

Karl Peböck

Informelles, lebenslanges Lernen mit Social Media

2018

<https://doi.org/10.25969/mediarep/19859>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Peböck, Karl: Informelles, lebenslanges Lernen mit Social Media. In: Theo Hug (Hg.): *Medienpädagogik. Herausforderungen für Lernen und Bildung im Medienzeitalter*. Innsbruck: Innsbruck University Press 2018, S. 133–142. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/19859>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Informelles, lebenslanges Lernen mit Social Media

Karl Peböck

Zusammenfassung

Neben der ständigen Verfügbarkeit von Information im Internet sind es vor allem die Sozialen Medien, die jedem Menschen – vorausgesetzt er lebt an einem Ort, an dem Internet verfügbar ist – die Möglichkeit zur öffentlichen Relevanz und zur Vernetzung bieten. Zunehmend findet Information über Kanäle der Sozialen Medien statt und informelles Lernen bekommt auch in beruflichen Kontexten Bedeutung. Damit hat sich Lernen grundlegend verändert: in den sozialen Medien findet vernetztes Lernen statt, bei dem alle Beteiligten zugleich Lehrende und Lernende sind. Seit einigen Jahren gibt es auf Twitter Educhats, in denen sich Pädagog*innen über bildungsrelevante Themen regelmäßig austauschen. Diese Twitterchats stehen prototypisch für informelles, lebenslanges Lernen mit Social Media. Der Beitrag diskutiert die daraus resultierenden Herausforderungen für die Medienpädagogik.

Weltweit nutzen mehr als 4 Milliarden Menschen das Internet, eine Viertelmilliarde erstmals im Jahr 2017. Die Nutzerzahlen bei den Sozialen Medien steigen nach wie vor rasant, die bekanntesten Plattformen haben in den letzten zwölf Monaten ihre Userzahlen täglich um eine Million erhöht (vgl. Collazos Garcia 2018). Dass diese Entwicklungen nicht ohne gesellschaftliche, wirtschaftliche und bildungspolitische Veränderungen bleiben, ist offensichtlich.

Social Media und Identitätskonstruktion

Das Internet, insbesondere der Bereich, den man als Web 2.0 bezeichnet, hat unser Leben verändert. Innerhalb weniger Jahre hat sich die Art und Weise grundlegend gewandelt, wie wir arbeiten, kommunizieren und uns informieren. Die Begriffe Mediatisierung und Medialisierung drücken den sozialen Wandel aus, den Medien hervorrufen (vgl. Krotz 2013, S. 17–23). Im Netz werden Themen in der breiten Menge zugänglich gemacht und zu einem medialen Diskurssystem vernetzt. Das Internet ist damit ein Instrument der Demokratisierung von Wissen und Meinungen. Die Medialisierung ist ein epochaler Transformationsprozess, in dessen Zentrum die mediale Konstruktion und Verbreitung von Kommunikationsprozessen und Wirklichkeiten stehen (vgl. Schade 2004, S. 115–116). Im Netz finden sich Anleitungen, wie man seinen Social Media Status erweitern kann und damit seine öffentliche Relevanz vergrößert. Wer in der Öffentlichkeit steht und Soziale Medien nutzt, setzt sich allerdings einem Diskurs aus, in dem alle Beteiligten gleichberechtigt sind und der auch problematische Seiten entwickeln kann. Aufhebung der gesellschaftlichen Hierarchiestrukturen und freier Zugang zur Selbstoffenbarung im World Wide Web sind Charakteristika der Sozialen Medien.

Alle diese Veränderungen haben immer auch einen gesellschaftlich-kulturellen Wandel mit sich gebracht. Nach Postmans Thesen zu Medientechnologie begünstigt jede Technologie eine bestimmte Art und Weise, die Welt zu sehen, zu beurteilen und über sie zu sprechen. Neue Medien kommen nicht einfach nur hinzu, sondern verändern das gesamte System. Technologien können einen mythischen Status bekommen, der dazu geeignet ist, sie als naturgegeben zu sehen und nicht als künstlich geschaffene Artefakte (vgl. Postman 1992, S. 14–19). Stark anwachsend ist auch die wirtschaftliche Bedeutung der Sozialen Medien. Influencing, Produktplatzierung durch Personen mit hohem Social Media-Status, ist inzwischen zum Vollzeitjob und für viele – vor allem junge – Menschen zum Berufswunsch geworden (vgl. Blesin 2018, S. 249).

