

Soziale Netzwerkbildung unterstützen mit Microblogs (Twitter)

von Michael Kerres & Annabell Preußler (@mkerres & @apreussler)
Lehrstuhl für Mediendidaktik und Wissensmanagement,
Universität Duisburg-Essen

Schlagworte: Microblogs, soziale Netzwerke, Twitter, Kommunikation, Community

Mit dem Schlagwort Microblogging ist eine spezifische Form der Kommunikation im Internet verbunden, die in kurzer Zeit große öffentliche Aufmerksamkeit gefunden hat, sowohl bei Privatpersonen als auch bei Unternehmen und Bildungseinrichtungen. Beim Microblogging werden, ähnlich wie beim SMS-Textdienst, kurze Meldungen im Internet veröffentlicht, mit denen Menschen z.B. berichten, was sie gerade tun oder denken. Da die Meldungen, anders als bei der SMS, öffentlich sichtbar sind, kann dies die Bildung sozialer Netzwerke unterstützen, bei der "Reputation" gewonnen werden kann. Der folgende Beitrag geht der Frage nach, ob und inwieweit sich diese Form der Kommunikation in Lernkontexten nutzen lässt? Dazu werden Microblogs als eine - weitere - Variante für interpersonelle Kommunikation in die bestehenden Optionen von Kommunikationswerkzeugen für E-Learning eingeordnet.

1. Einleitung

1.1. Hintergrund

2. Microblogging

2.1 Was ist Twitter?

2.2. Warum twittern?

3. Microblogs für das Lehren und Lernen

4. Microblogs als Element der Kommunikationumgebung

4.1 Kommunikationsmedien

4.1.1 E-Mail

4.1.2 Instant Messaging

4.1.3 Internet-Telefonie

4.1.4 Chat

4.1.5 Internetforen

4.1.6 Blogs

4.1.7 Soziale Netze

4.1.8 Microblogs

4.2 Vereinbarung von Kommunikation

5. Fazit

6. Literatur

1. Einleitung

Spätestens seitdem Barack Obama in seinem Wahlkampf das Internet und Web 2.0 - Anwendungen konsequent genutzt hat, ist auch Twitter in aller Munde. In zahlreichen Blogs, aber auch in großen Zeitungen wird über Sinn und Unsinn von Twitter im Allgemeinen¹ und die didaktischen Potenziale von Twitter² im Besonderen diskutiert. Es stellt sich damit die Frage, wie die Möglichkeiten von Microblogs für das E-Learning einzuschätzen sind. Ist es tatsächlich "nur" ein übertriebener Hype? Oder sind mit dem Microblogging spezifische Chancen für das Lernen verbunden?

1.1. Hintergrund

In wenigen Jahren ist die Anzahl der Optionen, um mit Anderen über technische Medien zu kommunizieren, sprunghaft gestiegen. Über Jahrhunderte gab es für die persönliche Kommunikation zwischen Privatpersonen im Prinzip einzig den - per Postdienst physikalisch übermittelten - Brief. Das Telefon setzte sich erst nach Jahrzehnten als Medium der alltäglichen Kommunikation durch. Telefon, und hier insbesondere das mobile Telefon einschließlich des SMS-Textdienstes wurde zu einem Medium, das Menschen nicht mehr nur nutzten, um gezielte Informationen auszutauschen, sondern einfach um Kontakt mit Anderen zu halten.

Bei der Entwicklung des Internet stand - mit dem WorldWideWeb - seit Mitte der 1990er Jahre lange Zeit die Publikation von Informationen im Vordergrund. Seit einigen Jahren entwickelt sich das Internet, unter dem Label "Web 2.0", zunehmend (auch) zu einem sozialen Raum, in dem Menschen sich aktiv einbringen und untereinander austauschen (vgl. Kerres, 2006). Das Internet dient nicht mehr nur der Verbreitung von Informationen, sondern wird zunehmend als ein Ort wahrgenommen, an dem Menschen dem Bedürfnis nach interpersoneller Kommunikation nachgehen, sich aktiv in soziale Gruppen einbinden und Netzwerke - für private, berufliche oder z.B. politische Anliegen - bilden.

Dabei findet in allen Sektoren der Gesellschaft Kommunikation zunehmend über das Internet statt. Der Erfolg von E-Mail hängt dabei auch damit zusammen, dass er den Jahrhunderte lang etablierten Vorgang des Schreibens und Versendens eines "Brief" recht ähnlich auf das Internet abbildet. Das Internet bildet somit existierende Kommunikationsvarianten ab, es implementiert aber auch neue Varianten, um die Kommunikation zwischen Menschen zu unterstützen. Und möglicherweise bieten genau diese Varianten einen zusätzlichen Nutzen, der bei bisherigen Kommunikationsdiensten im Internet noch nicht sichtbar war.

Die Suche nach solchen neuen Kommunikationsangeboten im Internet ("social media") hat in dem letzten Jahrzehnt eine große Kreativität freigesetzt: Es sprießen immer mehr und neue Kommunikationsanwendungen hervor, die ein spezifisches Setting für die interpersonelle Kommunikation im Internet realisieren. Sie unterscheiden sich in feinen Abstufungen darin, welche Kommunikationswege und -kanäle sie wem öffnen: Wer kommuniziert mit wem in welcher Weise?

Die neuen Kommunikationsangebote suchen nach Wegen, um Websites als attraktive "soziale Orte" zu etablieren, auf denen die Besucher/innen gerne und regelmäßig erscheinen und sich aktiv in die Kommunikation mit Anderen einbringen. Sie spielen in subtiler Weise mit dem menschlichen Bedürfnis nach sozialer Beachtung und Anerkennung und sie implementieren clevere

Mechanismen, um das menschliche Streben nach Reputation und Status anzustacheln. Denn Geschäftsmodelle für Internet-Anwendungen basieren regelmäßig darauf, möglichst viele Menschen an eine Website zu binden. Eine erfolgreiche Anwendung muss es schaffen, dass Menschen motiviert sind, eine Website immer wieder aufzusuchen und sich dort möglichst aktiv zu beteiligen. Zum einen entsteht auf diese Weise "user-generated content", für dessen Produktion die betreibende Instanz nicht zahlen muss. Zum anderen wird eine Website auf diese Weise zu einem "sozialen Ort" aufgeladen und zieht damit wiederum andere Menschen an. So schaffen die Nutzenden durch ihre Aktivitäten "Werte", die den Betrieb der - in der Regel für sie kostenfreien - Websites ermöglichen.

In der traditionellen Ökonomie ist die Eigenart dieser Wertschöpfung schwer nachvollziehbar: Menschen nutzen einen für sie kostenfreien Service, bei dem die *Wertschöpfung* durch die *Aktivität der Nutzenden* entsteht: Die Nutzenden "zahlen" durch ihre Aktivität; (nur) durch ihre Aktivität entsteht die Wertigkeit der Dienstleistung. Es existiert eine besondere Art des Verhältnisses zwischen Anbieter der Dienstleistung und Nutzenden: Die Dienstleistung kann ökonomisch nur erfolgreich sein, wenn der Anbieter (genug) Menschen findet, die den "Wert" der Plattform "erzeugen". Die Menschen wiederum wissen durchaus, dass sie einen kostenfreien Dienst nutzen, und wissen damit auch, dass sie eigentlich keine Ansprüche stellen können an den Betreiber. Ihre - erhebliche - "Macht" besteht jedoch darin, einen Service eben "nicht" zu nutzen, denn im Internet sind Alternativen in der Regel nur "einen Klick weit entfernt".

