

Die Fortschritte in der Netzkommunikation haben zu einer intensiven Beschäftigung mit Fragen zur Zukunft von medienbasierter Bildung geführt. Häufig aber entsprechen die praktischen Konzepte nicht den Erfolgserwartungen, dies gilt für universitäre und für unternehmensbezogene Konzepte gleichermaßen. Konkrete fachbezogene Entwicklungen müssen vermehrt an individuelle Lernerpersönlichkeiten und spezifische Aufgaben angepasst werden. Immer wieder stellt sich die Frage, welche Lernkonzepte wir zugrunde legen und welche Formen des (kooperativen) Lernens wir erzielen wollen. Aus diesem Spannungsfeld greift der Sammelband ausgewählte Themen aus Wissenschaft und Wirtschaft auf. Dazu gehören u. a. webspezifische Usertypologien, Infographiken, aber auch konkrete Beispiele aus Lerngebieten wie der Statistik, der universitären Verwaltung, des Onlinejournalismus oder des medienbasierten Managements.

Caja Thimm, geboren 1958 in Frankfurt am Main. Studium der Germanistik, Amerikanistik und Politologie in München, Heidelberg und Berkeley (USA). 1989 Promotion in Germanistischer Linguistik an der Universität Heidelberg. Von 1991 bis 1997 Wissenschaftliche Mitarbeiterin im SFB 245 *Sprache und Situation*, 1998/1999 Stipendiatin des Landes Baden-Württemberg, 1999 Habilitation an der Universität Heidelberg. Lehrtätigkeiten an den Universitäten Saarbrücken, Essen, Darmstadt, UC Santa Barbara. Seit 2001 Universitätsprofessorin für Medienwissenschaft an der Universität Bonn. Forschungsschwerpunkte: Sprache in den Medien, Geschlechterforschung, Sozialität im Internet, Unternehmenskommunikation, E-Learning.

www.peterlang.de

5

Caja Thimm (Hrsg.) · Netz-Bildung

LANG

Bonner Beiträge zur Medienwissenschaft

Caja Thimm (Hrsg.)

Netz-Bildung

Lehren und Lernen
mit neuen Medien in Wissenschaft
und Wirtschaft

PETER LANG

Europäischer Verlag der Wissenschaften

Netz-Bildung

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

Gedruckt auf alterungsbeständigem,
säurefreiem Papier.

ISSN 1617-8432
ISBN 3-631-52108-1
© Peter Lang GmbH
Europäischer Verlag der Wissenschaften
Frankfurt am Main 2005
Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich
geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des
Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages
unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für
Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die
Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Printed in Germany 1 2 3 4 5 6 7

www.peterlang.de

BONNER BEITRÄGE ZUR MEDIENWISSENSCHAFT (BBM)

HERAUSGEGEBEN VON CAJA THIMM

Die Veränderungen der medialen Umwelten, die rasanten technischen und gesellschaftlichen Entwicklungen in der Medienkommunikation und insbesondere die Herausforderung durch die neuen elektronischen Medien, namentlich das Internet, haben in den letzten Jahren zu einer Ausweitung der Fragestellungen im Bereich der Medienforschung geführt und - konsequenterweise - zu einer stärkeren Verankerung der Medienwissenschaften an den Hochschulen.

Was genau der Gegenstandsbereich und die theoretischen Grundlagen der Medienwissenschaft sind, ist dabei genauso in die Diskussion geraten wie die disziplinär bedingten Schwerpunkte und Methoden. Die Medienwissenschaft ist eine Disziplin, die sich mit dem Entwurf grundlagenorientierter Theorien und Konzepte und der Beschreibung und Erklärung der umfassenden Wandlungsprozesse und Wirkungszusammenhänge ebenso zu beschäftigen hat wie mit der Analyse des Kanons der Formensprachen von Text, Bild und Ton.

Die in der Reihe „Bonner Beiträge zur Medienwissenschaft (BBM)“ erscheinenden Bände umfassen nicht nur Einzel- und Fallanalysen, sondern auch Fragen von Medientheorie, Begriffsbildung, Formen, Bedeutungen und Folgen der Mediennutzung und der Medienpräsenz in der Gesellschaft. Neben den damit zusammenhängenden allgemeineren Themenbereichen soll die Reihe „BBM“ besonders den in Bonn vertretenen Schwerpunkten ein Forum verschaffen, wozu in herausragender Rolle die *sprachliche Kommunikation* gehört. Themen beinhalten hier individuelle und gesellschaftliche Wahrnehmungsweisen von Sprachgebrauch in den Medien sowie kommunikative Verfahren und Muster, die in der Medienkommunikation eine Rolle spielen.

Die Reihe soll neben dem allgemeinen Schwerpunkt *Sprache* ein Forum für interdisziplinäre Ansätze zur Verfügung stellen und strebt eine Verbindung von Einzelphilologien und Einzelfächern in ihrem medienwissenschaftlich geteilten Interessengebiet an. Die Reihe soll auch ein Forum für besonders qualifizierte Arbeiten von Nachwuchswissenschaftlern und -wissenschaftlerinnen sein und diesen so eine Gelegenheit bieten, die eigenen Arbeiten in einer thematisch einschlägigen Reihe zu publizieren.

Caja Thimm

**Bonner Beiträge
zur Medienwissenschaft**

Herausgegeben von Caja Thimm

Band 5

Caja Thimm (Hrsg.)

Netz-Bildung

Lehren und Lernen
mit neuen Medien in Wissenschaft
und Wirtschaft



PETER LANG

Frankfurt am Main · Berlin · Bern · Bruxelles · New York · Oxford · Wien



PETER LANG

Europäischer Verlag der Wissenschaften

Inhalt

<i>Caja Thimm</i> Einleitung: Netz-Bildung: Media-Hype oder Lernen der Zukunft?	9
Nutzerperspektiven	17
<i>Jürgen Handke</i> Von Virtuellen Handapparaten bis zur Online-Lehre: Die neue Rolle des Hochschullehrers	19
<i>Amelie Duckwitz & Monika Leuenhagen</i> Wie nutzerfreundlich müssen E-Learning-Angebote sein?	33
<i>Ralf Stockmann</i> Die Erfindung des Rades – universitäres E-Learning aus Sicht der Nutzenden	51
<i>Klaus Forster, Sabine Stiemerling & Thomas Knieper</i> Wissensvermittlung durch animierte Infographiken: Ein Experiment	75
Netzlernen in der Wirtschaft	101
<i>Jörg Zumbach</i> Online-Lernen in Unternehmen	103
<i>Caja Thimm & Peter Fauser</i> Remote leadership: Neue Kompetenzen für medienbasiertes Führungshandeln?	129
Netzlernen in der Wissenschaft	157
<i>Benjamin Wischer</i> Lust auf Lernen? – über neue Wege und Unwägbarkeiten in der Journalistenausbildung	159

<i>Felicitas Haas & Berhard Schröder</i> „Gesprochene Sprache“ für Computerlinguisten – ein Web-Based-Training in der universitären Ausbildung.....	183
<i>Hans-Ullrich Mühlenfeld</i> Kooperation in NMB-Verbundprojekten – Ein Beispiel.....	201
<i>Caja Thimm, Elisa Sommerer, Jessica von Wülfig & Mario Anastasiadis</i> Neue Medien praktisch: Die Onlinezeitung als Praxisfeld der Hochschuldidaktik.....	225
Autorinnen und Autoren.....	249

Einleitung: Netz-Bildung: Media-Hype oder Lernen der Zukunft?

Caja Thimm

„E-learning – ein neues Zauberwort oder eher nur eine Seifenblase?“ Mit dieser Frage beginnt Littig (2002) seine Übersicht über die Nutzungsformen und Verbreitungszahlen von elektronisch basierten Lernangeboten. Bei dieser Frage wird deutlich, wie viele Zweifel sich nach dem ersten Boom von digitalen Lernangeboten Ende der 90er Jahre ausgebreitet haben. Zunächst nämlich waren euphorische Vorstellungen mit neuer Lerntechnologie verbunden: Die Unternehmen hofften auf praktikable, multilokale und vor allem kostensparende Programme, die Hochschulen auf schnelleren Wissenstransfer und mehr internationalen Wissensexport – und natürlich ebenfalls auf kostengünstigere Lehr- und Lernformen. Schnell war man sogar so weit, eine Revolution des Bildungswesens auszurufen (Littig 2002).

Aber wie bei so vielen Phänomenen des Internethypes zeigte sich schnell, dass diese Hoffnung sich nicht - oder zumindest nicht schnell - würden erfüllen lassen. Nicht nur war die Technologie weit vom Wünschenswerten entfernt (allein die langsame Datenübertragung verhinderte z.B. bessere Visualisierungen durch video-streaming), auch zeigte sich der Kosten- und Personaleinsatz deutlich höher als gedacht. Und am gravierendsten: die Nutzer nahmen die Angebote nicht an! Die Betonung auf „Content“, die bis Ende der 90er Jahre vorherrschte, verstellte die Nutzerperspektive, man verlor sich in textlastigen und überstrukturierten, disparaten Lerneinheiten. Heute ist man sich darüber einig, dass die Diskussion um E-learning zu sehr von den Fragen der technischen Gestaltung (wie Plattform, Rechnerkonfiguration, Netzwerk, Software etc.) bestimmt ist. Noch immer ist die Forderung, die Technologie für die Nutzer adäquat zu gestalten und individuelle Lernmöglichkeiten zu beachten, kaum umgesetzt. Vielmehr konzentrieren sich die Softwarearchitekten darauf, immer neue und bessere „virtuelle Klassenzimmer“ zu konstruieren, ohne daran zu denken, wie sich Lernende in diesen Konstrukten zurecht finden können.