Bereits vor mehr als fünfzehn Jahren hat Heiner Keupp eine radikale Enttraditionalisierung, den Verlust von unstrittig akzeptierten Lebenskonzepten, von übernehmbaren Identitätsmustern und normativen Koordinaten diagnostiziert (vgl. Keupp 2003). Das Fehlen vorgefertigter Identitätspakete hat zur Folge, dass der Mensch individuelle Identitätsarbeit leisten und sich selbst erfinden muss. Das Streben nach Selbstwirksamkeit und die innere Selbstschöpfung von Lebenssinn sind maßgebliche Faktoren für Relevanz im Leben. Was Soziologen damals – und auch schon vorher – prophezeiten, ist jetzt endgültig bei den Menschen angekommen. Heute ist die Rede von einer Gesellschaft der Singularitäten (vgl. Reckwitz 2017). Zentraler Begriff in diesem Konzept ist Kulturkapitalismus: industrielle Güter verlieren an Bedeutung, kulturelle Güter, die den Anspruch auf Einzigartigkeit erheben, werden wichtiger. Es sind neue Kreativindustrien entstanden, Reckwitz nennt die IT-Branche, Medien, Design, Musik, Games, Sport, Tourismus. Auf zwei Faktoren beruht diese „Hyperkultur“ der Spätmoderne: auf der Wissensökonomie – durch die Bildungsexpansion der Mittelklasse entstand ein Akademikeranteil von etwa einem Drittel der Bevölkerung – und auf der Digitalisierung. In dieser Gesellschaft konkurrieren nicht nur Güter sondern auch Menschen um Aufmerksamkeit und müssen sich ständig einzigartig und attraktiv inszenieren, um gegen das Vergessen (im Internet) anzukämpfen. Facebook, Instagram und Co. sind auch hier die Instrumente dieser Entwicklung.

Während manche den Selbstdarstellungszwang der Generation Selfie als hemmungslose Eitelkeit verurteilen, sehen andere die Not der Generation, die sich selbst als Sehenswürdigkeit auf dem Urlaubsfoto inszenieren muss (vgl. Oer & Cohrs 2016, S. 74). Die Sozialen Medien sind das Haifischbecken, in dem nur die besten und originellsten die angestrebte Wertschätzung in Form von Likes bekommen. Die Einzigartigkeit ist also nicht frei gewählt und der eigenen Eitelkeit geschuldet, sondern Schicksal einer Generation, die neben dem Real Life auch ein Virtual Life hat.

Informelles Lernen: selbstverantwortlich, bedürfnisorientiert und vernetzt

Mobile Endgeräte, insbesondere Smartphones, entwickeln sich zur „Cross-Technology-Plattform“ für alle Lebensbereiche auf der technischen Grundlage des „Always-In-Touch“

(vgl. Heinemann & Gaiser 2016, S. 64). Kerkau bezeichnet Smartphones metaphorisch als „Fernbedienung des Lebens“ (vgl. Kerkau 2012), womit er die Nutzungsintensität und Web-Affinität der „Smart Natives“ zum Ausdruck bringt. Diese Omnipräsenz hat auch Auswirkungen auf den Bildungsbereich, was in Politik und Gesellschaft – bezeichnenderweise auch in den digitalen Medien – kontrovers und teilweise heftig diskutiert wird. Polemik und Extrempositionen sind in dieser Frage allerdings nicht hilfreich. Zugleich bedeutet die digitale Revolution doch auch eine Demokratisierung des Wissens und damit ein Angriff auf das Elitedenken im Bildungsbereich, auch wenn es sich beim Lernen mit digitalen Medien oft um informelles Lernen handelt, das keine formelle Anerkennung nach sich zieht. Gleichwohl bekommt informelles Lernen generell immer stärkere Bedeutung.

