

Weitere Aspekte der Medienbildung in der Schule

Mediennutzung in der Studien- und Berufsorientierung

Eine zentrale Aufgabe von Schule ist heute die Befähigung der jungen Menschen zu einem gelingenden Einstieg in den ersten Arbeitsmarkt, unabhängig von den vielfältigen und länderspezifischen Wegen dahin. In allen Bereichen des Übergangs Schule-Beruf (inklusive Schule-Studium-Beruf) gibt es strukturelle Ähnlichkeiten: Notwendigkeit einer prozesshaften Potenzialanalyse, Erwerb von Grundkenntnissen über Berufsstruktur und Arbeitsmarkt, Kommunikation mit typischen Vertreter/innen und Vertretern aus den Bereichen etc. Die digitalen Medien stellen gerade angesichts dieser komplexen Anforderungen eine große Hilfe dar.

Im Unterricht kann man die Potenzialanalyse heute über LMS, Schulserver, Schulwikis oder Ähnliches organisieren (Portfolioprinzip) oder sogar durchführen (interaktive Berufsorientierung wie <http://berufswahlpass-bochum.de/news/das-neue-5ways4me-ist-online/>). Vor allem im Bereich der Studienorientierung nimmt das Angebot an Online-Selfassessment ständig zu (vgl. <http://www.studis-online.de/StudInfo/selbsttests.php>). Wichtig ist, dass solche Formen von Online-Potenzialanalyse mit den Möglichkeiten des Präsenzunterrichts und der persönlichen Beratung verbunden werden. Im Bereich der Grundkenntnisse über die Arbeitswelt sind multimediale Angebote potenziell aktueller und anschaulicher als Printmedien: Berufskunde kann man heute zum Beispiel über Portale wie „whatchado“ (<http://www.whatchado.net/>) oder „planet-beruf“ (<http://www.planet-beruf.de/>) interessant gestalten.

Der außerschulische Bereich ist vor allem durch eine zunehmende Vernetzung von Schulen mit Betrieben, Agenturen, Vereinen, Verbänden, Institutionen, weiterführenden Schulen, Hochschulen etc. gekennzeichnet. Dabei werden die offiziellen Verbindungen (Homepage, Internetangebote, netzbegleitete Aktivitäten wie Ausbildungsmessen etc.) zunehmend durch Social-Media-Angebote gespiegelt. Allein die Karriere-Fanpages bei Facebook (<https://www.facebook.com/karriere.fanpages>) wachsen ständig. Die Kommunikation wird so direkter, intensiver und aktueller. Schüler/innen nehmen aus schulischen Prozessen heraus Kontakt zu Betrieben, weiterführenden Schulen, Hochschulen etc. über Social Media auf, kommunizieren

gezielt mit möglichen Ansprechpartnerinnen und -partnern oder bewerben sich für Praktika oder ein Schnupperstudium. Ein wichtiger Aspekt bei allen mediengestützten schulischen und außerschulischen Aktivitäten im Bereich der Studien- und Berufsorientierung ist die Orientierung an den Erfordernissen der Informationsgesellschaft, vor allem an dem zentralen Prinzip des Networking. Die Schüler/innen von heute beherrschen Networking im privaten Bereich hervorragend, müssen aber zu einem großen Teil noch an das professionelle Networking herangeführt werden.

“

?

Sie wollen als Lehrer/in in der Sekundarschule oder in einer Berufsfachschule das Berufsbild „Mechatroniker/in“ vorstellen. Welche Möglichkeiten eines **fachlich angemessenen** Videoeinsatzes finden Sie dafür im Netz? Beschränken Sie sich dabei möglichst nicht auf die Plattform YouTube.

Fortbildung für Lehrende, webbasierte Kooperation

Die digitalen Möglichkeiten im Schulbereich können nur dann mit Erfolg bewältigt werden, wenn Lehrer/innen selbst über ein ausreichendes Maß an Medienkompetenz verfügen. In diesem Bereich gibt es schon viele Initiativen (siehe Tabelle 2, siehe auch Kapitel #weiterbildung), die aktuell bestehenden Möglichkeiten werden jedoch nicht ausgeschöpft.

Die institutionalisierte Fortbildung leidet strukturell an einer durchgängigen Unterfinanzierung und an der steigenden Belastung von Lehrenden im Schulalltag. Lichtblicke sind hier Arbeitszeitmodelle wie in Hamburg, wo die Lehrendenfortbildung in die Pflichtstundenzahl einbezogen ist.