Neue Medien praktisch: Die Onlinezeitung als Praxisfeld der Hochschuldidaktik

Caja Thimm/Elisa Sommerer/Jessica von Wülfing/Mario Anastasiadis

Einleitung

Universitäre Weiterbildung hat in den letzten Jahren über hochschulpolitische Schwerpunktsetzungen und die Erkenntnis der wirtschaftlichen Vermarktbarkeit wissenschaftlicher Ansätze nicht nur eine zunehmende Popularisierung erfahren, sondern auch eine größere Institutionalisierung. Universitäten gründen gemeinsame Weiterbildungsakademien, sie exportieren wissenschaftliches Know-how in die Wirtschaft, bilden berufsspezifisch fort (vgl. den Beitrag von Wischer i.d. Bd.) und sie besinnen sich zunehmend ihrer eigenen Stärken in den Bereichen Wissensmanagement und Wissenskommunikation.

Neben diesen, häufig auf die universitätsexterne Öffentlichkeit abzielenden Ansätzen und Angeboten, gibt es aber auch eine stärkere Orientierung an Konzepten moderner Erwachsenenbildung für die universitäre Lehre selbst. Die Frage, was gute Hochschuldidaktik ist, beschäftigt seit einigen Jahren nicht mehr nur Randbereiche der (Fach)Didaktik, sondern gilt den Universitäten als Qualitätsmerkmal und als politisches Steuerungsinstrument. Die Konzepte zur Evaluierung von Hochschullehre sind inzwischen fast unüberschaubar, gute Lehre wird mit Preisen belohnt (so der „Landeslehrpreis“ in Baden-Württemberg), Habilitandinnen und werden hochschulintern auf ihre Lehraufgaben vorbereitet (vgl. Universität Heidelberg „Hochschuldidaktische Fortbildung“) und Zentren für Hochschuldidaktik bieten hochschulübergreifende Weiterbildung an (vgl. www.hochschuldidaktik.uni-bochum.de). Auch gruppenspezifische Programme wurden entwickelt, so gibt es nicht nur statusgruppenbezogene Angebote (Doktoranden, Habilitanden) sondern auch nach Geschlechterschwerpunkten ausgerichtete Seminare (vgl. das Programm des Baden-Württembergischen Wissenschaftlerinnenverbandes „Mentoring und Training“).

Neben diesen grundsätzlichen, politisch zu definierenden Veränderungen der letzten Jahre, bzw. des letzten Jahrzehnts, gibt es nunmehr eine technisch

basierte Entwicklung, die die Hochschuldidaktik, zumindest in einigen Fachbereichen, massiv beeinflusst: die Netzkommunikation. Nicht nur bei der Ausbildung in der Informatik gelten digitale Aufzeichnung und Verbreitung von Vorlesungen über Datennetze, die Verfügbarkeit von Unterrichtsmaterialien im Netz und die Onlineorganisation von Kursen als Bausteine moderner Lehrorganisation (s. auch www.medienwissenschaft.uni-bonn.de). Die Spannweite der internetbasierten Lehrangebote reicht dabei vom interaktiven Computerprogramm mit unterschiedlichen multimedialen Komponenten, der Übertragung und interaktiven Einbettung von Vorlesungen (s. Beiträge in diesem Band), vom document engineering und Datamining (Lobin 1999), klassischen CBT-Programmen zu fachspezifischem Lernen bis zur virtuellen Universität. Fachdidaktische Onlineangebote gibt es für eine Vielzahl von Fächern, so z.B. für die Linguistik (vgl. Handke 1999, auch i.d.Bd.), die Fremdsprachendidaktik (Schmied 2001), die Physik (Mikelskis 2001) oder die Wirtschaftswissenschaften (Hillen & Berendes 2001).

Während fachbezogene Medienangebote naturgemäß stark segmentiert und fokussiert sind, haben sich im größeren Rahmen eigenständige, rein netzbezogene Lerninstitutionen entwickelt, die versuchen, eine Vielzahl von Angeboten zu bündeln. Solche Netzinstitutionen sind vor allem virtuelle Hochschulen, wie z.B. die Virtuelle Universität Oberrhein (VIROR), (vgl. Hofer, Eckert, Reimann, Döring, Horz, Schiffhorst & Weber 2000) oder die virtuelle Universität Bayern.

Diese vielschichtigen und weitreichenden Möglichkeiten eröffnen einerseits neue Spielräume für völlig neue Lernumwelten, stoßen aber auch immer wieder an die beiden Fragen der menschlichen Grenzen und Präferenzen, die sich an der Frage des sozialen Lernens explizieren lassen. Wie Menschen lernen können und vor allem wie sie lernen wollen ist bei der Entwicklung vieler Programme wenig berücksichtigt worden. Der große technische Fortschritt verführt zu technikbasierten Lösungen, die naturgemäß mit anderen Konzepten und Grenzen verbunden sind als solche Konzepte, die auf menschliche Kompetenzgrenzen ausgerichtet sind. Abgesehen vom technischen Fortschritt, bilden viele Formen der internetbasierten Bildungskonzepte jedoch kaum einen Mehrwert, der eindeutig im Vergleich zu den traditionellen Medien zu beziffern wäre (vgl. v. Martial & Ladenthin 2002, 247ff.).

Solche kritischen Sichtweisen erscheinen besonders dann hilfreich, wenn es darum geht, neue Konzepte zu entwickeln, die mit großem finanziellem Aufwand verbunden sind. Dazu gehört insbesondere die - auch hochschulpolitisch höchst relevante - Frage nach der Plattform, mithilfe derer die fachspezifi-

schen Content Provider sowohl technisch als auch didaktisch fundierte Konzepte erstellen sollen. Damit bedeutet die Frage nach der Medialisierung der Hochschullehre auch eine Hinterfragung von Lehr- und Lernzielen aus ganz grundsätzlicher Sicht: welche Kompetenzen werden durch ein Studium vermittelt, die nicht alleine mit der Stoffbewältigung des studierten Faches verbunden ist? Welche Rolle spielen beispielweise Teamorientierung, Kommunikationskompetenz, wie wichtig sind organisatorische Kompetenzen und natürlich: ist die Nutzungskompetenz des Internet eine Basisqualifikation für eine vernetzte Informationsgesellschaft, wie dies u.a. von Döring (1997) formuliert wird? Denn was das Internet als Lehrplattform in erster Linie so hoffnungsvoll erscheinen lässt, ist die Möglichkeit der *Kombination* bisheriger Unterrichtsmethoden, seien sie computerbasiert oder face-to-face, mit der Vielzahl an kommunikativen Möglichkeiten über Datennetze (vgl. Zumbach 2000).

Sieht man die Vielzahl an Möglichkeiten, so stellt sich die Frage, welche Formen der schrittweisen Annäherung an eigenständiges, selbstgesteuertes Lernen in multimedialen Lernkontexten konzipiert und umgesetzt werden können. In diesem Beitrag soll anhand des Beispiels einer von Studierenden erstellten Onlinezeitung ein konkretes Lernprojekt einmal aus studentischer Perspektive dargestellt werden. Ausgangspunkt der konzeptionellen Überlegungen aus der Dozentsicht war das Modell des in der kognitivistischen Lerntheorie verankerten Modells des „cognitive apprenticeship“, das seinerseits auf der Erkenntnis der Notwendigkeit der Entwicklung neuer didaktischer Ansätze beruht.

1. Neue Medien – neue Didaktik?

Dass der Umgang mit dem Computer neue mediendidaktische Konzepte benötigte, war in der Unterrichtspraxis nicht sofort ersichtlich. Erst als die Nutzung des PC im Rahmen von Internetrecherchen und dem Großprojekt „Schulen ans Netz“, mehr Verbreitung fand, wurde die Problematik deutlicher.

1.1 Lernen als Erlebnis

Die Wissensvermittlung über Datennetze stellt gegenwärtig eine Thematik dar, die für alle Bildungsträger sowohl aus pädagogischer als auch aus wirtschaftlicher Sicht von großem Interesse ist. Computer-based Training (CBT-Programme), intelligente Tutorensysteme (IST) oder Experten- und Autorensys-

teme verschiedenster Ausrichtung stellen Plattformen dar, die Lerninhalte und Lernumgebungen verschiedenster Ausprägung erlauben.

Trotz oder gerade wegen der technischen Möglichkeiten gilt es immer wieder kritisch zu hinterfragen, welche Lernformen sich mit und durch das netzbasierte Lernen überhaupt ergeben. Wie so viele Entwicklungen im Jahrzehnt des „Internethype“, in dem alles für möglich und die Psychologie und die Interessenlage der Nutzer nur am Rande Erwähnung fand (vgl. Thimm 2000, Döring 1999), gilt es auch bezüglich der Entwicklung von Online-Lernumgebungen, die Nutzer und Nutzerinnen vermehrt wieder in das Blickfeld zu nehmen und nach einer spezifischen Onlinedidaktik zu fragen. Knapp formuliert: Was hat der Nutzer, die Userin, vom Onlinelernen? Welche Vorteile sieht er oder sie darin, am Rechner, zumeist dem heimischen oder universitären PC, Programme abzurufen statt in einer Gruppe in einem gemeinsamen physikalischen Raum in Face-to-Face-Interaktionen mit Lernenden und Lehrenden entsprechende Inhalte zu erarbeiten? Abgesehen von dem Potenzial, welches sich aus den technischen Möglichkeiten ergibt, gilt es also die Frage zu stellen, warum überhaupt auf diese Form der Wissensvermittlung zurückgegriffen werden soll.