Als formales Lernen bezeichnet man zumeist Lernen an öffentlichen Bildungs- und Ausbildungseinrichtungen, die staatlich zertifiziert sind (Friedrich & Westphal, 2009, S. 10) und als informelles Lernen eines, das in anderen Kontexten, am Arbeitsplatz, im Rahmen der Aktivitäten von Organisationen und Gruppierungen der Zivilgesellschaft oder im privaten Rahmen stattfindet. Die Begriffe ‚formal‘, ‚non-formal‘ und ‚informell‘ bringen zum Ausdruck, dass Lernprozesse bewusst oder zufällig, organisiert oder formlos, offiziell anerkannt oder unzertifiziert sein können. Eindeutig definiert sind sie allerdings nicht (vgl. Seidel u. a. 2008, S. 10).

Die Möglichkeiten des non-formalen Lernens wurden in der Bildungspolitik der Nachkriegszeit entdeckt, vor allem aus wirtschaftlichen Gründen: der Wiederaufbau der Industrieländer und die wachsende Zahl unabhängiger Entwicklungsländer machten niederschwellige und breit angelegte Bildungsmöglichkeiten notwendig. Ausgehend vom UNESCO-Bericht über die Erziehung in den Entwicklungsländern („Fundamental Education: Common Ground for all Peoples“, 1947) erschien non-formale Bildung für Wirtschaftswachstum, soziale Gerechtigkeit und Demokratie ein adäquater, flexibler und vor allem kostengünstiger Weg. Rückblickend dürfen die Wirksamkeit und Nachhaltigkeit dieser Form von Jugendarbeit und Erwachsenenbildung bezweifelt werden (vgl. Münchhausen & Seidel 2016, S. 10–11; Rohs 2016, S. 13–14).

Anfang der 1990er-Jahre begann der Aufschwung des informellen Lernens in der Erwachsenenbildung im Kontext der Idee des lebenslangen Lernens. Neben gesellschaftspolitischen und wirtschaftlichen Gründen spielte diesem Boom auch die aufkommende Lerntheorie des Konstruktivismus in die Hände, die den Blick auf das Individuum und sein je individuelles Lernen lenkt (vgl. Gnahs 2016, S. 109). Arnold hat für eine Didaktik, deren Ziel es ist, zu beobachten, wie Lernende ihr Lernen konstruieren, den Begriff der metafaktischen Didaktik geprägt (vgl. Arnold 2003, S. 54). Der metafaktischen Didaktik ist interventionelles Handeln nach curricularen Vorgaben fremd. Sie rückt die Eigendynamik der handelnden Individuen in Lernprozessen ins Zentrum. Im Gegensatz dazu bezeichnet Arnold als kontrafaktisch eine Didaktik, die Ziele, Inhalte, Methoden und Medien arrangiert, um gelingende Lernprozesse zu garantieren.

Mit Beginn des einundzwanzigsten Jahrhunderts wurde informelles Lernen ein wichtiges Thema der europäischen Bildungspolitik. Das Internet gewann als Medium des informellen Lernens eine große Bedeutung und die Frage nach der Anerkennung informeller Lernprozesse wurde breit diskutiert (vgl. Rohs 2016, S. 29). 2001 wurde von der Europäischen Kommission „alles Lernen während des gesamten Lebens, das der Verbesserung von Wissen, Qualifikationen und Kompetenzen dient und im Rahmen einer persönlichen, bürgerschaftlichen, sozialen, bzw. beschäftigungsbezogenen Perspektive erfolgt“ (vgl. Kommission der Europäischen Gemeinschaften 2001, S. 9) als „lebenslanges Lernen“ definiert und als Bedingung für persönliche Entfaltung, Demokratie, soziale Eingliederung und Beschäftigungs- und Anpassungsfähigkeit erkannt. Die Europäische Kommission betonte weiterhin die zentrale Bedeutung der Lernenden und die Chancengleichheit bei Lernprozessen und hob die Bedeutung von Qualität und Relevanz hervor (vgl. Kommission der Europäischen Gemeinschaften 2001, S. 9).