Es handelt sich um einen attraktiven Markt mit hohen Gewinnchancen und als Ergebnis dieses Wettbewerbes ist die Anzahl der verfügbaren - und konkurrierenden - Kommunikationsangebote in den letzten Jahren enorm gestiegen. Sie ist heute für Viele bereits unübersichtlich. Es ist eine - im Vergleich etwa zur Nutzung von E-Mail - im Grunde kleine Gruppe von "Early Adopters", die in diesen Welten unterwegs sind. Doch da es sich um weltweite Communities handelt, können entsprechende Plattformen durchaus hunderttausende Menschen und mehr für ihr Angebot gewinnen.

So hat beispielsweise die Nutzung von Weblogs (oder abgekürzt: Blog) in wenigen Jahren enormen Zuwachs erfahren. Weblogs können als eine Art persönliches Tagebuch beschrieben werden, das offen im Internet publiziert wird. Anders als in einem "privaten Tagebuch" steht das Weblog in einem öffentlichen Raum und zieht - gerade durch seine stärker persönliche Note - oftmals eine hohe Aufmerksamkeit auf sich. Menschen nehmen in ihren Blogs oftmals Bezug zu Inhalten anderer Blogs. Es besteht in der Regel die Möglichkeit, Kommentare auf den Blogseiten zu hinterlassen und über "Trackbacks" können Weblogs über Verweise auf ihre Einträge informiert werden. Auf diese Weise entstehen soziale Netze von Menschen mit ähnlichen Interessen, die im Alltag in anderer Weise oftmals keinen oder nur eher losen Kontakt pflegen: die "Blogosphäre".

Da es für die Erstellung und das Betreiben eines Weblogs prinzipiell keiner Programmierkenntnisse bedarf und manche Internet-Plattformen kostenlose Weblogs anbieten, ist sowohl die Zahl der Nutzenden als auch die Anzahl der in Weblogs behandelten Themen rapide gestiegen. So registriert die Weblog-Suchmaschine technorati.com derzeit beispielsweise etwa 900.000 Weblogeinträge pro Tag³. Wenngleich Weblogs also einen persönlichen Charakter haben, steht das Privatleben der Schreibenden in der Regel nicht gleichermaßen im Fokus wie in einem Tagebuch. Zwar wird durchaus über private Erlebnisse berichtet, jedoch beziehen sich diese nur auf einzelne Aspekte des eigenen Lebens. In erster Linie werden Informationen und

Meinungen zu spezifischen Themen vorgestellt⁴. Weblogs dienen also sowohl der Selbstrepräsentation, dem Identitätsmanagement sowie der Pflege sozialer Netzwerke. Neben Privatpersonen nutzen auch Unternehmen und journalistische Erzeugnisse die vielseitigen Möglichkeiten von Weblogs. Diese Entwicklung macht auch in Bezug auf Bildungseinrichtungen nicht Halt.

Nachdem zunächst in den USA Weblogs in der Lehre eingesetzt wurden, finden sich auch vermehrt Hochschulen im deutschsprachigen Raum, die sich für die didaktischen Potenziale dieser Angebote interessieren. Im Rahmen des Online-Masterprogramms "Educational Media" der Universität Duisburg-Essen ist beispielsweise das Lerntagebuch in Form eines Weblogs ein verpflichtendes Element des Studienprogramms (vgl. Nübel et al., 2004). Die Studierenden nutzen dabei in der Regel einen der kostenfreien Anbieter für Weblogs im Internet. Die ETH Zürich führte im Sommer 2007 einen Blogservice für Studierende und Mitarbeitende der Hochschule ein. Auch an der Open University werden Studierende angehalten, Weblogs zu betreiben (Karawall et al., 2009).

Für Bildungseinrichtungen zeichnen sich Blogs dadurch aus, dass es extrem einfach ist, Inhalte zu publizieren, etwa um Informationen zu einer Lehrveranstaltung zu geben, Link-Empfehlungen, weiterführende Informationen, Kommentare oder Arbeitsaufgaben zu veröffentlichen. Aus diesem Grund nutzen manche Lehrpersonen Weblogs als eine Art "persönliche Lehrplattform" und als Alternative (oder Zusatz) zu einem Learning Management System (LMS) einer Institution. Neben dieser Nutzung durch Lehrpersonen, die eher auf Distribution ausgerichtet ist, können Blogs für Lernende als individuelles Lernjournal zur Dokumentation des eigenen Lernfortschritts oder als Gruppen- oder Projektweblog eingesetzt werden, über die gemeinsame Aktivitäten organisiert werden (vgl. Pullich, 2007).

2. Microblogging

Mit dem "Microblogging" steht nun eine Form des Bloggings zur Verfügung, bei dem sehr kleine Beiträge bzw. Informationseinheiten, ähnlich wie eine SMS, versendet werden. Die Veröffentlichung der Nachricht findet dabei nicht auf dem eigenen Blog statt, sondern auf speziellen Internet-Plattformen. Zu nennen sind hier vor allem *twitter.com* oder *identi.ca*. Darüber hinaus gibt es Plattformen, mit denen das Microbloggen von *Musiktiteln* möglich ist, d.h. andere Menschen "sehen" (und können hören), welche Musik ich zur Zeit höre.

Die Anbieter unterscheiden sich durch verschiedene Versand- und Zugriffsmöglichkeiten. So bietet beispielsweise *identi.ca* das Erstellen und Empfangen von Nachrichten über einen Instant Messenger oder über Schlagworte an. Twitter ist die Plattform mit den zur Zeit höchsten Nutzerzahlen (Anfang 2009), weshalb sie als prominente Vertreterin dieser Gattung gelten kann und im Folgenden näher vorgestellt wird.

2.1 Was ist Twitter?

Über Twitter können Textnachrichten mit einer Länge von maximal 140 Zeichen im Internet publiziert werden. Diese Länge hat sich in Anlehnung an SMS eingebürgert, die 160 Zeichen lang sein dürfen. Nachrichten können ohne Empfänger "an alle" gerichtet sein, oder an bestimmte Personen, wobei - und dies macht bereits die Besonderheit des Microbloggens aus - auch diese Nachricht in der Regel "öffentlich" (oder zumindest für eine größere Gruppe von Nutzer/innen freigegebenen) ist. Twitter kann also mit einer Art "SMS im Internet" verglichen werden, bei der "alle" die SMS verfolgen können, wobei

die Nachricht zugleich dauerhaft nachlesbar bleibt.

Das Senden und Lesen von Nachrichten über Twitter ist dabei nicht an einen Webbrowser gebunden. Das Senden der so genannten Tweets funktioniert auch z.B. über ein Mobiltelefon oder andere Software und Services von Drittanbietern, weil alle Funktionen von Twitter über eine Programmierschnittstelle (API) von externen Anwendungen genutzt und damit "ferngesteuert" werden können. Auf diese Weise ist das Senden und Empfangen solcher Kurznachrichten nicht nur denkbar einfach, sondern auch extrem flexibel und in verschiedenen Nutzungskontexten mit diversen Endgeräten zugreifbar.

Twitter fordert auf seiner Homepage zur Eingabe einer einfachen Angabe auf: "What are you doing?" Die Antworten sind vielfältig. Während die Einen ihre Tätigkeiten in regelmäßigen Abständen nahezu lückenlos dokumentieren, nutzen Andere Twitter z.B. für Linkempfehlungen, Erlebnisse oder kleine, eher beiläufige oder witzige Unterhaltungen.

Die Beschränkung einer Nachricht auf 140 Zeichen wirkt zunächst befremdlich, letztlich macht sie jedoch den Clou des Microblogging aus: Beim Schreiben muss ich mich fokussieren auf genau eine Aussage. Beim Lesen kann ich extrem schnell erfassen, was mich interessiert.