Stellt man sich die Frage nach den Nutzermotiven, so muss auch das Spannungsfeld zwischen Form und Inhalt Beachtung finden: Erschließen die Möglichkeiten des Netzlernens solche neuen Lernwege, die durch ihre Verbindung aus Sprache, Sprechen, stehenden und bewegten Bildern, Tönen, Musik, Grafiken und Simulationen das bisherigen Lernen nicht nur der Form nach, sondern auch seinen Inhalten nach hinterfragen? Oder ist es eher so, dass die Kombination aus unterschiedlichen Wahrnehmungen über die Diskursivität von Sprache, Sprechen, Schrift und Buch erfolgt? Leisten Onlinekonzepte damit letztlich nur eine unterrichtstechnologische Verbesserung von Lernprozessen, ohne sie wirklich neu zu strukturieren (vgl. Baacke 1997)?

Im Zusammenhang mit dieser Frage sind sowohl ökonomische wie auch organisatorische Gründe, aber auch systematisch-didaktische Argumente anzuführen. Die zentralen Themenbereiche, innerhalb derer gegenwärtig die Diskussion um die Entwicklung von internetbasierten Lernumgebungen fast ausschließlich stattfindet, sind markiert durch:

- Konsequenzen für den Lernort (virtuelles Klassenzimmer, virtuelle Universität)
- Konsequenzen für die Rolle der Lehrenden (vom Wissensvermittler zum Tutor)

- Bestimmung der Lehrinhalte und Lernziele (stärkere Selbständigkeit der Lernenden)
- Maß des Einsatzes von CMC-Diensten (Teleteaching)
- Individualisierung von Lerninhalten und Lernprozessen (selbstgesteuert, selektiv)
- Effizienzsteigerung (punkt- und zeitgenaue Vermittlung von Wissen)

Nimmt man diese Parameter als Leitlinien zukünftiger Entwicklung, so lässt sich durch die Medialisierung von Lehren und Lernen eine Entwicklung hin vom elektronischen Klassenzimmer, das durch die Arbeit am PC als ergänzender Einsatz bei realer Lernumgebung zu charakterisieren wäre, hin zum virtuellen Klassenzimmer - das von einem vernetzten PC als Universalmedium ausgeht - prognostizieren. In letzter Konsequenz ließe sich eine Form der Entinstitutionalisierung vorstellen, die zu einer „vollständig entschulten Gesellschaft führen, in der lebenslanges Lernen zu einem marktgesteuerten Prozess wird“ (Beck 1998, 224).

Als problematisch erweist sich dabei die Annahme weitreichender Wirkungen von CMC in Lehr-Lernsituationen auf das gesamte System der Allgemeinbildung. Computernetzen wird damit nämlich eine hohe Wirkungsmacht unterstellt, der Computer fungiert als „Wunschmaschine“ zur Lösung altbekannter pädagogischer und didaktischer, organisatorischer und bildungspolitischer Probleme.

Diese Erwartungen reflektieren die Erfahrung, dass sich durch den weltweiten Datenaustausch mit kaum limitierten raum-zeitlichen Möglichkeiten eine regelrechte "Wissensexpllosion" entwickelt hat (Friedrich & Mandl 1997). Diese Wissensexpllosion besteht u.a. darin, dass sich alle 5 Jahre das gesellschaftliche Wissen verdoppelt. Die somit resultierenden Veränderungen, insbesondere der rapide Wechsel, dem das Wissen selbst ausgesetzt ist, machen neue technische Möglichkeiten und Verfahren der Wissensvermittlung notwendig. Auf diese Weise entsteht ein Kreislauf: Neue Technologien erfordern neue Methoden zur Bewältigung des neuen Wissens. Diese neuen Methoden bedingen wiederum neue Technologien.

1.2 Ansätze der konstruktivistischen Mediendidaktik

Die konstruktivistische Auffassung des Lehrens und Lernens (vgl. den Überblick in Schwetz, Zeyringer & Reiter 2001) wird häufig einer traditionellen Unter-

richtsphilosophie gegenübergestellt: Während in der traditionellen Unterrichtsphilosophie der Lernende eine passive und rezeptive Position einnimmt, d.h. der Lehrende die aktive Position besitzt und den Lernenden instruiert, hat in der konstruktivistischen Unterrichtsphilosophie der Lernende die aktive Position. Der Lernende übernimmt die Verantwortung für den eigenen Wissenserwerb und wird dabei vom Lehrenden beraten, nicht instruiert. Der Lehrende hat eine eher zurückhaltende Funktion und tritt als Coach oder Mentor beratend und unterstützend auf bzw. zieht sich mit wachsender Expertise des Lernenden immer mehr aus dem Lernprozess zurück. Damit bekommen sowohl Lernende als auch Lehrende eine neue Rollenidentität und neue Verantwortlichkeit zugeschrieben.

Diese Konstellation von Lehrenden und Lernenden stellt insbesondere an die Gestaltung von Lernangeboten völlig neue Anforderungen im Vergleich zu den Praktiken der Ausbildung nach der traditionellen Unterrichtsphilosophie. So fasst Kohler (2001) folgende Grundsätze für konstruktivistische Ansätze des Lehrens und Lernens zusammen (vgl. auch Gerstenmaier & Mandl 1995, Reinmann-Rothmeier & Mandl 1999b):

- Wissen wird von Lernenden immer aktiv konstruiert; Wissen kann nicht einfach übernommen werden.
- Da jedes Individuum sein Wissen auf der Basis des jeweiligen Vorwissens selbst konstruiert, sind kognitive Strukturen notwendigerweise individuell verschieden.
- Wissen wird als immer situationsabhängig konstruiert. Die Lernsituation bestimmt also mit, in welchen Situationen auf das neu erworbene Wissen später zurückgegriffen werden kann.
- Lernen ist als sozialer Prozess zu betrachten, innerhalb dessen die Lernenden in eine Gemeinschaft hineinwachsen
- Zur Reflexion und Kontrolle des eigenen Lernhandelns braucht es den Einsatz metakognitiver Fertigkeiten.

Diese Kernthesen konstruktivistischer Pädagogik haben entsprechend Bestimmungskarakter für die Konzeption von Onlinelernen und sollen als Leitlinie für den Entwurf von Lehr-Lern-Szenarien dienen. Zentral ist, dass Wissen stets an einen Kontext und an soziale Interaktion gebunden ist. Durch die Betrachtung von einem Sachverhalt in mehreren Kontexten oder unter verschiedenen Perspektiven wird ermöglicht, dass neues Wissen flexibler vom Lernenden ver-

wendet werden kann. Besondere Bedeutung kommt zudem der sozialen Verankerung von Informationen zu: Durch den Austausch von Wissen und Erfahrung sowie die gemeinsame Diskussion entwickelt sich Wissen über das Individuum hinaus.

1.3 Technisierung und netzbasiertes Lernen

Die gegenwärtig noch gängige Verfahrensweise, bisher individuell zu bearbeitende computer-basierte Trainingsprogramme als web-basierte Trainings über Datennetze verfügbar zu machen, wird weder neueren Auffassungen über Lehren und Lernen, noch den Möglichkeiten des Internet gerecht. In diesem Falle wird der Lehrende nach wie vor durch Frontalunterricht in Anlehnung an die klassische Unterrichtsphilosophie ausgebildet, wobei die Lehrkraft durch den Computer ersetzt wird. Kommunikation findet hier nur einseitig statt, nämlich seitens des Programms oder des Programmautors zum Lernenden hin. Nach neueren Auffassungen entwickelt sich Wissen jedoch besonders günstig durch Kommunikation, durch Handeln in der Gruppe, durch Austausch mit anderen Lernenden oder Lehrenden.

Respektive der sozialen Fundierung von Wissen ist jedoch insbesondere der Austausch von Individuen und das Generieren eines geteilten Wissens in einer Gemeinschaft, von dem zum einen die Gruppe aber in hohem Maße auch der einzelne Lernende profitieren kann, gefragt. Kurse für das Internet zu entwickeln, die auf dem in herkömmlichen CBTs üblichen Wechsel von Informationspräsentation und Informationsüberprüfung beruhen, mag zwar gegenwärtig in der Natur der technischen Weiterentwicklung liegen, fördert jedoch weder eigene Interessen und Bedürfnisse von Lernenden, noch wird damit "lebendiges" Wissen vermittelt. Das Grundkonzept des „Drill&Practice“ mag für einige Bausteine des Auswendig-Lernens hilfreich sein, und stellt letztlich eine medial gestützte Fortsetzung der Prinzipien des „Programmierten Unterrichts“ dar. Nicht nur Zeyringer (2001, 249) sieht darin eine reine Technisierung „veralteter pädagogischer Konzepte“ an der klar wird, „dass die technologische Entwicklung allein gar nichts ändert“. Auch bei den Konzepten zur Netzbildung ist daher davon auszugehen, dass erst durch die Kommunikation und Auseinandersetzung mit der Umwelt Wissen einen Anwendungscharakter erhält. Dies gilt es bei der Entwicklung von WBT-Kursen zu berücksichtigen.

Bild- und Tondokumente sowie Animationen und simulative Komponenten werden in vielen Studien als notwendig und wünschenswert erachtet (s. Forster, Stiernerling & Kneiper i.d.Bd.). Eine eher textlastige Informationsprä-

sensation wird zwar abgelehnt, dennoch sollte die Möglichkeit, relevante Informationen zu drucken, gegeben sein. Darüber hinaus wird die Möglichkeit der interaktiven Wissensüberprüfung sowohl zur eigenen Leistungskontrolle als auch zur Überprüfung für notwendig erachtet.