Tatsächlich gewinnen Bildungsformate, die dem Konzept des lebensbegleitenden Lernens zuzuordnen sind, immer größere Bedeutung und auch Universitäten, Hochschulen und Fachhochschulen sind mit dieser Entwicklung konfrontiert und neben den ordentlichen Studien wird der tertiäre Bildungsbereich auch ein Ort für Weiterbildungsprogramme für eine heterogenere Personengruppe, die nicht nur aus traditionellen Studierenden besteht (vgl. Münchhausen & Seidel 2016, S. 9). Die Anerkennung von non-formalen Lernsettings hat neben der Relevanz am Arbeitsmarkt auch Auswirkungen auf Qualitätsstandards und die inhaltliche Konzeption von Bildungsangeboten (vgl. Schlögl & Mayerl 2012, S. 30). Wie diese Bildungsangebote bezüglich ihrer Anerkennung zu bewerten sind, wird kontrovers diskutiert. Die Bedeutung des Kompetenzerwerbs über non-formelle Kanäle wächst allerdings stark durch die enorme Rolle von Informations- und Wissensaneignung über das Internet. Gerade durch die Sozialen Medien findet eine zunehmende Informalisierung der Bildung statt (vgl. Rohs 2016, S. 30). Die Europäische Kommission verfolgt eine Politik der Wertschätzung und Anerkennung non-formalen Lernens mit den Zielen der Steigerung der ökonomischen Wettbewerbsfähigkeit und der Verbesserung des sozialen Zusammenhalts und Engagements (vgl. Friedrich & Westphal 2009, S. 12).

Diese Pädagogik hat ihre Entsprechung auch in gesellschaftlichen Entwicklungen: Individualisierung und Entinstitutionalisierung (vgl. Gnahn 2016, S. 109) sind gesellschaftliche Trends, die selbstverantwortliches, informelles Lernen begünstigen. Die aufkommende und sich rasch entwickelnde Computertechnologie und vor allem das Internet ermöglichen Wissensaneignung zeit- und ortsunabhängig und machen informelles Lernen massentauglich.

In Bezug auf die Eigenverantwortung und Autonomie der Lernprozesse entspricht informelles Lernen der konstruktivistischen Lerntheorie, die Lernen als individuell aus eigenen Erfahrungen und Vorwissen konstruierte Prozesse betrachtet (vgl. Arnold 2003, S. 54). Im Kontext des informellen Lernens mit digitalen Medien werden allerdings Behaviorismus, Kognitivismus und auch der Konstruktivismus nach Siemens den gesellschaftlichen und

technischen Bedingungen unserer Zeit nicht mehr gerecht. Er bezeichnet den „Konnektivismus“ als Lerntheorie des digitalen Zeitalters („Learning Theorie of the Digital Age“) (vgl. Siemens 2005). Lernprozesse erhalten dadurch einen informellen und vernetzten Charakter insofern, als die Menschen einen großen Teil ihres Wissens nicht mehr durch eigene Erfahrungen, sondern durch Informationen und Erfahrungswissen dritter Personen, Organisationen oder Datenbanken erhalten (vgl. Sauter 2018, S. 10).

Netzwerke bekommen in dieser Theorie eine entscheidende und herausragende Rolle. Aßmann sieht im Konnektivismus den ersten Ansatz für technologieunterstütztes Lernen im Informationszeitalter (vgl. Aßmann 2014, S. 178), in dem Wissen eine sehr geringe Halbwertszeit bekommen hat und das Ziel des Lernens nicht in einer möglichst großen Wissensaneignung liegen kann, sondern in einer Ermöglichungsdidaktik, die Lernende dazu befähigt, in komplexen Anforderungssituationen selbstverantwortlich Problemlösungen zu finden (vgl. Sauter 2018, S. 9). Die Kritik am Konnektivismus bezieht sich zumeist darauf, dass er nicht im eigentlichen Sinn eine Lerntheorie, sondern vielmehr eine Sichtweise der Pädagogik ist (vgl. Arnold u. a. 2011, S. 130). Die Bedeutung von Vernetzung für technologieunterstütztes Lernen ist unbestritten.

Im konnektivistischen Sinn bedeutet Lernen, selbstorganisiert Herausforderungen zu bewältigen. Die kreativen, geistigen und physischen Kompetenzen dazu werden vor allem durch vernetztes Lernen erworben. Die didaktische Gestaltung des Lernens erfolgt nicht in einer Belehrungs- sondern in einer Ermöglichungsdidaktik, die diesen Weg der Selbstorganisation im Falle der konkreten Herausforderung öffnet (vgl. Sauter 2018, S. 20).