Ein weiterer, wichtiger Aspekt ist, dass sich über Twitter Netzwerke bilden. Ein Nutzer kann einem anderen "folgen", was bedeutet, dass er die Tweets dieses Users abonniert. Auf der eigenen Twitter-Startseite werden dann die Beiträge derjenigen angezeigt, denen man folgt. Zur Vernetzung tragen insbesondere die Antwort-Funktionen bei. Steht vor dem Usernamen das @-Zeichen, bedeutet dies, dass die Nachricht an die Person gerichtet ist. Sie ist aber dennoch öffentlich. Anders verhält es sich mit direkten Nachrichten ("direct messages"), die - wie bei einer E-Mail - nur vom Empfänger bzw. der Empfängerin gelesen werden kann, was aber innerhalb von Twitter vergleichsweise selten genutzt wird. Mit steigender Anzahl von Personen, denen man folgt, wird es schwierig, den Überblick zu behalten. Abhilfe schaffen Software-Clients, mit denen sich Filter erstellen lassen, um bspw. die Tweets von bestimmten Personen, die man einer Gruppe zuordnet, in einem Fenster zu lesen. Auch können Nachrichten gezielt bezogen werden, die mit bestimmten Schlagworten versehen sind.

Wir können uns Twitter also als einen Ort vorstellen, an dem sich Menschen treffen, die kurze Nachrichten in einen Raum hineinrufen. Dabei bleibt offen, wer gerade anwesend ist und wer zuhört. Manchmal werden Andere auf meine Äußerungen reagieren, ich erwarte es aber nicht. Ich kann sofort, aber auch später reagieren, weil der Strom der "Tweets" im Internet nachlesbar ist. Twitter ist damit eine Art "virtueller Teeküche" oder "Lagerfeuer", an dem Informationen ausgetauscht werden, wo ein Schwätzchen gehalten wird und Netzwerkbildung betrieben wird. Simon & Bernhardt (2008, 21) beschreiben das Phänomen Twitter so:

"Die Nachrichten sind keine Mitteilungen in nur eine Kommunikationsrichtung, werden nicht bloß von einigen Freunden oder Bekannten zur Kenntnis genommen - es sind Anregungen zu diskutieren, zu kommentieren, Erfahrungen, Empfehlungen und Links auszutauschen. Jeder kann für sich entscheiden, ob, wann und wie oft er liest, schreibt und antwortet - manchmal in Echtzeit, dann wieder um Stunden oder Tage versetzt."

Auch wenn viele Nachrichten sich von einer Person an eine andere richten, so ist Twitter nicht mit E-Mail zu vergleichen, bei der erwartet wird, dass der Empfänger die Nachricht tatsächlich liest und beantwortet. Ähnlichkeit besteht eher mit einem Chat, allerdings mit dem Unterschied, dass die Nachrichten nicht verschwinden, sondern nachträglich noch (öffentlich) gelesen und durchsucht werden können. Interessanterweise wird Twitter jedoch oft als Ersatz für E-Mail verwendet, um sich zu etwa zu verabreden, über Arbeitsinhalte auszutauschen oder um Aufgaben zu koordinieren. Auch findet sich das Phänomen, dass auf eine erhaltene E-Mail oder ein Telefax per Twitter geantwortet wird. Dabei wird eine als privat initiierte 1:1 - Kommunikation auf eine "öffentliche Bühne" gehoben, was in dem einen Fall unproblematisch und lustig sein kann, in einem anderen Fall jedoch als Verstoß gegen die "Netiquette" zu werten sein könnte.

2.2. Warum twittern?

Twitter nutzen sowohl Privatpersonen als auch Unternehmen, Politiker/innen, Organisationen, Zeitungen usw.. Nur warum? Nach Java et al. (2007) wird Twitter von Menschen genutzt, um Anderen mitzuteilen, was sie gerade tun, sie führen Gespräche, geben Neuigkeiten weiter und verbreiten Links (s.a. Simon & Bernhard, 2008).

Naheliegender ist der Gedanke, dass man sich durch die Nutzung von Twitter einem sozialen Netzwerk anschließt, in welchem man auf Menschen mit ähnlichen Interessen trifft, und man so Informationen erhält und man sich mit anderen austauschen kann. Darüber hinaus ist Twitter auch ein Medium, das die Neugierde anspricht mitzuerleben, was Andere gerade tun. Letztlich ist Twitter auch ein soziales Netzwerk, das das menschliche Bedürfnis nach sozialer Anerkennung und Achtung anspricht: Ich möchte, gerade wegen der Offenheit der Situation, "Gehör" finden. In Twitter drückt sich die Reputation, die man online gewinnen kann, in der Anzahl der Menschen aus, die einem "folgen" und damit die eigenen Nachrichten abonniert haben.

Dass auf diese Weise in Twitter ein beachtliches soziales Netzwerk entstanden ist, über das Informationen sehr effektiv und überraschend schnell ausgebreitet werden können, zeigt sich am Beispiel des am 15. Januar 2009 im Hudson (USA) notgelandeten Flugzeugs. Die Information über diesen Vorfall war innerhalb kürzester Zeit über Twitter - letztlich über einzelne Menschen - verbreitet, noch ehe die professionellen Medien darüber berichteten⁵.



Abbildung 1: Janis Krums' Tweet über die Notlandung im Hudson

Dennoch ließe sich für die meisten Menschen der Zugang zu reinen Informationen über andere Wege in der Regel effizienter bewerkstelligen, etwa

über den Bezug von RSS-Feeds oder schlicht über den Besuch von Internet-Seiten ausgewählter Nachrichtenanbieter. Das für Menschen Spannende an Twitter besteht also vor allem darin, ein klein wenig an Alltagsaktivitäten anderer Menschen teilzuhaben und zum anderen darin, Anerkennung, Beachtung und Zuwendung zu erlangen und Teil eines sozialen Netzwerkes zu werden bzw. zu sein.

In einer virtuellen Welt, wie Second Life, fällt es beispielsweise schwer, Reputation, die für Dritte erkennbar wäre, zu gewinnen. In Internet-Foren kann ich durch Informationen und Beiträge, die Anderen helfen, Anerkennung und positive Wertungen erhalten. In einer Spielwelt, wie etwa "World of Warcraft", muss ich lange - und gegen Geld - aktiv sein, um in der Hierarchie aufzusteigen. In Twitter reichen gelegentliche Mitteilungen und der Austausch mit Anderen, damit andere mir folgen. Dass die Anzahl der Follower für Viele - auch wenn sie es ungern zugeben - als Bestätigung erlebt wird, zeigt sich etwa an den zahlreichen Tipps für erfolgreiches Twittern im Internet⁶. Dabei geht es in erster Linie um die Erhöhung der Anzahl von Personen, die einem folgen. Dabei bedeutet das bloße Folgen einer Person nicht notwendigerweise eine (Netz-)Freundschaft. Eine aktuelle Studie von Hubermann et al. (2009) zeigt, dass Twitter-User eine vergleichsweise kleine Anzahl von Freunden haben - hier definiert als Personen, auf deren Tweets mindestens zweimal reagiert wurde - selbst, wenn die Anzahl derjenigen, denen sie folgen, um einiges größer ist.