1.4 Kollaboratives Lernen in "communities of practice"

In der Gestaltung von Lernumgebungen nach konstruktivistischen Paradigmen wird dem kollaborativen Lernen, also dem Lernen in (Klein-)Gruppen, eine große Bedeutung zugemessen (vgl. Koschmann 1996). Bei nahezu allen Lernprozessen kann davon ausgegangen werden, dass diese in einem sozialen Kontext stattfinden, zum Beispiel in aktiver Form, wenn ein Lernender durch einen Lehrenden angewiesen wird, oder aber auch in passiver Form, bspw. durch das Bereitstellen von Lernressourcen über das Internet. Insbesondere aber die Tatsache, dass erst durch das gemeinsame Erarbeiten von Wissensinhalten ein gesamtes Wissensnetzwerk entsteht, macht die Notwendigkeit des kollaborativen Lernens deutlich (vgl. Lave & Wenger 1991). Hier steht weniger die Kognition des Einzelnen im Sinne eines individuellen Wissenserwerbsprozesses im Vordergrund, sondern vielmehr die Teilnahme des Einzelnen in einem sozialen Prozess der Wissensbildung ("*communities of practice*"; Lave & Wenger 1991). Sowohl die Interaktion zwischen Individuen, als auch der kulturelle Einfluss der jeweiligen Situation spielen hier eine wichtige Rolle (vgl. z. B. Reinmann-Rothmeier & Mandl 1999a). Über das Individuum hinweg lernen "soziale Einheiten" in ihrer Gesamtheit und entwickeln ein gemeinsames "geteiltes Wissen".

Aus diesem Verständnis der konstruktivistischen Auffassung des Lehrens und Lernens sind verschiedenste Ansätze zur Gestaltung von Lehr-Lern-Umgebungen hervorgegangen. Zwar werden nicht bei jedem Modell alle der o.g. Gestaltungsmerkmale umgesetzt, dennoch sind die im folgenden dargestellten Lehr-Lernmodelle exemplarische Vertreter der konstruktivistischen Auffassung, die als didaktische Grundmodelle für die internetbasierte Aus- und Weiterbildung Verwendung finden. Relevant für das nachstehend vorgestellte Praxisprojekt „Online-Magazin“ ist vor allem der Ansatz der *cognitive apprenticeship* und die *cognitive-flexibility theory*.

1.5 Das Internet als Lernwerkstatt: Cognitive Apprenticeship

Angelehnt an die Lehr- und Lernkonzepte der traditionellen Handwerkerlehre wird in diesem Ansatz das Bild einer ursprünglichen Werkstatt gezeichnet, in der

Meister, Gesellen und Lehrlinge bei der Arbeit sind. Dabei wird Wissen über praktisches Tun und die Einbindung in ganzheitliche Problemstrukturen bzw. deren Lösung erzielt, partikuläre Einzelziele oder Teilfertigkeiten dagegen sind sekundär. Lernen ist zu Beginn in hohem Maße mit Beobachtungsleistungen des „Lehrmeisters“ verbunden, um dann schrittweise in vermehrte Selbständigkeit des Tuns zu münden. Diese Einbettung in einen lebensweltlichen Kontext lässt sich auch unter dem Oberthema „Experten-Laien“ Kommunikation erfassen und spielt für viele, keineswegs nur die handwerklichen Prozesse eine Rolle.

Betrachtet man die Konzeptionen von netzbasierten Angeboten im Detail so zeigt es sich, dass es sich häufig um ein vielseitiges Sammelsurium von Variationen und Kombinationen technischer Möglichkeiten, bereits vorhandener "klassischer" computerbasierter Trainingsprogramme und didaktischer Ansätze handelt. Will man jedoch auf einen dauerhaften Lernerfolg und auf Übertragbarkeit in vergleichbare, aber nicht identische Problemfelder abzielen, so erscheint es zentral, die Frage nach der Kombination der person-to-person Lernmethoden mit denen einer Onlinedidaktik (media-to-person) zu verbinden und im Sinne des blended learning nach Lernphasen mit und ohne Computer zu differenzieren.

Genau dieser Phasen- und Methodenmix war im Blickfeld der Initiatoren, die verschiedene Ansätze für studentisches Onlinelernen außerhalb der reinen Formular- und Unterlagendokumentation von Lerninhalten erreichen wollten und sich schließlich für das Projekt eines „Online-Magazins“ entschieden.

2. Onlinemedien im universitären Unterricht

Untersucht man die Konzepte, die in die Lehrpraxis eingebracht werden, so wird ersichtlich, dass sich die mediale Didaktisierung des universitären Alltags durch höchst differente Angebotsformen auszeichnet. Grundsätzlich lassen sich sowohl fachspezifische, d.h. contentbasierte, mediendidaktisch aufbereitete Angebote als auch organisationszentrierte Anwendungsformen nachweisen. Folgende Einzelangebote lassen sich als besonders weit verbreitet ausweisen.

Im akademischen Kontext bereits bekannt und etabliert sind Fernuniversitäten (wie beispielsweise die Fernuniversität Hagen www.fernuni-hagen.de). Gerade dem Bereich des Fernstudiums wird durch das Internet eine Vielzahl neuer Möglichkeiten und Varianten geboten, das "traditionelle" Fernstudium um einerseits bequeme, andererseits auch technisch versiertere Facetten zu bereichern. Der umständlichere Weg des postalischen Austausches von Lehr- und

Lernmaterial (scherzhaft als "snail-mail" tituliert) kann damit entfallen. Da sich - wie bereits geschildert - die Weiterbildung online noch in einem sehr frühen Stadium befindet, werden an der Fernuniversität Hagen erst die zwei neuen Modellstudiengänge Bachelor of Science in den Fachbereichen Informatik (seit dem Wintersemester 1999/2000) und Elektrotechnik (seit dem Wintersemester 2000/01) als "echte" Online-Studiengänge angeboten. Zudem sind etwa 120 Kurse und studienbegleitende Materialien mit einem Studienumfang von mehr als 350 Stunden in allen Fachbereichen der Fernuniversität als Angebot vorhanden. Neben diesen Angeboten werden zudem im Übungs- und Praktikumsbetrieb der Fachbereiche Elektrotechnik und Informatik Online-Bearbeitung und -Betreuung eingesetzt sowie über alle Fachbereiche hinweg 15 bis 20 Seminare zum Teil oder vollständig online absolviert. Darüber hinaus besteht auch die Möglichkeit der Nutzung von Videokonferenzen für Prüfungen.

Neben der Fernuniversität Hagen stehen auch weitere deutschsprachige Weiterbildungsangebote an anderen Universitäten oder universitätsnahen Einrichtungen zur Verfügung. So bieten im Verbund der Virtuellen Universität Ober-Rhein (VIROR) die Universitäten Freiburg, Heidelberg und Mannheim verschiedene Einzelseminare und Vorlesungen als Online-Studienangebote an (www.viror.de). Dementsprechend sind auch die Internationale Frauenuniversität (www.vifu.de), die Virtuelle Hochschule Bayern (www.vhb.org) sowie die Virtuelle Universität Deutschland (www.virtuelle-uni.de) in einem Entwicklungstrend befindlich, der mehr und mehr das herkömmliche Studium mit Online-Materialien bereichert bzw. ergänzt.

Auch auf direkter Regierungsebene hat man den Bedarf an Bildungsangeboten über das Netz erkannt. Seit Juni 2000 existiert nun die Initiative "Studieren im Netz" der Bund-Länder-Kommission zur Bildung. Unter der Homepage www.studieren-im-netz.de findet sich ein systematischer Überblick über online verfügbare Studiengänge an deutschen Hochschulen. Mittels über 1000 Verweisen besteht hier die Möglichkeit zur Teilnahme an virtuellen Vorlesungen und Seminaren bis hin zu Experimenten in virtuellen Labors. Eine Bestandsaufnahme internationaler virtueller Studienangebote ist ein nahezu hoffnungsloses Unterfangen.

Es sind jedoch häufig nicht die umfangreichen und ambitiösen Vorhaben, die den ersten Schritt zum sinnvollen und produktiven Onlinelernen darstellen. Vielmehr sind es oft gerade die kleinen und praktikablen Projekte, die durch ihre Eigendynamik die Lernenden zur selbstlernenden Organisationsgruppe machen und so Schritt für Schritt zum Kompetenzzuwachs auf höchst unterschiedlichen Ebenen führen können. Ein solches Projekt soll nunmehr besonders unter der

angesprochenen Eigendynamik kurz vorgestellt werden. Einzelschritte und auch die Diskussionsprozesse werden nachstehend am Beispiel des Projektes „Online-Magazin Untermstrich“ exemplifiziert.

3. Das Magazin und seine Entstehung

Die Initiative für das Online-Magazin www.untermstrich.net ging vom Zentrum für Kommunikations- und Medienwissenschaft (ZfKM) aus, das das Projekt auch personell unterstützte. Zu einem ersten Treffen wurde breit eingeladen. Aus dieser recht großen Gruppe bildete sich eine 12-köpfige Redaktion, parallel wurde sowohl an der rein technischen Umsetzung, als auch an Modellen für die Organisation der Redaktion gearbeitet.