Der Microblogging-Dienst als Antithese zum Buch

Die Kommunikationsplattform Twitter, die als soziales Netzwerk oder Online-Tagebuch bezeichnet wird, wurde 2006 unter dem Namen „twtr“ gegründet und verband Funktionen, aus Instant Messaging, Blogging, E-Mail und sozialen Netzwerken. Angemeldete NutzerInnen können Nachrichten bestehend aus Text und Bildern, sogenannte Tweets, versenden. Drei Jahre nach dem Release von Twitter wurde die Anzahl von einer Million Tweets erreicht. Ende 2017 wurden eine Million Tweets innerhalb weniger Tage verfasst (vgl. Dembach 2017). Von 2010 bis 2017 hat sich die Anzahl der zumindest monatlich aktiven Twitter-NutzerInnen von 30 auf 330 Millionen mehr als verzehnfacht (vgl. Statista GmbH 2018).

Jährlich wird ein Ranking der 100 (200 seit 2017) besten „Tools for Learning“, eine weltweite Studie von mehr als 2000 Fachleuten aus dem Bereich E-Learning publiziert (vgl. Hart 2017). Sieben Jahre lang lag Twitter dabei an erster Stelle, im Jahr 2017 immerhin noch an dritter im Bereich „Professional Personal Learning“.

Dieser Befund stellt klassische Vorstellungen von Lernen in Frage, insofern als Lernen mit Twitter völlig anderen Prinzipien unterliegt als traditionelles Studieren (vgl. Peböck 2017, S. 218). Von seiner Informationsmenge ist die Kurznachricht per se die Antithese zum

gedruckten Buch. Klassisches Studieren denkt man sich in einer Bibliothek verortet, twittern ist zeit- und ortsunabhängig. Studieren wird meist verstanden als gezieltes, fokussiertes Handeln, Lernen mit Twitter beruht hingegen in hohem Maß auf Zufälligkeit.

Örtliche und zeitliche Unabhängigkeit eines Mediums sind zweifellos ein Vorteil. Eine inhaltliche Limitierung ist allerdings eine Restriktion, die die Qualität von Lernen zunächst zweifelhaft macht. Es stellt sich die Frage, inwiefern die sprachlichen Einschränkungen des Mediums (140 Zeichen bis November 2017, danach 280 Zeichen) überhaupt Vermittlung von Inhalten, Kommunikation und Diskurs zulassen. Andererseits haben literaturcafe.de und bod.com schon mehrmals zum Twitter-Lyrik-Wettbewerb aufgerufen, bei dem Gedichte auf www.twitter-lyrik.de eingereicht werden konnten. Die besten Gedichte wurden auch in Buchform veröffentlicht und die Siegerin des zweiten Wettbewerbs, Simone Kremsberger fasste das Grundprinzip der verdichteten Twittersprache mit dem Satz zusammen: „Je weniger dasteht, desto weniger lenkt ab“ (vgl. Literatur-Café 2010, S. 15).

Interessant für die Bewertung von Twitter als Lernmedium ist auch die Frage, inwiefern Twitter als Diskursmedium geeignet ist. Habermas formuliert vier Diskursregeln, die hier probeweise angewandt werden:

„1. Alle potentiellen Teilnehmer eines Diskurses müssen die gleiche Chance haben, kommunikative Sprechakte zu verwenden, so dass sie jederzeit Diskurse eröffnen sowie durch Rede und Gegenrede, Frage und Antwort perpetuieren können. [...]

2. Alle Diskursteilnehmer müssen die gleiche Chance haben, Deutungen, Behauptungen, Empfehlungen, Erklärungen und Rechtfertigungen aufzustellen und deren Geltungsansprüchen zu problematisieren, zu begründen oder zu widerlegen, so dass keine Vormeinung auf Dauer der Thematisierung und der Kritik entzogen bleibt. [...]

3. Zum Diskurs sind nur Sprecher zugelassen, die als Handelnde gleiche Chancen haben, repräsentative Sprechakte zu verwenden, d. h. ihre Einstellungen, Gefühle und Intentionen zum Ausdruck zu bringen. [...]