Weitgehend unklar ist die Bedeutung und die Effekte des Reputationsgewinns für den einzelnen Lerner bzw. eine Lerngruppe: Mechanismen des Gewinns sozialer Reputation, die in der sozialen Kommunikation gewonnen werden, sind ein wesentliches Merkmal sozialer Netzwerke im Internet. Sie sind zugleich der entscheidende Anreiz zur Wiederkehr und wiederholten Nutzung einer entsprechenden Plattform und vielleicht der wichtigste Grund für den nachhaltigen Erfolg entsprechender Plattformen (s. etwa Bolton et al., 2004). Doch die Bedeutung dieser Mechanismen für das Lernen, insbesondere mit Lerngruppen und in institutionellen Kontexten, ist relativ unklar und wenig systematisch erprobt. In Bildungsinstitutionen und damit formellen Bildungskontexten etablieren Prüfungen, Noten und Punkte bereits ein "Reputationssystem". Hier wäre die Frage zu stellen nach der Relation zu Reputationssystemen, die sich über soziale Kommunikation bestimmen. Sie könnten sich als dysfunktional für die Gruppenaktivitäten und Gruppenkohäsion erweisen. Gut eingesetzt könnten sie jedoch auch dazu beitragen, dass Lernende eine Plattform besonders intensiv nutzen. Aber auch für das informelle Lernen stellt sich die Frage, inwieweit das Reputationssystem sozialer Plattformen für Lernaktivitäten handlungsleitend werden kann.

3. Microblogs für das Lehren und Lernen

Wie in den meisten Fällen, wenn sich ein neues Werkzeug etabliert, entfacht sich auch in Bezug auf das Microblogging eine Diskussion darüber, ob und wie sich dessen Potenziale für das Lernen nutzbar machen lassen. So stellen beispielsweise Grossek & Holotescu (2008) verschiedene Möglichkeiten vor, in welcher Form Twitter als ein pädagogisches Werkzeug genutzt werden könnte.

Diese Ideensammlung reicht von "Twittering in class or outside of it is [sic!] about learning" oder "Collaboration across schools, countries", bis hin zu "Thinking about and reflecting on your learning". Prinzipiell wären vielfältige Verwendungszwecke denkbar. So kann Twitter als ein Werkzeug zum Brainstorming Einsatz finden, aber auch, um Links zu sammeln, sich Notizen zu machen oder mit den Dozierenden zu kommunizieren. In einer Art "offenem

Lerntagebuch" könnte darüber hinaus der eigene Lernweg dokumentiert werden. Ebner & Maurer (2008) fanden beispielsweise heraus, dass u.a. durch die Nutzung von Microblogs reflexive Fähigkeiten bei den Lernenden gefördert werden können.



Abbildung 2: Nutzungsbeispiel für die Nutzung von Twitter im Seminar

Johnson et al. (2009) stellen dar, dass Online-Publikationswerkzeuge wie Blogs und Microblogs grundsätzlich geeignet sind, um über persönliche und berufliche Fragen zu reflektieren, gemeinsam an Produkten zu arbeiten und zu forschen. Darüber hinaus kann sich die Schule als "public voice" artikulieren, indem auch über Klassen- und Schulgrenzen hinaus Kommunikation gesucht wird.

"The ease of online publishing, especially blogging, gives students a place to voice their opinions, ideas, and research" (Johnson et al., 2009:20).

Diese Aktivitäten beschränken sich nicht allein auf Gespräche zwischen einzelnen Lernenden, auch Lehrende können auf diese Weise Neuigkeiten, beispielsweise Klausurergebnisse, publizieren.



Abbildung 3: Mitteilung über Klausurergebnisse via Twitter

Der entscheidende Punkt ist dabei die Kürze der Mitteilung - in 140 Zeichen lassen sich keine langwierigen Gedankengänge darstellen. Sich kurz zu fassen bedeutet gleichzeitig, Sachverhalte auf den Punkt zu bringen.

"As a tool for students or professional colleagues to compare thoughts about a topic, Twitter can be a viable platform for metacognition, forcing users to be brief and to the point—an important skill in thinking clearly and communicating effectively" (Educause Learning Initiative 2007:2).

Auch für den Austausch zwischen Dozierenden sind verschiedene Varianten für die Nutzung von Twitter denkbar. Dies betrifft zum einen fachliche Diskussionen, wie etwa der Hinweis auf interessante Literaturstellen. Zum anderen wird Twitter etwa bereits auf Tagungen genutzt, wo sich Teilnehmende parallel zu dem "offiziellen" Strom an Äußerungen über Twitter Anmerkungen und Kommentare posten:

"In addition, Twitter can provide a simple way for attendees at a conference to share thoughts about particular sessions and activities with others at the event and those unable to attend" (Educause Learning Initiative 2007).



Abbildung 4: Nutzungsbeispiel für eine Fachdiskussion via Twitter

Es bleibt die Frage: Ist Twitter auch das "richtige" Medium für Lehr-Lernprozesse in Schule, Hochschule und Weiterbildung? Könnten wir diese Kommunikation nicht auch auf anderem Weg betreiben als für die ganze Welt lesbar im Internet?

Nicht alle Beteiligten – sowohl auf Lernenden- als auch auf Lehrendenseite – sind gleichermaßen internetaffin und können die Begeisterung für ein Werkzeug, wie das Microblogging, nachvollziehen. Andere nutzen es in jeglicher denkbarer Form und verwischen auf diese Weise die Grenzen von Privatsphäre und Öffentlichkeit.

Twitter unterstützt die Bildung sozialer Netzwerke und kann damit sicherlich in vielfältiger Weise in Lernkontexten genutzt werden. Wichtig erscheint dabei, dass die Beteiligten die spezielle Kommunikationssituation verstehen. Dies ist im Falle von Microblogs komplizierter als etwa bei E-Mail, die ein konventionelles Kommunikationsmedium recht unmittelbar im Internet abbildet. Die Lernenden (und Lehrenden) müssen Twitter "verstehen", und sie sollten sich darüber austauschen, welche Implikationen die Nutzung eines solch öffentlichen Twitters hat.

Dabei stellt sich durchaus die grundlegende Frage, inwieweit Lernen die Öffentlichkeit des Internet "erträgt". Lernen heißt (auch) Fehler machen. Lernen im Internet heißt, die Fehler hinterlassen eine Spur und werden dauerhaft konserviert. Wird das Internet primär als Informationsquelle genutzt, erzeugt die Nutzung keine bedeutsame Spur. (Hier stellt sich die Frage des Schutzes vor kinder- und jugendgefährdenden, sowie gesetzlich untersagten Inhalten.) Wird das Internet als Raum für aktives Lernen genutzt, hinterlassen die Aktivitäten Spuren, die praktisch nicht löscher sind, und zunehmend den Personen unmittelbar zuordenbar sind. Und dies ein Leben

lang. Gerade im schulischen Bereich, mit Kindern und Jugendlichen, ist deswegen zu überlegen, wie man mit dieser Implikation der Internet-Nutzung umgeht.

Eine Position in der Tradition der "Bewahrpädagogik" würde fordern, das Internet aus der Schule "auszusperren". Doch Fakt ist, dass junge Menschen einen erheblichen Teil ihrer Freizeit im Internet verbringen, und dort insofern bereits - und zum Teil sehr weitreichende - Spuren ihrer Identität erzeugen bzw. hinterlassen. Insofern ist die aktive Einbeziehung dieses "Lebensraumes" der Lernenden sehr wohl pädagogisch geboten. In Schule und Hochschule bietet sich die Möglichkeit, den Umgang mit solch öffentlich sichtbaren Spuren einer Person und ihren Folgen für das Individuum und die Gesellschaft anzusprechen und zu reflektieren. Insofern kann es sich auch für Lehrende lohnen, mit Lernenden gemeinsam Twitter auszuprobieren und über die Erfahrungen dabei zu reflektieren.

Insbesondere in der Hochschule und Weiterbildung, beim E-Learning und Fernlehreangeboten, erweitern Microblogs den Baukasten medialer Optionen für die Gestaltung von Lernarrangements. Sie werden jedoch nicht zu dem zentralen Kommunikationsmedium zwischen Lehrenden und Lernenden avancieren, sie stellen vielmehr einen zusätzlicher Baustein für den sozialen Austausch und die Gruppenbildung dar. Dabei sollte auch vermittelt werden, Eigenarten und Möglichkeiten des jeweiligen Kommunikationsmediums zu erkennen und zu nutzen. So erscheinen z.B. Anfragen von Studierenden an Professoren in Prüfungsangelegenheiten über E-Mail gewiss der angemessenere Weg der Kontaktaufnahme.