3.1 Zielsetzungen

In der Anfangsphase wurden zunächst die genaue Produktbeschreibung, die inhaltliche Konzeption und die Ziele abgesteckt. So wurde als erste Zielsetzung ein Redaktionsstatut erstellt, das die Grundsätze des gemeinsamen Arbeitens enthalten sollte, um sich damit dann ähnlich wie andere studentische Gruppen präsentieren zu können (und so auch Zugriff auf universitäre Zuschüsse zu erlangen.) Während der Diskussion am Redaktionsstatut stellte sich heraus, dass sich darin eine Positionierung und eine Zielfestlegung der studentischen Initiative manifestierten. Das Statut steht als Download-Datei den Lesern des Online-Magazins zur Verfügung.

Zu Beginn der Diskussion wurde zunächst das Projekt umbenannt, ursprünglich war zu Sitzungen der Online-Zeitung eingeladen worden. Es stellte sich jedoch heraus, dass die beteiligten Studierenden eine solche Tagesaktualität weder gewährleisten können noch wollen. Was man schaffen wollte, ist zu Beginn des Statuts unter dem Oberbegriff „Selbstverständnis“ formuliert:

- www.untermstrich.net versteht sich als Online-Magazin mit Feuilletoncharakter, das sich in erster Linie an Studierende der Bonner Medienwissenschaft und im Weiteren an alle Medien-Interessierten richtet.

- www.untermstrich.net bietet eine Plattform für Informationen, Meinungen und Beobachtungen – vornehmlich aus der Medienlandschaft. Der Schwerpunkt des Magazins liegt nicht auf Tagesaktualität und Kurzmeldungen.
- www.untermstrich.net ist eine studentische und redaktionell vom Zentrum für Kommunikations- und Medienwissenschaft (ZfKM) der Universität Bonn unabhängige Initiative. Die Mitarbeit wird in keinsten Weise vergütet. Neben dem grundsätzlichen Wunsch zu informieren und zu unterhalten, bemüht sich das Magazin mehr Transparenz in die aufgrund der Interdisziplinarität sehr breit gefächerten Ausprägungen und Facetten des Studiengangs Medienwissenschaft zu bringen.

Es handelt sich hierbei um inhaltlich sehr hochgesteckte Ziele, die ihren Gegenpol in den konkreten Zielen für die mitarbeitenden Studierenden finden. Diese Ziele wurden unter dem Titel „Ziel“ als nächsten Punkt des Statuts formuliert:

- Ziel ist es, parallel zur Entwicklung des Studiengangs Medienwissenschaft Studieninhalte in die Praxis umzusetzen. Zum einen bietet www.untermstrich.net allen interessierten Studierenden die Möglichkeit, journalistisch tätig zu werden. Zum anderen werden dem Leser unter anderem Themen aus der Medienpraxis und -forschung sowie allgemeine Informationen und Unterhaltung geboten.

Im Zentrum steht der Erwerb von Praxis-Erfahrungen. Beteiligte Studierende haben die Möglichkeit sowohl den Ablauf innerhalb einer Redaktion, also Artikel schreiben, korrigieren und diskutieren, als auch Arbeitsabläufe der technischen Umsetzung einzuüben. Gerade zu Beginn wurde viel und ausführlich über die technische Layout-Umsetzung nachgedacht. Alle Beteiligten profitierten von den Erfahrungen der Anderen und lernten so auch zum Beispiel mit den korrekten Begriffen des Internets umzugehen. Im weiteren Verlauf fanden selbstorganisierte Schulungen statt. Redaktionsmitglieder erhielten eine Einführung in HTML und es wurde ermöglicht, dass Mehrere die als Word-Dokument vorliegenden Artikel zu einem HTML-Dokument umarbeiten und auf die Seite stellen konnten.

3.2 Rubriken

Um die Veröffentlichungen auf www.untermstrich.net thematisch zu ordnen, wurden in Anlehnung an die Struktur eines Printmagazins verschiedene Rubriken entwickelt, die auch im Statut erläutert werden.

InMEDIAsres – Medienagenda. Medienlandschaft. Mediengeschehen.

Diese Rubrik dient als Forum für medienwissenschaftliche Betrachtungen. Studierende – ins Besondere der Medienwissenschaft – liefern Informationen, kommentieren Entwicklungen und veröffentlichen Untersuchungen und eigene Projekte.

Prüfstein – Hören. Sehen. Lesen.

In dieser Rubrik werden Rezensionen von "Kulturmedien" veröffentlicht. Leser können sich über Neuerscheinendes und Altbewährtes informieren. Die Unterteilung in drei Kategorien dient der Übersichtlichkeit:

- Hören – CDs, Konzerte, Musiker
- Sehen – Film, Bühne, bildende Kunst
- Lesen – Literatur, Lesungen, Magazine

Report – Bericht. Thema. Vor Ort.

Hier wird über Veranstaltungen berichtet, die entweder von medienwissenschaftlichem oder regionalem Interesse sind. Die Autoren besuchen unter anderem Messen, Ausstellungen, Vorträge und andere Veranstaltungen um darüber zu berichten. Tipps, Links und Terminankündigungen können dem Leser als Anregung dienen.

Neulich – Glossen. Kommentare. Meinung.

"Neulich" setzt keine inhaltlichen, sondern formale Maßstäbe. Hier können Meinungen zu jedem Thema veröffentlicht werden. Wichtig ist, dass der Stil eines Kommentars gewahrt wird. Entsteht ein schlüssiger, stringenter Artikel mit pointierter Aussage, kann von humoristischen Betrachtungen bis zu engagierten Appellen alles veröffentlicht werden.

MetaZfKM – Interna. Information. Studium.

Als Ergänzung zur offiziellen Homepage des Zentrums für Kommunikations- und Medienwissenschaft (www.medienwissenschaft.uni-bonn.de) sollen in dieser Rub-

rik das Institutsgeschehen aus der Perspektive der Studierenden betrachtet und zusätzliche studiumsbezogene Informationen angeboten werden. Dies können z.B. Informationen für Erstsemester, Praktikumsberichte, Vorstellung von Lehrpersonal oder Seminarkritiken sein.

Beim aktualisierenden des Relaunch des Magazins wurden später die Rubriken Report und Neulich zu einer neuen zusammengefasst.

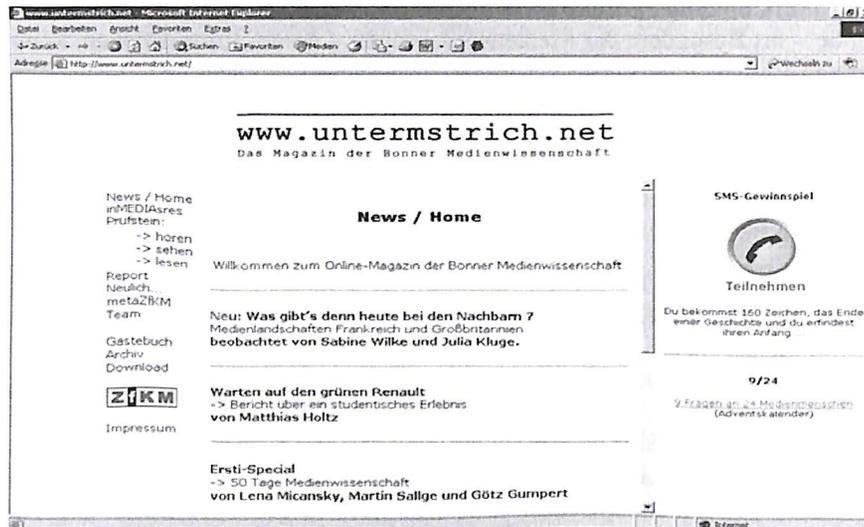


Abb 1: Startseite von www.untermstrich.net (altes Layout)

3.3 Layout von www.untermstrich.net

Die Redaktion entschied sich für ein einfaches, seriös wirkendes und nicht überladenes Layout. Die Seite wurde ganz in weiß mit einfacher schwarzer Schrift gehalten. Als einziges gestalterisches Element befand sich im Titel-Frame das Logo des Magazins. Das Logo bestand aus einer horizontalen Linie unter der groß der Schriftzug „www.untermstrich.net“ und klein „Das Magazin der Bonner Medienwissenschaft“ zu lesen war. In Ausnahmen wurde mit der Schriftfarbe rot gearbeitet. Auf der linken Seite befand sich eine Navigationsleiste, auf der rechten Seite war Platz für Hinweise auf Sonder-Aktionen und im mittleren Teil der

Seite erschienen sowohl die Indexe der einzelnen Rubriken, als auch die Artikel selbst.

Umfragen bei Kommilitonen zeigten, dass das bewusst einfache Layout häufig als langweilig und zu simpel empfunden wurde. Dies stieß eine Diskussion an, an deren Ende der Brückenschlag zwischen schlichtem und ansprechendem Layout stand. Das neue Layout ist dynamischer. Am oberen und unteren Bildschirmrand finden sich als gestalterisches Element Zeitungsschnipsel. Die Navigation ist durch die Schrägstellung der Rubriknamen aufgelockert. Auf die zum Teil verwirrende rechte Aktions-Spalte wurde verzichtet. Auf der Startseite finden sich nun auch Bilder zu den Artikeln, was die Seite generell ansprechender macht.

