch ungenutzt.

Neben einem personalisierten Lernen der »Fachinhalte« steht die Entwicklung von Kompetenzen an, die wir immer dringender brauchen: Die Fähigkeiten zur Formulierung und Bearbeitung eigener Fragen, zur Zusammenarbeit in heterogenen Gruppen und zum klugen Umgang mit dem Internet¹ können besonders gut mit einem Kurs-, Fach-, Klassen- oder Projektblog bzw. mit individuellen Schülerblogs gelernt werden. Der Fokus wendet sich dabei vom Unterrichten zum Lernen. Im Weblog kann dafür unbegrenzt und kostenlos multimediales Material zur Verfügung gestellt, alles direkt diskutiert sowie Arbeitsergebnisse präsentiert und in Kommentaren mit weiteren Perspektiven versehen werden; Experten können sich äußern, Feedback kann verarbeitet werden.

Eine Übersicht über die verschiedenen Anwendungstypen von Blogs in der Schule findet sich in meiner »Blogwerkstatt«: <http://lisarosa.wordpress.com/seminarmaterial/typen-modelle-fur-den-einsatz-von-blogs-in-schule-und-unterricht/>

Schülerinnen und Schüler stellen sich mit ihren Lernergebnissen der öffentlichen Diskussion.

An meinem persönlichen Lernnetzwerk, das sich mit Beginn meines Bloggens 2005 entfaltete, entdeckte ich den riesigen Möglichkeitshorizont dieses Mediums für mein eigenes Lernen, und gleichzeitig begannen sich auch die Chancen für ein Neues Lernen in der Schule abzuzeichnen. Um nur ein aktuelles Beispiel aus der Praxis zu zeigen:

Im Oktober 2011 wurde ich von einer Kollegin des Emilie-Wüstenfeld-Gymnasiums gebeten, einen Kurs von 26 Schülerinnen und Schülern in einer Projektwoche zu begleiten. Mit »Besuch des KZ-Neuengamme« waren Lernort und Lerngegenstand bestimmt, an und mit dem sich die Schülerinnen und Schüler ihre individuellen Lernaufgaben selbst stellten. In elf Kleingruppen sammelten und bearbeiteten sie Material zu eigenen Fragen. Die Ergebnisse wurden in ein vorbereitetes Blog gepostet und zur Diskussion gestellt. Dass man dabei im Prinzip »die ganze Welt« zum Gespräch eingeladen hatte, erlebten die Schülerinnen und Schüler dann an Kommentaren ihnen unbekannter Menschen aus Hamburg, Münster, Amberg, Göttingen, Heidelberg. Auf diese Kommentare, die neben Lob und Ermunterung auch neue Informationen und Perspektiven, Kritik und Korrektur enthielten, musste wiederum geantwortet werden. Im Backend des Blogs war zu sehen, wie oft ein Beitrag gelesen worden war. »Boah, 40 Klicks – da geht noch was!« sagte eine Gruppe und erarbeitete einen weiteren Artikel. Für die Freunde

in Texas bekam die Startseite eine englische Übersetzung. Schließlich wurde dieses »eigene Internet« der Offline-Welt im Schulhaus kunstvoll präsentiert, die Installation wiederum dokumentiert und ins Blog zurück gespiegelt. Neue Kommentare, mehr Gespräche, neue Anlässe, über den Gegenstand nachzudenken und zu lernen ... 42 Artikel und 90 Kommentare waren es am (vorläufigen) Ende.

<http://ewgprojektblog.wordpress.com>

»Wissen«, sagt David Weinberger »existiert nur, solange es im Gespräch ist.« Und dabei »verstricken wir uns in [Lern-] Prozesse, die sich unmerklich vertiefen ... wie Furchen in einem steinernen Treppehaus, verursacht von Hausschuhen.«²

Fortbildungsmöglichkeiten

- »Weblogs in der Schule« – Werkstatt-Fortbildung für Lehrkräfte der Sekundarstufen im SJ 2012/13
- Fortbildung für Lehrkräfte einer Schule – n.V.
- Beratung und Begleitung eines Unterrichtsvorhabens mit einem Weblog – n.V.

Lisa Rosa

lisa.rosa@li-hamburg.de

<http://shiftingschool.wordpress.com>

Anmerkungen

¹ vgl. OECD, Definition und Auswahl von Schlüsselkompetenzen, <http://www.oecd.org/dataoecd/36/56/35693281.pdf>.

² David Weinberger (2002), Small Pieces Loosely Joined, zit. n. Martin Lindner, in: Was ist elearning 2.0? <http://www.slideshare.net/MartinLindner/was-ist-elearning-20-2008-presentation>.