Zugleich ist auch zu bedenken, dass jedes neue Werkzeug Einarbeitung und Gewöhnung erfordert. Angesichts der vielen Optionen, die sich Lernenden heute für die Kommunikation im Internet stellen, bleibt die Frage, ob dieser Overhead im Hinblick auf das Lehr-Lernziel überhaupt angemessen ist. Für manche Menschen, die sich gerade daran gewöhnt haben, per E-Mail zu kommunizieren, ist der Weg über Instant Messenger bis hin zu Blogs oder gar Microblogs weit. Und es stellt sich immer die Frage, ob dieser Weg überhaupt notwendig ist, um zu einem bestimmten Lehr-Lernziel zu kommen?

Bei Microblogs für Lehr-Lernzwecke geht es also weniger darum, "yet another tool" - als eine neue Mode - in Bildungsangeboten zu implementieren. In solchen Zusammenhängen ist der Nutzen von Microblogs für den Lehr-Lernprozess, wie für andere Medien auch, zu hinterfragen und in einem mediendidaktischen Konzept einzuordnen. So stellt Mayrberger (2008) fest:

"So ist die Integration von E-Learning-2.0-Elementen eher dort didaktisch sinnvoll, wo kommunikative und kooperative Lehr- und Lernformen zur Fachkultur gehören und die Lernenden als gestaltende Subjekte im Lehr- und Lernprozess betrachtet werden. [...] E-Learning kann hier in jedem Fall sinnvoll unterstützen und zu einem fachspezifischen, didaktischen Mehrwert und damit zur Förderung der Qualität der Lehre in den Fakultäten beitragen. Dennoch sollte von Fall zu Fall erneut geklärt werden, inwiefern E-Learning 2.0 als Weiterentwicklung von E-Learning 1.0 überhaupt für alle Fächer sinnvoll oder „besser“ ist und wo der jeweilige Mehrwert für die Veränderung von Lehr- und Lernszenarien liegt" (a.a.O.: 166).

Es wird vermutlich immer wieder neue Hypes um neue Werkzeuge geben, die in Lehr-Lern-Arrangements Einsatz finden können. Dabei sind die

grundlegenden Fragen der didaktischen Planung, die sich im Wesentlichen kaum ändern, im Auge zu behalten (Kerres, 2001). In der Debatte um Microblogs können wir klären, wie wir miteinander kommunizieren und mit welchen Werkzeugen wir welche Inhalte bearbeiten.

4. Microblogs als Element der Kommunikationsumgebung

Lehrende wie auch Lernende müssen lernen, ihre Kommunikationsumgebung zu gestalten und zu hinterfragen. Für Manche ist es bereits ungewohnt oder befremdlich, dass und wie intensiv Menschen per SMS Kontakt halten. Für Andere sind Chats eine ihnen fremde Umwelt, in der sie sich nicht "zuhause" fühlen - und Microblogging wird von Vielen spontan als Zeitverschwendung angesehen. Insofern ist in einem Lehr-Lernkontext zu klären, über welche Medien und Kanäle welche Inhalte ausgetauscht werden sollen. Wesentlich ist dabei, sich die Möglichkeiten und Auswirkungen der möglichen Varianten bewusst zu machen, und in ihrer Relation zueinander zu betrachten. Nur so können wir eine für ein bestimmtes Bildungsanliegen angemessene Kommunikationsumwelt arrangieren bzw. der Einzelne seine eigene Kommunikationsumwelt für seine Anliegen - etwa beim informellen Lernen - gestalten.

4.1 Kommunikationsmedien

Im Folgenden werden die wichtigsten Werkzeuge für die interpersonelle Kommunikation beim E-Learning gegenübergestellt. Dabei werden die spezifischen Vor- und Nachteile bzw. möglichen Probleme aufgezeigt und Hinweise zur Nutzung der einzelnen Werkzeuge im E-Learning Kontext gegeben.

Gerade im Internet verschwimmen dabei die Grenzen zwischen Werkzeugen der interpersonellen Kommunikation und Werkzeugen für das *Broadcasting*, bei denen eine große, dem Sender nicht näher bekannte Gruppe von Menschen angesprochen werden. So lassen sich bestimmte Konferenzwerkzeuge sowohl für 1:1 - Gespräche nutzen, wie auch für die Live-Übertragung großer Veranstaltungen mit Tausenden von Zuschauern.

Die folgende Übersicht nennt die wichtigsten Werkzeuge und zeigt Unterschiede auf. Varianten, bei denen traditionelle Medien auf das Internet abgebildet werden, realisieren in der Regel eine "private" Kommunikation zwischen Menschen. Erst mit neueren Varianten wird die interpersonelle Kommunikation zunehmend in die Öffentlichkeit verlagert und die Kommunikation dauerhaft sichtbar gespeichert (Persistenz).

	E-Mail	Instant Messen-ger	Internet- Telefonie, Conferen- cing	Chat	Internet- Foren	Blogs	Soziale Netze	Microblog
Beispiel- Anwendung	gmx web.de GoogleMail	ICQ Yahoo (auch: Multi- messen-ger)	Skype/ SIP-Telefonie Adobe- Connect iChat	Integriert-er Chat in LMS	diverse Foren zu be- stimmten Themen	blogger.de wordpress.co m	Facebook StudiVZ XING	Twitter identi.ca
Struktur (in der Regel)	1:1	1:1	1:1 auch: 1:X, 1:N	1:X auch: 1:N	1:N	1:N	1:X, auch 1:N	1:N auch: 1:X
Informations- übertragung	Text	Text	Audio/ Video (auch: Text)	Text	Text	Text / Grafik Audio / Video	Text	Text
Typ	asynchron	asynchron	synchron	synchron	asynchron	asynchron	asynchron	asynchron
Abbildung von	privater Brief	private SMS	Telefon	Gespräch	"Schwarzes Brett"	öffentlicher Tagebuch	privates Netzwerk	öffentliche SMS
Präsenz- Indikator	n	j	(j)	j	n	n	n	n
öffentlich (in der Regel)	n	n	n	j/n	j	j	j/n	j
persistent (in der Regel)	j	(n)	n	n	j	j	j/n	j

Tabelle 1: Beschreibungsraster für Kommunikationswerkzeuge

Erläuterung: 1:1 Empfänger sind einzelne Personen, 1:X Empfänger ist eine definierte Gruppe, 1:N Empfänger ist ein unbekanntes Publikum

4.1.1 E-Mail

E-Mail ist ein intuitiv verständliches Werkzeug, das private Kommunikation zwischen Einzelpersonen ermöglicht. Für Lehr- und Lernzwecke ist es besonders zur individuellen Betreuung geeignet, beispielsweise für Rückmeldungen oder bei Schwierigkeiten im Lernprozess.

Problem:

- Die Nutzung von E-Mail ist für die Beantwortung von allgemeinen Fragen relativ aufwändig. Insofern kann es sich anbieten, diese auf andere Medien umzuleiten.
- Da es sich um eine "private" Kommunikation zwischen Einzelpersonen handelt, wird die Kompetenz der Gruppe nicht mit einbezogen.