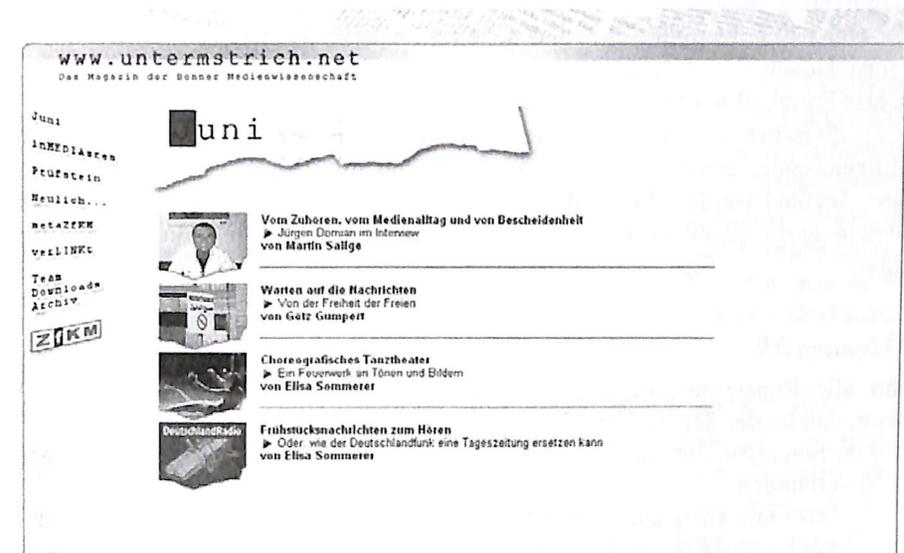


Abb. 2: Startseite von www.untermstrich.net (neues Layout)

Im Zuge der Umstellung des Layouts wurden auch einige Rubriken zusammengefasst. Außerdem soll es in Zukunft immer Monatsausgaben geben, so dass die Startseite nach dem jeweiligen Monat benannt ist.

3.4 Organisation der Redaktion

Mitglied der Redaktion sind 10 bis 15 Studierende, die von der inhaltlichen Struktur über die technische Umsetzung alles koordinieren. Es wurde zu Beginn bewusst darauf verzichtet eine Hierarchie zu bilden. Später wurde es formal nötig eine Vorsitzende zu wählen. Zu diesem Zeitpunkt hatte sich auch innerhalb der Redaktion auf Grund des unterschiedlich starken Engagements für das Projekt eine passende Kandidatin heraus kristallisiert. Alle Mitglieder sind gleichberechtigt, Entscheidungen werden mehrheitlich getroffen. Zusätzlich wird versucht Kompromisse zu erarbeiten.

Alle zwei Wochen trifft sich die Redaktion um anstehenden Aktionen zu planen. Die Erfahrung hat gezeigt, dass eine stärker auf Onlinekommunikation basierenden Organisation nicht möglich ist. Auch wenn es – selbstverständlich – einen Emailverteiler gibt und so eine Diskussion möglich sein müsste, scheinen face-to-face Situationen produktiver und vor allem verbindlicher zu sein. Das Protokoll wird jedoch per Email verschickt.

Zwischen den Redaktionstreffen wird neben dem Emailverteiler auch ein Emailaccount genutzt, zu dem alle Redaktionsmitglieder Zugang haben. In diesem Account werden die Artikel und Beiträge zu Sonderaktionen verwaltet, außerdem ist die Emailadresse untermstrich@gmx.net der offizielle Kontakt zur Redaktion.

3.5 Finanzen/PR

Damit alle Redaktionsmitglieder den tatsächlichen Internetauftritt verändern können, musste der Server gewechselt werden. Auf den ursprünglichen Instituts-server durften nicht alle Studierenden Zugang haben. Der Serverwechsel war mit Kosten verbunden.

Das Onlinemagazin richtet sich vor allem an Studierende, deshalb wurde z.B. durch Getränke- und Snackverkauf bei Fachschaftspartys, von Studierenden Geld eingeworben. Von den Einnahmen wurde unter anderem der dringend benötigte eigene Serverplatz finanziert. Um die Aktionen zugleich zu Werbezwecken zu nutzen, trugen alle Redakteure T-Shirts mit der Internetadresse des Onlinemagazins. Inzwischen ist die Redaktion beim ASTA als Kulturgruppe registriert und erhält entsprechende Mittel.

Die Offlinewerbung ist bisher generell stärker als die Onlinewerbung. www.untermstrich.net macht vor allem durch Flyer und Plakate auf jeweils aktuelle Angebote aufmerksam. Online ist das Magazin auf der Seite der Bonner

Medienwissenschaft verlinkt und an alle Interessierten wird in unregelmäßigen Abständen ein Newsletter verschickt.

3.6 Aktionen

Neben Artikeln und Rezensionen haben inzwischen die Sonderaktionen einen festen Platz auf der Seite. Sie bilden sowohl für die Redaktion, als auch für die Leser eine interessante Abwechslung und erfreuen sich verstärkter „Anklickquoten“. Im Folgenden werden einige dieser Aktionen vorgestellt.

August 2003: „Die große Sommersemester 2003-Revue“



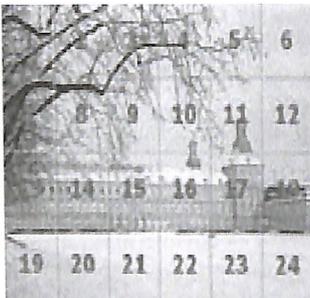
Zum Abschluss des Sommersemesters 2003 hat das Onlinemagazin www.untermstrich.net die Möglichkeit geboten, die Veranstaltungen des vergangenen Semesters zu kommentieren: Zu empfehlen, zu warnen oder Verbesserungsvorschläge zu machen. Leider wurde

dieses Angebot nur relativ schwach genutzt, die Gründe dafür liegen darin, dass die Aktion erst in den letzten Tagen des Semesters online war, also zu einem Zeitpunkt, an dem viele Studierende dem Universitätsgeschehen nicht mehr volle Aufmerksamkeit schenken.

November 2003: Diskussionsforum zur Situation des Lehramts in Bonn

Unter einem Artikel zur Situation der Lehramtsstudierenden in Bonn hat www.untermstrich.net ein Gästebuch angeboten, in dem geplante Aktionen verschiedener studentischer Organisationen wie der Fachschaft oder dem Asta bekannt gemacht, sowie Leserbriefe zu dem Artikel oder der Situation eingestellt werden konnten. Das Gästebuch wurde durch Mundpropaganda und einen Artikel in der „BASTA“, der Zeitung des Bonner ASTA, bekannt gemacht und auch von Studierenden anderer Fachrichtungen genutzt.

Dezember 2003: „Der Online-Adventskalender“



Diese Aktion hat als erste nicht nur von Bonner Studierenden, sondern von Lesern aller Art viel Aufmerksamkeit erhalten. Die Idee entstand kurzfristig in einer Redaktionssitzung Anfang November. Der Wunsch nach Fragebögen, wie sie in diversen Magazinen zu finden sind, stand schon länger im Raum. In Zusammenhang mit dem Wunsch nach einem speziellen Angebot in der Vorweihnachtszeit, entstand der Plan eines virtuellen Adventskalenders, in dem jeden Tag ein anderer „Medienmensch“ auf die Fragen von

Bonner Studierenden der Medienwissenschaft antwortet. Diese Fragen lauteten:

1. Erfolgreich in den Medien - Wie war Ihr Weg dahin?
2. War Ihr Berufsziel Erfolg?
3. Was verbirgt sich Ihrer Meinung nach hinter dem Studiengang Medienwissenschaft?
4. Welche Frage würden Sie gerne einem Studenten der Medien stellen?
5. Wenn Sie bei uns ein Seminar geben würden, wie wäre der Titel?
6. Was für einen Adventskalender würden Sie verschenken?
7. Was wünschen Sie sich für die Weihnachtsansprache des Bundeskanzlers?
8. Von wem würden Sie gerne ein Geschenk bekommen und warum?
9. Was geben Sie uns als Weihnachtsgeschenk mit auf den Weg?

Angeschrieben wurden verschiedene Persönlichkeiten, deren Arbeit mit Medien zu tun hat: Moderatoren, Redakteure, Programmdirektoren, Auslandskorrespondenten, Verleger, Schauspieler, Medienkanzler. Jedem Redaktionsmitglied wurden Namen zugeteilt, oft war das Finden der Emailadresse die erste Hürde.

Mitte November wurden an 50 „Medienmenschen“ Emails verschickt, jeweils mit einem persönlichen Ansprachetext, in dem kurz Redaktion und Projekt vorgestellt wurden. Bei der Redaktionssitzung Ende November lagen 12 Antworten vor, von einigen, deren Schweigen am ehesten erwartet worden war, zum Beispiel von Ulrich Tilgner (Auslandskorrespondent fürs Fernsehen), der den Bogen sogar im Irak beantwortet hat.

Die Redaktion hat sich entschieden, den virtuellen Adventskalender am 1. Dezember zu starten – mit Anne Will (Moderatorin der Tagesthemen). Es wurden noch einmal etwa 50 Emails verschickt. Die Tatsache, dass Heiligabend 24 gefüllte Buttons vorlagen¹, war für alle Redaktionsmitglieder ein schönes Weihnachtsgeschenk.

Inhaltlich hatte sich die Redaktion für dieses Projekt ähnliche Ziele gesetzt, wie für das Magazin insgesamt: Unterhalten und Beschäftigen mit dem Themenkomplex Medien. Die Interviewten - aus unterschiedlichsten Medienbereichen (das Spektrum reichte von Fernsehen, über Radio, Print bis zur Lehre) - haben geholfen diesen Anspruch zu erfüllen.