4. Zum Diskurs sind nur Sprecher zugelassen, die als Handelnde die gleichen Chancen haben, regulative Sprechakte zu verwenden, d. h. zu befehlen und sich zu widersetzen, zu erlauben und zu verbieten, Versprechen zu geben und abzunehmen, Rechenschaft abzulegen und zu verlangen usf.“ (Habermas 1984, S. 177-178)

Weiler und Gertler haben in einer Studie die Eignung von Twitter als Diskursmedium anhand von konkreten Situationen, in denen über Twitter kommuniziert wurde, untersucht (vgl. Weiler & Gertler 2017). Sie kommen zu dem Ergebnis, dass hinsichtlich der Diskursvoraussetzungen von Habermas Twitter als diskursives Medium tatsächlich sehr gut geeignet ist: Chancengleichheit in allen vier geforderten Bezügen ist bei Twitter gegeben (vgl. Weiler & Gertler 2017, S. 22).

Problematisch sehen Weiler und Gertler allerdings die medienethischen Voraussetzungen, um Twitter als vollwertiges Diskursmedium anzuerkennen: die Anforderung der Wahrheitsnorm für einen Diskurs ist bei Twitter sehr schwer umzusetzen, eine Überprüfung ist bei diesem Medium noch schwieriger als bei Face-to-Face-Kommunikation. Über Twitter können sogar sehr einfach Unwahrheiten verbreitet werden. Zudem erschwert die Zeichenbeschränkung – in der Untersuchung waren es noch 140 Zeichen – eine vollständige (journalistische) Information. Auch die Authentizität und Glaubwürdigkeit der AutorInnen kann bei Twitter leicht manipuliert werden (vgl. Weiler & Gertler 2017, S. 22–23).

Der Schluss, dass Twitter deshalb nicht als Diskursmedium geeignet ist, greift allerdings zu kurz. Dazu muss zunächst der Wahrheitsbegriff in der Kommunikation genauer betrachtet werden. Während im alltäglichen Sprachgebrauch Wahrheit als Widerspiegelung der Wirklichkeit betrachtet wird, muss in der Medienkommunikation der Wahrheitsanspruch im Kontext des Genres gedeutet werden. In der Online-Kommunikation bekommt neben der Wahrheit als Übereinstimmung von Kommunikat und Realität vor allem auch der Begriff der Wahrhaftigkeit, im Sinne einer moralischen Haltung und Intention des Kommunikanten Bedeutung (vgl. Beck 2010, S. 138). Medien wie Twitter sorgen nicht für „Wahrheit“ sondern für Wirklichkeitsangebote, die von Empfängern als solche medienkompetent gedeutet und für die eigene Wirklichkeitskonstruktion verwendet werden können und müssen (vgl. Weiler & Gertler 2017, S. 24).

Wie Lehrer*innen sich mit Twitter fortbilden können

Ausgehend von den USA, wo es mittlerweile mehr als 400 Twitterchats aus dem Bildungsbereich gibt, haben sich im deutschsprachigen Raum in den letzten Jahren eine Handvoll Bildungschats auf Twitter etabliert, bei denen regelmäßig (zumeist wöchentlich) eine Diskussion zu bildungsrelevanten Themen auf Twitter stattfindet: unter dem Hashtag #EdchatDE treffen sich seit 2013 Pädagog*innen immer dienstags von 20:00 bis 21:00 Uhr. Daneben gibt es den BIBchatDE für Bibliothekar*innen, den #relichat für die Religionspädagogik, den #ArtEduTalk, dem es um Kulturvermittlung geht und den #SozialChat zu sozialpolitischen Fragen (vgl. Spang 2017).

Zwar ist Twitter kein Chat-Werkzeug an sich, dennoch wird das Medium von den genannten Chats genutzt. Unter Verwendung eines bestimmten Hashtags wird zu einem Jour fixe ein Diskurs zu einem konkreten Thema geführt – meist demokratisch abgestimmt durch die interessierte Community und aufbereitet mit Fragen zum Thema im 5- bzw. 10-Minutenabstand. Einzige Voraussetzung zur Teilnahme ist ein Twitteraccount, eine Anmeldung ist nicht nötig, alle Beteiligten sind gleichberechtigt, die Intensität der Beteiligung bestimmt jede*r Teilnehmer*in nach den eigenen Bedürfnissen.