Hinweis:

Bei allgemeinen Fragen kann es sinnvoll sein, auf eine FAQ-Liste oder Foreneinträge zu verweisen, bzw. die Antwort auf entsprechende Fragen unmittelbar dort einzugeben, um die Antwort auch für andere verfügbar zu machen, z.B.:

Student: Kann ich das Thema des Medienprojektes frei wählen?
Tutorin: Grundsätzlich: Ja. Sie finden weitere Hinweise zu den Medienprojekten unter: <http://mediendidaktik.uni-duisburg-essen.de/node/2809>

4.1.2 Instant Messaging

Mit Instant Messaging wird private Kommunikation in Form von Textnachrichten (bzw. bildhaften Elementen wie Smileys) zwischen zwei oder auch mehreren Personen unterstützt. Im Unterschied zu E-Mail geschieht dies in Echtzeit (synchron). Zusätzlich bietet Instant Messaging die Möglichkeit anzeigen zu lassen, ob eine Person momentan anwesend bzw. ansprechbar ist (z.B. online, abwesend, beschäftigt o.ä.). Um Instant Messaging betreiben zu können, ist im Regelfall eine Registrierung bei einem Anbieter nötig. Durch das Hinzufügen von Personen zur eigenen Kontaktliste findet durch Instant Messaging eine Netzerkennung statt, da für unterschiedliche Kontakte auch einzelne Parameter (z.B. im Hinblick auf die Privatsphäre) angepasst werden können. Im Kontext des Lernens erweist sich Instant Messaging für einzelne, eher kurze Absprachen geeignet.

Probleme:

- Durch die Vielfalt möglicher Anbieter, Protokolle und entsprechender Clients besteht die Gefahr, einzelne Teilnehmende auszuschließen, die einen anderen Dienst verwenden.
- Gefahr der Ablenkung durch unmittelbare Ansprechbarkeit
- Ab einer bestimmten Anzahl von Textnachrichten ist nicht mehr ersichtlich, auf welchen Beitrag sich welche Antwort bezieht. Eine Diskussion komplexer Sachverhalte schließt sich damit aus.

Hinweis:

- Instant Messenger können in Online-Kursen die Entwicklung eines Gruppengefühls unterstützen. Wesentlich ist dabei vor allem die Funktion, mit der die Präsenz des Anderen angezeigt wird.
- Instant Messenger können in der Regel den eigenen "Status" differenzieren, mit dem signalisiert werden kann, ob man zur Zeit ansprechbar ist. Es kann hilfreich sein, diese Funktion aktiv zu nutzen.
- Zur Vermeidung von "Lock-Out" bei Teilnehmenden, sollte auf "Multi-Messenger" verwiesen werden, die mehrere Protokolle gleichzeitig verwalten können. Auf diese Weise entsteht eine gewisse Unabhängigkeit von bestimmten Anbietern und es werden nicht bestimmte Nutzende ausgegrenzt. Darüber hinaus ist es praktikabel, sich wechselseitig in die Kontaktliste aufzunehmen.

4.1.3 Internet-Telefonie

Internet-Telefonie ermöglicht nicht-öffentliche synchrone Kommunikation zwischen Einzelpersonen oder Gruppen per Audio oder Video. Darüber hinaus bieten entsprechende Anwendungen in der Regel zusätzlich eine Instant Messaging-Funktion oder die Möglichkeit des Austauschs von Dateien an. Ein Vorteil dieser Kommunikationswerkzeuge ist die intuitive Verständlichkeit der Anwendung. Im Lehrbetrieb bietet sich Internet-Telefonie allgemein, vor allem aber Video-Telefonie, dann an, wenn räumlich entfernte Gruppen miteinander ins Gespräch kommen sollen, beispielsweise Lernende in einem Sprachkurs mit Muttersprachler/innen in deren Heimatland.

Problem:

- ❑ Wie auch beim Instant Messaging besteht eine Schwierigkeit darin, dass nicht alle Teilnehmenden die gleiche Anwendung benutzen.
- ❑ Unterschiedliche Bandbreiten können die Qualität der Übertragung beeinträchtigen. Gerade Video-Konferenzen laufen für die Teilnehmenden selten vollständig synchron, so dass Verzögerungen und Sprechpausen eine irritierende Wirkung haben können.

Hinweis:

- ❑ Vor Verwendung sollte die Anwendung in jedem Fall vor Ort mit den bestehenden Internet-Zugängen getestet werden.
- ❑ Für bessere Übertragungsraten kann es sinnvoll sein, nur den Audiokanal zu verwenden bzw. die Videofunktion auf die kleinstmögliche Größe zu reduzieren. Verfügt nur eine Person über eine schlechte Verbindung kann es, je nach Anwendung zu Einbrüchen bei allen Teilnehmenden kommen.

4.1.4 Chat

Ein Chat bildet ein Gespräch zwischen mehreren, räumlich getrennten Personen im Internet ab und stellt im Grunde eine Gesprächssituation in Textform dar, bei der die Teilnehmenden zeitgleich anwesend sind. Diese Variante eignet sich etwa zur nachträglichen Aufarbeitung von Inhalten oder zur Klärung von Verständnisfragen zu Lernzwecken. Auch werden Sprechstunden von Lehrenden teilweise als Chat angeboten. Der Termin ist dabei verabredet, d.h. er findet - zumindest in diesem Kontext - in der Regel nicht spontan statt und vor allem: die Kommunikation ist beschränkt auf den Austausch von Textzeichen.

Problem:

- ❑ Meldungen, die man verpasst hat, lassen sich nicht in jedem Fall nachträglich nachlesen, so dass es zu sich wiederholenden Fragen kommen kann.
- ❑ Chat werden schnell unübersichtlich, da die Bezüge von Frage und Antwort nicht durchgängig nachvollziehbar sind.
- ❑ Die Textform und das Tippen der Nachricht behindert Spontaneität und erschwert die Diskussion zu komplexeren Sachverhalten.

Hinweis:

Das Erstellen einer FAQ-Liste, mit der Ergebnisse von Chat-Sitzungen festgehalten werden, kann sinnvoll sein, um Wiederholungen zu vermeiden. Um Chats übersichtlicher zu gestalten, bietet es sich an, vorab Regelungen über die Erteilung von Rederecht zu verabreden. In einem moderierten Chat kann dies beispielsweise durch die "Weitergabe" eines Tokens (im folgenden Beispiel das #-Symbol) an die nachfolgende Person in der Redeliste realisiert werden.

Studentin A: Meiner Meinung nach sollten wir das versuchen. Was meint Ihr? #

Student B: Einverstanden. Aber ich denke, wir sollten uns besser abstimmen. #

Student C: Der Ansicht bin ich auch. #

4.1.5 Internetforen

In einem Internetforum wird ein Raum zur Diskussion, zum Austausch von Meinungen und Erfahrungen oder zur Hilfestellung bereitgestellt. Die Kommunikation ist asynchron, Beiträge sind langfristig sichtbar. Foren sind in der Regel in Unterforen oder Themenbereiche unterteilt, in denen "Threads" die einzelnen Diskussionsstränge abbilden. Internetforen eignen sich zum Austausch zu einem bestimmten Thema, aber auch zur Betreuung von Studierenden – vor allem dann, wenn Lehrende die Diskussion und Klärung der offenen Fragen zunächst den Lernenden überlassen und nur im Bedarfsfall eingreifen. Sie eignen sich insbesondere, um Lerngruppen zu aktivieren, um sich untereinander auszutauschen.

Problem:

Durch die Vielzahl der Themen werden Foren schnell unübersichtlich und Threads werden schnell zu speziell. Beiträge werden oftmals "falsch" eingestellt und müssen gelöscht oder umgestellt werden.