Der Fragenkatalog unterteilt sich in drei thematische Blöcke. Die ersten beiden Fragen dienten dazu den Interviewten kennen zulernen. Eisbrecher-Fragen für Interviewten und Lesenden zugleich. Viele nutzen ihre Antworten aber auch hier schon für Ratschläge und Tipps. Es zeigte sich wer mit Humor antwortet, wer sich viel Zeit nimmt, oder wer nichts aus seinem Privatleben preisgeben möchte. Während Anne Will und Michael Hank Ortmann (Stellvertretender Redaktionsleiter bei RTL) die erste Frage nach dem Weg zum Erfolg eher spartanisch mit „Spannend“ bzw. „Weit, steinig, verschlungen, gefährvoll und ungeheuer spannend“ beantworteten, wartete Markus Kavka (MTV-Moderator) mit einem Sprichwort „Der Weg war das Ziel.“ auf. Andreas Voigt (Chefredakteur beim Magazin FIFE) und Peter Molden (Geschäftsführung Buchverlage beim Lübbe Verlag) dagegen beschrieben ihren Werdegang ganz ausführlich, allein eine solche Beschreibung hält viele Tipps für den Unterstrich-Lesenden bereit. Den Bezug zum Untermstich-Thema „Medien“ stellte schon an dieser Stelle Frank Plasberg (WDR-Moderator) her. Bei ihm hieß es „Konsequent bergab – von der Zeitung übers Radio zum Fernsehen.“ – eine sicher nicht unbewusste provokative Auseinandersetzung mit dem modernen Wunsch vieler Studierender „zum Fernsehen“ zu kommen.

Die letzten drei Fragen griffen den Anlass der Aktion – Weihnachten – auf. Im Zentrum stand weniger das Thema Medien, welches aber von einigen Interviewten ganz bewusst auch mit in diesen Bereich gezogen wurde. Die meisten

¹ Hinter den Buttons verbargen sich:

Anne Will, Steffi Neu, Dr. Josef Joffe, Markus Kavka, André Voigt, Matthias Körnich, Peter Molden, Antonia Rados, Michael Imhof, Kathrin Tsainis, Frauke Ludwig, Michael Dietz, Ulrich Tilgner, Michael Jäckel, Frank Plasberg, Michael Ortmann, DET, Olli Briesch (Text der Absage), Bärbel Schäfer, Alexander Kähler, Kent Brockman, Dr. Klaus Radke, Dr. Heidi Schumacher, Bodo H. Hauser

jedoch nutzen die Gelegenheit Interessantes über sich zu erzählen, so Antonia Rados (Auslandskorrespondentin fürs Fernsehen), die sich von jemandem besonderes etwas zu Weihnachten wünscht. „Ich wünsche ich mir ein gutes Zeugnis von Hassan. (ein 12 jähriger Iraker, mit dem ich einen Deal habe. Er lernt und ich zahle (für seine Ausbildung....)“ schreibt sie. Die letzte Frage sollte Möglichkeit für ein Fazit bieten und eine Verknüpfung zwischen Redaktion und Interviewtem herstellen. Michael Dietz (Eins Live -Moderator) wünschte sich von der Redaktion zum Kaffee eingeladen zu werden – und versprach Kuchen mitzubringen. Frauke Ludowig (Moderatorin und Redaktionsleiterin von Exklusiv - Das Star-Magazin) griff auch bei dieser Frage das Thema *Ausbildung* auf und antwortete unter Anderem: „Ich freu mich auf hoffnungsvolle, neue Kollegen“.

Kern des Fragebogens waren aber die Fragen die auf die Vorstellung der Interviewten von Medienwissenschaft und deren Studierenden abzielten. Hier waren die Antworten vielfältig. Aus der Lehre kommend definierte Michael Jäckel (Professor der Soziologie an der Universität Trier) das Fach natürlich routiniert als „applied science“ in der „Studierende [...] auf der Basis eines theoretischen und methodischen Grundgerüsts schnell die praktische Anwendung suchen“. Bei den Praktikern aus Print, Funk und Fernsehen jedoch schien die Meinung zu überwiegen, dass Medienwissenschaft „Wenig Wissenschaft und zu viele Medien“ sei, wie es Joseph Joffe (Chefredakteur der Zeit) und ähnlich auch Michael Hank Ortmann formulierten. Andere waren weniger direkt und äußerten die Hoffnung, dass Studierende der Medienwissenschaft am Ende hoffentlich wüssten, wie Medien funktionieren. Medienwissenschaft wird vor allem von Praktikern als ein (zu) theorie-lastiges Studium gesehen, dass die Studierenden ihrem Wunsch in den Medien tätig zu werden nicht zwangsläufig näher bringe.

Andreas Voigt (Chefredakteur vom Magazin FIVE) redet von „Viel graue[r], ziemlich nutzlose[r], realitätsferne[r] Theorie“ und Michael Imhof (Eins Live Moderator) würde einen Studierenden der Medien gerne fragen, ob er nicht lieber etwas Richtiges lernen möchte. Auch Josef Joffe schlägt einen anderen Weg in die Medien vor: „Warum lernen Sie nicht ein klassisches Fach - Geschichte oder Biochemie - und gehen dann in den Journalismus? Das Handwerk lernt man am besten "on the job", aber ein gutes Studium bringt einem alles bei, was man im Journalismus braucht: Informationsanschaffung, -verarbeitung, -bündelung, was alles zu einer informierten Urteilsfindung führt“. Antonia Rados formuliert, wenn auch weniger scharf, in eine ähnliche Richtung: „Jedes Studium ist so gut und so schlecht wie alle Studien, es ist eine Zeit, die man nützen sollte, um selbstständig denken zu lernen.“

Die Antworten auf die Frage nach dem Titel des Seminars, das sie gerne geben würde, waren durchweg originell und unterhaltsam. Alle diejenigen, die die Polemik über die Medienwissenschaften verlassen hatten (bei Josef Joffe hätte das Seminar „Warum Medienwissenschaft nicht der ideale Weg in den Journalismus ist“ geheißen) schienen bereit Studierenden ihr spezielles, praktisches Wissen zu vermitteln. Frauke Ludowig würde „freche Interviewführung“ anbieten, Ulrich Tilgner „Rolle der Journalisten im Informationskrieg“ und Frank Plasberg (Moderator von „hart aber fair“, WDR) „Seminar ohne Titel – warum Neugier sich lohnt“. Andere Seminare hätten „Warum Radio süchtig macht“ (Steffi Neu – Moderatorin WDR 2), „Das Spaßorientierte Autodidaktentum bei Medienschaffenden“ (Markus Kavka), „Mutmaßungen über die Frage, warum in Trier die Zeitung ‚Volksfreund‘ heißt und in Bonn ‚Stadtanzeiger‘“ (Michael Jäckel) oder „Kampf dem Schmutz! Wie Sensationsjournalismus die Gesellschaft kaputt macht! (André Voigt) geheißen. Anne Will hätte ihr Seminar gar „Traumberuf Journalistin – hilft träumen um ans Ziel zu kommen?“ genannt.

Zum Träumen regten in der Vorweihnachtszeit dann aber nicht nur die Seminartitel, sondern auch alle anderen Antworten die Untermstrich-Lesenden und die Untermstrich-Redaktion an. Es zeigten sich zwei Dinge: Zum einen sind Medienmenschen auch erreichbare Menschen, zum anderen gibt es viele unterschiedliche Wege in die Medien, die alle spannend und aufregend sind. Und das regt Studierende der Medienwissenschaft an zum Träumen, zu Praktika, zu neuen Zielen und nicht zuletzt auch zum Studieren.

Aktuell: „Die SMS-Geschichte“



„Du bekommst 160 Zeichen, das Ende einer Geschichte und du erfindest ihren Anfang ...“ Die Idee ist nicht neu, genauso wenig wie der Wunsch der Redaktion, durch ein paar schöne Preise Leser zu Redakteuren zu machen.

Auch bei dieser Aktion wurde neben Flyern, Plakaten und Newslettern wieder auf die persönliche Ansprache gesetzt: Zum einen wurden diverse Fachschaften oder Magazine medienbezogener Studiengänge per E-mail angeschrieben, zum anderen wurden an 19 Bonner Gymnasien Plakate geschickt, mit der Bitte, ihre Deutsch-Kurse auf die Aktion aufmerksam zu machen. Im Idealfall sollten so schon heute die Medienwissenschaft-Studierenden von morgen, bzw. vom kommenden Wintersemester erreicht werden. An der SMS-Aktion haben sich annähernd 50 Lesende beteiligt. Für die Redaktion ein gutes Ergebnis. Den ersten Preis gewann folgende Kurzgeschichte:

Nach dem ersten Eifer sah Gott, wie die Menschen und Tiere alle stolperten und gegeneinanderliefen. Da bemerkte er, dass er noch etwas wichtiges vergessen hatte ...und Plötzlich:Licht!²

4. Zusammenfassung und Ausblick

Die Konzeption unseres Projektes „OnlineMagazin“ lässt sich als eine der Möglichkeiten skizzieren, theoriebasierte Anwendungen durch studentische Arbeiten auf ihren umsetzungsbezogenen Lerneffekt hin zu prüfen. Das konstruktivistische Lernmodell des „learning apprenticeship“ wurde hier allerdings schnell um die Facette des Gruppenlernens insofern ergänzt, als nicht nur von Seiten der Dozenten entsprechende Inputs geleistet wurden, die als „imitation“ zu klassifizieren wären, sondern der Prozess erhielt durch die gruppenbezogenen Aktivitäten eine Eigendynamik, die verschiedene Lerneffekte zur Folge hatte. Herausragend gehörten dazu vor allem eine deutliche Steigerung der Medienkompetenz der Redaktionsgruppe, die Schreib-, Lese- und Konzeptionskompetenz in Bezug auf das Hypertexten im journalistischen Bereich für alle Autorinnen und Autoren. Dass dazu die Redaktionsarbeit eine gute Vorübung für diejenigen darstellt, die später einmal in ähnlichen Arbeitsbezügen tätig sein werden, ist ebenfalls als nicht zu unterschätzender Lerneffekt anzuführen.