Der Erwerb von Medienkompetenz bei Lehrpersonen muss sich heute nicht mehr vornehmlich durch die klassische Fortbildung vollziehen. Ähnlich wie im Wirtschaftsbereich können hier Ansätze wie Lernen 2.0, Workplace Learning, Networking, Social Media in der Unternehmenskommunikation etc. eingesetzt werden. Voraussetzung hierfür ist die Bereitschaft des Personenkreises, sich auf digitale Kommunikation im weitesten Sinn einzulassen. Bei der jüngeren deutschsprachigen Generation an Studierenden bahnt sich eine Entwicklung hin zu Kooperation im Netz an: Wenn man als Suchbegriff bei Facebook „Mathe LK“ oder „Erstsemester“ eingibt, findet man mit der Suchoption „Gruppen“ sofort Hunderte von teilweise sehr großen Gruppen. Die Präsenz von Lehrenden ist in allen Social-Media-Kanälen dagegen noch gering. Auch die Szene von bloggenden Lehrenden im deutschsprachigen Raum ist noch sehr überschaubar. Immerhin gibt es hier jedoch qualitativ herausragende Beispiele wie „Schule Social Media“ (

<http://schulesocialmedia.com/>) von Philippe Wampfler in der Schweiz oder „Shift“ (

<http://shiftingschool.wordpress.com/>) von Lisa Rosa in Hamburg.

Grundsätzlich könnte über all die vorhandenen Kanäle fachliche Kooperation und Kommunikation vollzogen werden. Dabei können engere Fortbildungsaspekte im Vordergrund stehen, wie zum Beispiel Materialaustausch, kollaborative Erarbeitung von Unterrichtsreihen, Diskussion didaktischer Probleme etc., es können aber auch große inhaltliche Bandbreiten bis hin zu sehr speziellen Mediennutzungsfragen abgehandelt werden. Wichtig ist dabei, dass die Lehrer/innen Networking als hilfreich erfahren und diese zentrale Kompetenz für den fachlichen Bereich an die Schüler/innen weitergeben, die diese Kompetenz überwiegend privat nutzen.

Onlinecampus Virtuelle PH	http://onlinecampus.virtuelle-ph.at/
Intel Lehren Interaktiv	http://www.intel-interaktiv.de/
Lehrer-Online / Unterrichten mit digitalen Medien	http://www.lehrer-online.de/
Online-Internetkurs	http://www.zum.de/internetkurs/

Tab.2: Beispiel zur Fortbildung von Lehrerinnen und Lehrer im Internet

Pädagogische Einbettung und didaktische Begleitung

Darüber hinaus sollten schulisch nutzbare Lerninhalte auf Social Media nicht isoliert stehen, sondern in einen klaren unterrichtlichen Zusammenhang eingebettet werden. Digitale Inhalte entfalten ihren pädagogischen Wert vor allem dann, wenn sie mit konkreten Aufgaben, gemeinsamer Reflexion und weiterführenden Lernprozessen verbunden werden. Damit wird verhindert, dass Inhalte nur oberflächlich wahrgenommen werden, ohne dass eine vertiefte Auseinandersetzung stattfindet. Für den schulischen Einsatz bedeutet das, dass Social Media nicht als Selbstzweck genutzt werden darf, sondern stets an Lernziele, fachliche Anforderungen und didaktische Überlegungen gebunden bleiben muss (Dwinggo Samala et al., 2024). Ebenso kommt der pädagogischen Begleitung eine wichtige Rolle zu. Gerade weil soziale Medien stark durch Reizvielfalt, schnellen Wechsel und konkurrierende Inhalte geprägt sind, brauchen Schülerinnen und Schüler Orientierung im Umgang mit digitalen Lernangeboten. Lerninhalte müssen daher nicht nur verständlich und fachlich korrekt gestaltet sein, sondern auch so aufbereitet werden, dass sie Aufmerksamkeit gezielt lenken und eine aktive Weiterverarbeitung ermöglichen. Nur unter diesen Bedingungen kann Social Media schulisches Lernen sinnvoll unterstützen, ohne Konzentration, vertiefte Beschäftigung und nachhaltige Lernprozesse zu erschweren (Abbas et al., 2019; Dwinggo Samala et al., 2024).

Updated 27 June 2026 10:00:41 by Github Admin