Hinweis:

Es ist sinnvoll, sich mit den Teilnehmenden im Vorfeld auf eine Strukturierung des Forums zu einigen. So können Foren entweder themenbezogen strukturiert sein (z.B. alle Beiträge zu einem bestimmten Kurs), gerade bei der Betreuung von Lernenden ist es allerdings auch sinnvoll, pro Teilnehmer/in einen Thread zu jeweiligen Fragestellung zu eröffnen (z.B. zur Themenfindung und Absprache zur Vorgehensweise bei der Abschlussarbeit). Damit Beiträge bzw. Anfragen nicht übersehen werden, sollten alle Beteiligten das Forum regelmäßig auf neue Veröffentlichungen überprüfen, etwa über das Abonnement von Threads. Wichtig erscheint, dass Lehrende (oder Lernende) als Moderator/innen in entsprechenden Foren aktiv werden und sich um die "Pflege" des Forums kümmern. Das betrifft z.B. falsch eingestellte Beiträge, das Entfernen emotional unangemessener Beiträge oder gar das Aussperren von Personen.

4.1.6 Blogs

Blogeinträge sind in der Regel öffentlich. Die Rückmeldungen der Lesenden sind im Ganzen vergleichsweise gering, nur wenige Personen nutzen die Möglichkeit, zu einem Einzelbeitrag aktiv Kommentare zu hinterlassen. Gleichwohl finden sich oftmals andere Formen der Rückmeldung - über andere Kanäle, sei es als E-Mail, im Telefonat oder der persönlichen Begegnung.

Der Einsatz von Blogs zu Lernzwecken ist in der jüngeren Vergangenheit ausführlich diskutiert worden. Zum einen können Blogs als Lerntagebücher genutzt werden, in denen Lernende über ihren Lernprozess, offene Fragen u.ä. berichten. Zum anderen können Blogs auch zur Dokumentation von Lehrveranstaltungen oder zur Bereitstellung von Kursinhalten verwendet werden⁷.

Problem:

Nicht alle Lernenden sind bereit, mögliche Schwierigkeiten im Lernprozess offen zu dokumentieren, und es stellt sich auch die Frage, ob und wann ein Blog das geeignete Medium ist, um Lernprozesse

sichtbar zu machen.

Hinweis:

In manchen Fällen bietet es sich an, Blogs nur für eine bestimmte Gruppe von Teilnehmenden (z.B. einen Kurs) öffentlich zu machen, um so - berechnete - Sorgen und Hemmungen zu reduzieren. Perspektivisch wird zu überlegen sein, wie Inhalte aus einem Blog in ein persönliches E-Portfolio übernommen werden können.

4.1.7 Soziale Netze

In sozialen Netzen, wie beispielsweise Facebook oder SchülerVZ, wird vergleichsweise wenig Kommunikation über das Netzwerk direkt betrieben. Nach dem Suchen und Finden von Personen kann eine Kontaktanfrage gestellt werden - und diese kann wiederum angenommen oder abgelehnt werden. In sozialen Netzwerken entsteht Reputation über die Anzahl der "Freunde", die eine Kontaktanfrage akzeptiert haben. Die Kommunikation zwischen den Personen vollzieht sich innerhalb der Plattform mit klassischen Werkzeugen wie E-Mail, Foren oder Chat.

Die Beschäftigung mit sozialen Netzen im Lernprozess kann sinnvoll sein, um Personen zu finden, die zu ähnlichen Themen arbeiten oder bereits über Expertise in bestimmten Feldern verfügen.

Problem:

Durch die Vielzahl von Kommunikationsmöglichkeiten mit den verschiedenen Werkzeugen und dadurch, dass ersichtlich ist, wer wen als Kontakt zählt, ist die Gefahr der Ablenkung in sozialen Netzen groß.

Hinweis:

Um Kontakte zu knüpfen, können soziale Netze hilfreich sein. Für das Lernen und die Arbeit in Lerngruppen erscheinen anderer Kommunikationswerkzeuge vielfach nützlicher.

4.1.8 Microblogs

Microblogging-Anwendungen sind einfach zu bedienen und zwingen dazu, Gedanken präzise zu formulieren. Darüber hinaus besteht eine geringe Erwartungshaltung an die Reaktion auf Seiten der Empfänger: Ich erwarte nicht, dass auf Statements von mir eine Reaktion von Anderen erfolgt. Die Kommunikation über Microblogs erfolgt grundsätzlich asynchron; eine gewisse Synchronizität ist aber gegeben, wenn Teilnehmende unmittelbar aufeinander reagieren.

Probleme:

- ❑ Ein sicherlich ernsthaftes Problem ist die Gefahr der Ablenkung durch Microblogs beim Lernen und Arbeiten.
- ❑ Es können Konflikte bzw. Missverständnisse entstehen über die Art der Nutzung: Wenn beispielsweise eine Dozentin Twitter nutzt, ist Twitter deshalb sicher nicht der geeignete Kommunikationskanal, um das Thema für die nächste Hausarbeit mit einem Studenten zu vereinbaren.

Hinweis:

Lehrende und Lernende können vereinbaren, wie und was über Microblogs kommuniziert wird. Microblogging ist kein Ersatz für E-Mail oder Foren. Der Wechsel von einem "privaten" Kommunikationsmedium, wie z.B. E-Mail oder Instant Messenger, auf ein anderes, öffentliches Medium sollte problematisiert werden.

4.2 Vereinbarung von Kommunikation

Traditionelles E-Learning geht in der Regel davon aus, dass Lehr- und Lernaktivitäten primär auf einer "Lernplattform" (Learning Management System/ LMS), wie moodle, stattfinden. Die Auswahl der Kommunikationswerkzeuge ist damit durch das LMS vorgegeben: Genutzt werden die Werkzeuge, die das LMS bietet.

Mit der zunehmenden Bedeutung von Web 2.0 - Anwendungen für das Lernen, findet das Lernen und Lehren nicht mehr nur auf einer zentralen Lernplattform statt, sondern auch mit diversen Anwendungen im Internet und mit unterschiedlichsten Kommunikationswerkzeugen. Doch die Arbeits- und Lernumgebung wird für Lehrende und Lernende zunehmend unübersichtlich, wenn Inhalte etwa in YouTube oder SlideShare, Scribd oder anderen Internet-Plattformen eingestellt werden, die Kommunikation über Jabber, ICQ oder Skype realisiert wird und Dokumente gemeinsam in Google Docs oder Zoho bearbeitet werden.

Die Lehrenden und Lernenden sollten sich deswegen untereinander verständigen, welche Werkzeuge sie nutzen, und welche Kommunikationswege sie wählen, um bestimmte Anliegen zu besprechen bzw. zu bearbeiten. Im folgenden Kasten finden Sie ein Beispiel, wie eine solche Vereinbarung in einem Online-Studiengang aussehen könnte.

Für unsere Lernaktivitäten im Studienprogramm "Educational Media" vereinbaren wir folgendes Vorgehen zur Nutzung von Werkzeugen der Kommunikation und Kooperation:

- Ergebnisse von Lernaufgaben stellen wir auf dem "Online-Campus" ein.
- Gruppenaufgaben bearbeiten wir im Forum des Online-Campus.
- Über ICQ können wir anzeigen, ob wir gerade "online" verfügbar sind, und tauschen uns hierüber aus.
- Informationen zum Studienprogramm finden wir auf den FAQ-Seiten unter online-campus.net/faq
- Tutor/innen können, wenn erforderlich und diese "verfügbar" sind, per Skype angesprochen werden.
- Regelmäßige Gruppentreffen realisieren wir als synchrone Audio- / Videokonferenzen mit Adobe Connect.
- Ein individueller Blog ist auf einem System der eigenen Wahl zu realisieren. Ein RSS-Feed wird Anderen verfügbar gemacht. Kommentare werden auf dem Blog der Lernenden eingestellt oder über einen Trackback auf den Blog erzeugt.
- Wer möchte, kann auf Twitter melden, was er/sie gerade tut/denkt etc.
- Nachrichten, die wir auf einem "privaten" Kommunikationskanal (etwa E-Mail) erhalten, beantworten wir auf einem "privaten" Kommunikationskanal.