Neben diesen Ergebnissen ist jedoch bezüglich des Projektes insgesamt herauszustellen, dass es der Etablierung des Studienganges, der Identifikation der Beteiligten und der Selbstdarstellung nach außen dient. Dabei ist dieses Projekt natürlich keineswegs eine rein Bonner Erfindung, sondern wird auch an einigen anderen Universitäten praktiziert (München, Trier, Heidelberg; Überblick <http://ruprecht.fsk.uni-heidelberg.de>). Bei den auf dieser Seite aufgeführten Zeitungen und Magazinen von Studierenden handelt es sich allerdings zumeist um eine Version der Zeitung des ASTA oder einzelner Fachschaften der jeweiligen Universität).

Aber auch die Idee, durch „learning-by-doing“ Wissen zu vermitteln, wird an einigen anderen Universitäten praktiziert. An der Universität München gibt es beispielsweise das Online-Magazin *communicator* (www.communicator.de), das seit dem Sommersemester 2000 in einem Projektseminar am Institut für Kommunikationswissenschaft konzipiert und produziert wird. Es han-

² Christian Schmid, Einsendung zum SMS-Gewinnspiel von www.untermstrich.net, Frühjahr 2004.

delt sich jeweils um einzelne Ausgaben, die ein Leitthema haben (z.B. die aktuelle Ausgabe „Schlaflos in München“). Bis jetzt sind 9 Ausgaben dieses Magazins erschienen.

Insgesamt kann diese Form des Onlinelernens aus der geschilderten Perspektive als ein kreativer und funktionaler Ansatz angesehen werden, die strenge Modularisierung vieler E-Learning Programme zu umgehen und kreative Gestaltungskompetenz im Netz zu vermitteln.

Literatur

- Baacke, Dieter (1997): *Medienpädagogik*. Tübingen: Niemeyer.
- Beck, Klaus (1998). Lehren und Lernen in der „Informationsgesellschaft“. Prognosen über den Einsatz und die Folgen computervermittelter Kommunikation im Bildungswesen. In: Prommer, Elisabeth & Vowe, Gerhard (Hrsg.), *Computervermittelte Kommunikation. Öffentlichkeit im Wandel*. Konstanz UKV Medien, S. 211-234.
- Döring, Nicola (2003): *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. 2. vollst. überarb. Aufl., Göttingen: Hogrefe.
- Friedrich, H.F., & Mandl, H. (1997). Analyse und Förderung selbstgesteuerten Lernens. In F. E. Weinert & H. Mandl (Hrsg.), *Psychologie der Erwachsenenbildung (Band D/II/4 der Enzyklopädie der Psychologie)*. (S. 237-295). Göttingen: Hogrefe.
- Gerstenmaier, Helmut & Mandl, H. (1995): Wissenserwerb unter konstruktivistischer Perspektive. *Zeitschrift für Pädagogik* 41, 867-888.
- Handke, Jürgen (1999): Präsentation und Lernerunterstützung im wissenschaftlichen Lernsystem. The interactive Introduction to Linguistics. In: Lobin, Henning (Hrsg.), *Text im digitalen Medium. Linguistische Aspekte von Textdesign, Texttechnologie und Hypertextengineering*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S.67-88.
- Hillen, Stefanie & Berendes, Kai (2001): Systemisch orientierte Vermittlung von ökonomischen Erklärungsmustern über computergestützte Modellbildung im Rahmen der Unternehmenssimulation SYDUS. In: Leutner, Detlev & Brünken (Hrsg.) (2001): *Neue Medien in Unterricht, Aus- und Weiterbildung. Aktuelle Ergebnisse empirisch pädagogischer Forschung*. Münster/New York: Waxmann, S. 95-102.
- Hofer, Manfred, Eckert, Andreas, Reiman, Peter, Döring, Nicola, Horz, Holger, Schiffhost, Guio & Weber, Knut (2000): Pädagogisch-psychologische Begleitung der „Virtuellen Universität Oberrhein“ (VIROR). In: Leutner, Detlev & Brünken, Roland (Hrsg.), *Neue Medien in Unterricht, Aus- und Weiterbildung*. Münster/New York: Waxmann, S. 123-133.

- Kohler, Britta (2001): Problemorientiert lehren und lernen. Konstruktivistische Ansätze des Lehrens und Lernens. In: Schwetz, Herbert, Zeyringer, Manuela & Reiter, Anton (Hrsg.), *Konstruktives Lernen mit neuen Medien. Beiträge zur konstruktivistischen Mediendidaktik*. Innsbruck/München: StudienVerlag, S. 100-118.
- Koschmann, Timothy (Ed.) (1996). *CSCL: Theory and practice of an emerging paradigm. Computers, cognition, and work*. Mahwah, NJ, USA: Lawrence Erlbaum.
- Lave, Jean & Wenger, E. (1991). *Situated learning. Legitimate peripheral participation*. Cambridge: University Press.
- Lobin, Henning (Hrsg.) (1999): *Text im digitalen Medium. Linguistische Aspekte von Textdesign, Texttechnologie und Hypertextengineering*. Opladen: Westdt. Verlag.
- Martial, Ingbert v. & Ladenthin, Volker (2002): *Medien im Unterricht. Grundlagen und Praxis der Mediendidaktik*. Hohengehren: Schneider
- Mikelskis, Helmut (2001): Untersuchung über multimediales Lernen von Physik – Eine Pilotstudie mit Germanistik- und Physikstudenten. In: Leutner, Detlev & Brünken (Hrsg.), *Neue Medien in Unterricht, Aus- und Weiterbildung. Aktuelle Ergebnisse empirisch pädagogischer Forschung*. Münster/New York: Waxmann, S. 103-112.
- Reinmann-Rothmeier, Gabi & Mandl, H. (1999a). *Teamlüge oder Individualisierungsfalle? Eine Analyse kollaborativen Lernens und deren Bedeutung für die Förderung von Lernprozessen in virtuellen Gruppe. (Forschungsbericht Nr. 115)*. München: Universität München, Lehrstuhl für Empirische Pädagogik und Pädagogische Psychologie.
- Reinmann-Rothmeier, Gabi & Mandl, H. (1999b). *Unterrichten und Lernumgebungen gestalten (Forschungsbericht Nr. 60; überarbeitete Fassung)*. München: Universität München, Lehrstuhl für Empirische Pädagogik und Pädagogische Psychologie.
- Schmied, Josef (2001): Wie Menschen am Computer Englisch lernen. In: Boehnke, Klaus & Döring, Nicola (Hrsg.), *Neue Medien im Alltag: Die Vielfalt individueller Nutzungsweisen*. Lengerich: Papst, S. 102-120.
- Schwetz, Herbert, Zeyringer, Manuela & Reiter, Anton (Hrsg.) (2001): *Konstruktives Lernen mit neuen Medien. Beiträge zur konstruktivistischen Mediendidaktik*. Innsbruck/München: StudienVerlag.
- Thimm, Caja (2000) (Hrsg.), *Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Zeyringer, Manuela (2001): Lernen mit multimedialen Systemen. In: Schwetz, Herbert, Zeyringer, Manuela & Reiter, Anton (Hrsg.), *Konstruktives Lernen mit neuen Medien. Beiträge zur konstruktivistischen Mediendidaktik*. Innsbruck/München: StudienVerlag, S. 237-249.
- Zumbach, Jörg (2000). *Web-Based Teaching. Eine praktische Einführung in die Gestaltung von Online-Lernmaterial*. Stuttgart: Ibidem.

Die Autorinnen und Autoren

- Mario Anastasiadis*, geb. 1975, Student der Medienwissenschaft, der Politischen Wissenschaft und der Psychologie an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn. Gelernter Werbe- und Mediovorlagenhersteller und zur Zeit Tutor am Zentrum für Kommunikations- und Medienwissenschaft.
- Amelie Duckwitz*, geb. 1977, M.A., wissenschaftliche Mitarbeiterin im Fach Medienwissenschaft der Universität Trier, seit 2002 im bmbf-Projekt "Multimediale Lernumgebungen in der Hochschullehre - mile", ab 2004 im Projekt "E-Learning in der Region Trier - TR-eLearning". Forschungsschwerpunkte: Onlinekommunikation, interkulturelle Kommunikation, Rezeptionsforschung und E-Learning.
E-Mail: duckwitz@uni-trier.de
- Peter Fauser*, Dipl.-Psych., freier Berater, Trainer und Coach im Bereich Systemische Organisationsberatung und Führungskräfteentwicklung. Seit 1989 selbständig tätig für Unternehmen, Organisationen und Weiterbildungsinstitute.
Publikationen und Vorträge im Bereich Personal- und Organisationsentwicklung.
E-Mail: info@fauserconsulting.de
- Klaus Forster*, geb. 1966, M.A., wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München. Studium in München. Seit 2001 verantwortlich für das Web-Angebot der DGPK-Fachgruppe "Visuelle Kommunikation". Forschungsschwerpunkte: Journalismus und Demokratie, visuelle Kommunikation, computergestützte Informationsvermittlung, Fernsehforschung.
E-Mail: mail@klaus-forster.de
- Felicitas Haas*, geb. 1973, M.A., wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehr- und Forschungsbereich III des Philosophischen Seminars der Universität Bonn, Projekt zur Digitalisierung von Gottlob Freges Grundgesetzen der