Fazit

Im Beitrag wurde gezeigt, dass die Entwicklung der Sozialen Medien die Prozesse der Identitätskonstruktion stark verändert haben. Vielfach wird die öffentliche Relevanz eines Menschen über seinen persönlichen Social Media-Status zum Ausdruck gebracht. Besonders das Medium Twitter bietet aufgrund seiner freien Zugänglichkeit und der großen Breitenwirkung den Rahmen für ein hohes Maß an Selbstwirksamkeit und eine Vernetzung unter Menschen, die an ähnlichen Fragen interessiert sind. Twitter entwickelt sich immer stärker als Medium des öffentlichen Diskurses, auch wenn die Beurteilung des Wahrheitswertes der Informationen eine medienethische Herausforderung darstellt. Die Vernetzung von Menschen im beruflichen Kontext ist als mögliche Form der „Fortbildung“ ein hervorragendes Beispiel für informelles, lebenslanges, vernetztes Lernen mit Sozialen Medien. Die Beständigkeit der Formate zeigt deren Bedeutung und Relevanz für die Beteiligten.

Literatur

- Arnold, Patricia; Kilian, Lars; Thillosen, Anne; u. a. (2011): *Handbuch E-Learning: Lehren und Lernen mit digitalen Medien*. Bielefeld: Bertelsmann.
- Arnold, Rolf (2003): Konstruktivismus und Erwachsenenbildung. In: *REPORT Literatur- und Forschungsreport Weiterbildung, 3/2003: Gehirn und Leben*, S. 51–61.
- Aßmann, Sandra (2014): *Medienhandeln zwischen formalen und informellen Kontexten: Doing Connectivity*. Wiesbaden: Springer VS.
- Beck, Klaus (2010): Ethik der Online-Kommunikation. In: Schweiger, Wolfgang; Beck, Klaus (Hrsg.) *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 130–155.
- Blesin, Julia-Maria (2018): Das Geschäftsmodell Influencer: Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit Bloggern, Instagrammern und Co. In: Schach, Annika; Lommatzsch, Timo (Hrsg.): *Influencer Relations: Marketing und PR mit digitalen Meinungsführern*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 237–250.
- Collazos Garcia, Roberto (2018): Digital in 2018: Die Anzahl der Internetnutzer weltweit knackt die 4 Milliarden Marke. Abgerufen unter: <https://wearesocial.com/de/blog/2018/01/global-digital-report-2018> [Stand vom 08-06-2018].
- Dembach, Christoph (2017): Anleitung: Twitter für Einsteiger – Tipps und Tricks für den Microblogging-Dienst. Abgerufen unter: <http://www.mr-gadget.de/howto/2015-11-08/twitter-fuer-einsteiger-tipps-und-tricks-fuer-den-microblogging-dienst-1> [Stand vom 08-06-2018].
- Friedrich, Margret; Westphal, Elisabeth (2009): Non-formales und informelles Lernen als Herausforderung für die Universitäten. In: Friedrich, Margret; Westphal, Elisabeth