5. Fazit

Angesichts der zunehmenden Fülle der Anwendungen für internetbasierte Kommunikation und Zusammenarbeit sollten sich Lehrende und Lernende darüber verständigen, mit welchen Werkzeugen auf welche Weise sie kommunizieren wollen. Dabei ist insbesondere der Öffentlichkeitscharakter von (Micro-) Blogs im Hinblick auf die beteiligten Personen und das Anliegen, eine "Lernsituation" zu schaffen, zu berücksichtigen.

Microblogging kann für Lernprozesse nutzbar gemacht werden. Dies betrifft informelles Lernen von Einzelnen, aber auch für die Zusammenarbeit in Lerngruppen und Online-Kursen. Microblogs erweitern das Spektrum möglicher Varianten für die Kommunikation im Internet und führen eine sehr spezifische Kommunikationssituation ein. Die Gegenüberstellung von Microblogs zu anderen Kommunikationswerkzeugen lässt erkennen, dass Microblogs eine im Grunde sehr spezielle Kommunikationssituation herstellen und einen eher kleinen Aspekt der Kommunikationsanforderungen im Kontext des Lehrens und Lernens abdecken. Das spricht in keiner Weise gegen Microblogs, relativiert aber ihre Bedeutung und sollte auch immun machen gegen übertriebene Erwartungen, die mit dem Medium verbunden sind.

Microblogs erweitern damit die mediendidaktischen Optionen, insbesondere um den Austausch von Menschen zu unterstützen und Menschen näher zu bringen. Twitter bringt "Kurznachrichten" und beiläufige Kommunikation ins Internet. Je nach Blickwinkel und dem eigenem Kontext kann man dies geringschätzig abwerten oder als positive Bereicherung - auch für das Lernen - einschätzen.

Ein Fazit in 140 Zeichen: "Twitter: mit anderen in Kontakt bleiben, und wenn dabei gelernt wird: umso besser".

6. Literatur

- Bolton, G. E., Katok, E., & Ockenfels, A. (2004). *How Effective Are Online Reputation Mechanisms? An Experimental Study*. *Management Science*, 50(11), 1587-1602.
- Ebner, M. & Maurer, H. (2008). *Can Microblogs and Weblogs change traditional scientific writing?* Proceedings of E-Learn 2008, Las Vegas, p. 768-776, 2008 [WWW-Dokument unter http://lamp.tu-graz.ac.at/~i203/ebner/publication/08_elearn01.pdf , letzter Aufruf: 08.02.2009].
- Ebner, M.; Schiefner, M. & Nagler, W. (2008). *Has the Net Generation Arrived at the University? – oder Studierende von Heute, Digital Natives?* In: Zauchner, S.; Baumgartner, P.; Blaschitz, E. & Weissenböck, A. (2008). *Offener Bildungsraum Hochschule Freiheiten und Notwendigkeiten*. Medien in der Wissenschaft, Bd. 48. Münster. S.113-123.
- Educause Learning Initiative. (2007). *7 things you should know about... Twitter*. [WWW-Dokument unter <http://connect.educause.edu/Library/ELI/7ThingsYouShouldKnowAbout/44762> , letzter Aufruf: 10.02.2009].
- Golder, S.A.; Wilkinson, D. and Huberman, B.A. (2007). *Rhythms of social interaction: Messaging within a massive online network*. Third International Conference on Communities and Technologies [WWW-Dokument unter <http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/facebook/facebook.pdf> , letzter Aufruf: 05.02.2009].
- Grosbeck, G. & Holotescu, C. (2008). *Can we use twitter for educational activities?* Paper presented at the 4th International Scientific Conference eLearning and Software for Education, Bucharest, April 7-18, 2008 [WWW-

Dokument unter <http://adl.unap.ro/else/papers/015.-697.1.Grosseck%20Gabriela-Can%20we%20use.pdf>, letzter Aufruf: 09.02.2009].

Huberman, B.; Romero, D.M. & Wu, F. (2009). *Social networks that matter: Twitter under the microscope*. First Monday, Volume 14 [WWW-Dokument unter <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2317/2063> , letzter Aufruf: 05.02.2009].

Java, A.; Song, X.; Finin, T. & Tseng, B. (2007): *Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities*. International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining. Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis. [WWW-Dokument unter <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1348556> , letzter Aufruf: 09.02.2009].

Johnson, L., Levine, A., & Smith, R. (2009). *The personal web*. In (dies.). *The 2009 Horizon Report*. Austin, Texas: The New Media Consortium. S. 19-22.

Kerawalla, L., Minocha, S., Kirkup, G., & Conole, G. (2009). *An empirically grounded framework to guide blogging in higher education*. Journal of Computer Assisted Learning, 25(1), 31-42.

Kerres, M. (2001). *Multimediale und telemediale Lernumgebungen. Konzeption und Entwicklung*. München.

Kerres, M. (2006). *Potenziale von Web 2.0 nutzen*. In K. Wilbers & A. Hohenstein (Hrsg.), *Handbuch E-Learning*. München.

Klumpp, D. (2008). *Informationelles Vertrauen in Netzinfrastrukturen*. In Klumpp, D. (Hrsg.): *Informationelles Vertrauen für die Informationsgesellschaft*. Berlin. S. 121-135.

Mayrberger, K. (2008). *Fachkulturen als Herausforderung für E-Learning 2.0*. In: Zauchner, S.; Baumgartner, P.; Blaschitz, E. & Weissenbäck, A. (Hrsg.). *Offener Bildungsraum Hochschule Freiheiten und Notwendigkeiten*. Medien in der Wissenschaft, Bd. 48. Münster. S.157-168.

Nübel, I., Nattland, A., & Kerres, M. (2004). *Das Studienprogramm Educational Media. Qualifizierung für E-Learning Expert/innen an Hochschulen*. In C. Bremer & C. Kohl (Hrsg.): *eLearning Kompetenz und eLearning Strategien an Hochschulen*. Münster.

Pullich, L. (2007). *Weblogs als Lernjournale. Kommunikation und Reflexion mit Weblogs im Rahmen akademischer Abschlussarbeiten*. IfBM.Impuls – Schriftenreihe des Instituts für Bildungswissenschaft und Medienforschung. 1. Jahrgang 2007, Beitrag 3 [WWW-Dokument unter <http://deposit.fernuni-hagen.de/342> , letzter Aufruf: 05.02.2009].

Simon, N., & Bernhardt, N. (2008). *Twitter: Mit 140 Zeichen zum Web 2.0*. München.

-
1. vgl. <http://2headz.ch/blog/2009/01/sinn-und-unsinn-von-twitter/> , http://www.ifeb.uni-bremen.de/wordpress_staedtler/?p=687 , <http://www.britta-voss.de/node/417>
 2. <http://www.weiterbildungsblog.de/2009/01/23/twitter-as-personal-learning-and-work-tool/> , <http://mediendidaktik.uni-duisburg-essen.de/node/4892>, <http://www.koma-medien.de/elearning/blog/10-methoden-wie-man-twitter-als-ergaenzung-fuer-die-lehre-einsetzen-kann/>
 3. vgl. <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/> , letzter Aufruf: 07.02.2009
 4. vgl. <http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Blog&oldid=56340623> , letzter Aufruf: 07.02.2009
 5. vgl. <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,601588,00.html>
 6. z.B. <http://www.website-marketing.ch/75-twitter-furs-business-und-die-personlich-reputation-nutzen/> oder

<http://klauseck.typepad.com/prblogger/2008/05/erfolgreich-twi.html>

7. Beispiel: <http://theyear1855.wordpress.com/>