- (Hrsg.) *Anerkennung von non-formalem und informellem Lernen an Universitäten*. Graz: Grazer Universitätsverlag, S. 9–28.
- Gnahn, Dieter (2016): Informelles Lernen in der Erwachsenenbildung/Weiterbildung. In: Rohs, Matthias (Hrsg.): *Handbuch informelles Lernen*. Wiesbaden: Springer VS, S. 107–122.
- Habermas, Jürgen (1984): *Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hart, Jane (2017): Top 200 Tools for Learning 2017. Abgerufen unter: <http://c4lpt.co.uk/top100tools/> [Stand vom 08-06-2018].
- Heinemann, Gerrit; Gaiser, Christian W. (2016): *SoLoMo – Always-on im Handel: Die soziale, lokale und mobile Zukunft des Omnichannel-Shopping*. Wiesbaden: Springer VS.
- Kerkau, Florian (2012): *Smartphone - Fernbedienung unseres Lebens*. Düsseldorf 2012.
- Keupp, Heiner (2003): Identitätskonstruktion. Magdeburg 22.9.2003.
- Kommission der Europäischen Gemeinschaften (2001): Einen europäischen Raum des lebenslangen Lernens schaffen. Abgerufen unter: https://www.bibb.de/dokumente/pdf/foko6_neues-aus-europa_04_raum-III.pdf.
- Krotz, Friedrich (2013): *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns: der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Literatur-Café, Das (2010): *Twitter-Lyrik 2: Mehr Gedichte mit (maximal) 140 Zeichen. Beiträge aus dem Twitter-Lyrik-Wettbewerb von literaturcafe.de und BoD*. Nordstedt: BoD – Books on Demand.
- Münchhausen, Gesa; Seidel, Sabine (2016): Anerkennung informell erworbener Kompetenzen. In: Rohs, Matthias (Hrsg.): *Handbuch informelles Lernen*. Wiesbaden: Springer-Verlag, S. 587–608.
- Oer, Eva; Cohrs, Christian (2016): *Generation Selfie*. München: riva.
- Peböck, Karl (2017): Media Literacy als Kulturtechnik. Herausforderungen mobiler Lernwelten. In: Thissen, Frank (Hrsg.) *Lernen in virtuellen Räumen. Perspektiven des mobilen Lernens*. Berlin: De Gruyter, S. 211–224.
- Postman, Neil (1992): Sieben Thesen zur Medientechnologie. In: Fröhlich, Werner D.; Zitzlsperger, Rolf; Franzmann, Bodo (Hrsg.): *Die verstellte Welt. Beiträge zur Medienökologie*. Weinheim (u.a.): Beltz, S. 9–22.
- Reckwitz, Andreas (2017): *Die Gesellschaft der Singularitäten: zum Strukturwandel der Moderne*. Berlin: Suhrkamp.
- Rohs, Matthias (2016): Genese informellen Lernens. In: Rohs, Matthias (Hrsg.) *Handbuch informelles Lernen*. Wiesbaden: Springer-Verlag, S. 3–38.

- Sauter, Werner (2018): Die Zukunft des Lernens: Selbstorganisierter Kompetenzerwerb durch organisiertes Lernen. Abgerufen unter: http://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/LL_Sauter2018_ZukunftDesLernens.pdf [Stand vom 08-06-2018].
- Schade, Edzard (2004): Indikatoren für die Medialisierungsforschung: Konzepte von Wirklichkeitskonstruktion als Bausteine der Gesellschaft. In: Imhof, Kurt (Hrsg.): *Mediengesellschaft: Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken*. 1. Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften (Mediensymposium Luzern), S. 114–138.
- Schlögl, Peter; Mayerl, Martin (2012): *Neue Wege beruflicher Bildung zur Sicherung lebensbegleitender Beschäftigungsfähigkeit: ein österreichisches Berufsbildungsdelphi*. Wien: LIT (Austria: Forschung und Wissenschaft Erziehungswissenschaft).
- Seidel, Sabine; Bretschneider, Markus; Kimmig, Thomas; u. a. (2008): Stand der Anerkennung non-formalen und informellen Lernens in Deutschland. Im Rahmen der OECD Aktivität „Recognition of non-formal and informal Learning“. Abgerufen unter: <https://www.oecd.org/germany/41679629.pdf> [Stand vom 08-06-2018].
- Siemens, George (2005): *Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age*. Abgerufen unter: 12.03.2018 von http://www.itdl.org/journal/jan_05/article01.htm.
- Spang, Andre (2017): Twitterchats in Deutschland: #EDchatDE #BibChatDE #SozialChat #Relichat #ArtEduTalk. Abgerufen unter: <https://andrespang.de/2017/07/30/twitterchats-in-deutschland-edchatde-bibchatde-sozialchat-relichat-artedutalk/> [Stand vom 08-06-2018].
- Statista GmbH (2018): Twitter MAU worldwide 2017 | Statistic. Abgerufen unter: <https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/> [Stand vom 08-06-2018].
- Weiler, Matthias; Gertler, Martin (2017): *Twitter und der öffentliche Diskurs: Medienethische Fragen zur Funktion des Microblogging-Dienstes*. BookRix GmbH & Co. KG.