

Schule und Web 2.0 – Wie Social Media die schulische Kommunikation durcheinanderwirbelt

JÖRAN MUUß-MERHOLZ

Jede Schule ist im Gespräch. Nicht nur bei den Eltern im Stadtteil, sondern auch auf Facebook, YouTube oder Twitter, in Bewertungsportalen und Blogs. Schon längst können Schulen nicht mehr entscheiden, ob sie im Web 2.0 stattfinden, sondern nur noch, ob die Konversation dort mit ihnen oder ohne sie stattfindet. Der Artikel erläutert die grundlegenden Eigenschaften von Social Media und Web 2.0 und thematisiert den Kontrollverlust, den die neuen Medien für die schulische Kommunikation mit sich bringen können. Es werden die Herausforderungen für die Öffentlichkeitsarbeit von Schulen benannt und konkrete Handlungsvorschläge aufgeführt. Social Media muss keine Bedrohung sein, sondern kann im Zusammenhang mit Medienkompetenz und Schulentwicklung zum Motor der Schulentwicklung werden.

Inhaltsverzeichnis

- 1 Sechs (fiktive) Praxis-Beispiele anstelle einer Einleitung
- 2 Social Media – die Medienrevolution, von der Brecht träumte
- 3 Traditionelle Grenzen erodieren
- 4 Der Kontrollverlust der Institutionen
- 5 Social Media als Herausforderung für die Schulentwicklung
- 6 Elf Handlungsvorschläge
- 7 Gestaltende statt Getriebene
- 8 PS: ein Ausblick auf James Bond für alle

1 Sechs (fiktive) Praxis-Beispiele anstelle einer Einleitung

Hamburg. Die Klasse 6 b der Loki-Schmidt-Stadtteilschule arbeitet eine Woche lang zum Thema „Mobbing“. Ein Sozialarbeiter kommt in die Klasse, die Schüler sammeln Material, machen eine Umfrage, zeichnen Bilder und erarbeiten gemeinsam sieben Regeln für „gemeinsam ist besser als gegeneinander“. Alle Ergebnisse werden in einem öffentlichen Projektblog gesammelt. Unter anderem steht da auch ein persönlicher Beitrag einer Schülerin: „Wie ich mich mal gemobbt gefühlt habe.“ Der Blog bietet die Möglichkeit, dass jeder Beitrag kommentiert wird. Zum Beispiel findet sich dort ein Eintrag von einem Nutzer namens „Deine Mudda“: „Ey voll Schwul alles! Auffe Fresse!!!!“

Leipzig. Fabian Berg ist Lehrer an der Gesamtschule Nord. Seine Kollegen nennen ihn einen

„Computerfreak“, weil er immer mit iPad und iPhone durch die Schule läuft, ständig „E-Mails statt Papier“ fordert und die Termine für Elterngespräche nur über eine Website vereinbart. Was die meisten Kollegen nicht wissen: Fabian Berg betreibt auch einen Blog namens „e-Revolution“, in dem er sich über die neuen Möglichkeiten des Internets für die Schule, aber auch über die „Trägheit seiner analogen Kollegen“ auslässt, von denen einige „am liebsten Tapete über die neuen Whiteboards hängen würden, damit sie mit einem Stift drauf schreiben können.“ Eines Tages bestellt die Schulleiterin Lehrer Berg in ihr Büro. Sie hat sein Blog gefunden und fordert ihn auf, diesen zu löschen und in Zukunft nichts mehr über die Schule zu veröffentlichen.

München. Die Schüler der Klasse 10b am Julius-Seibert-Gymnasium sind alle auf Facebook. Klassensprecherin Aylin hat eine Facebook-Gruppe namens „dickes B“ gegründet und alle Schüler hinzugefügt. Es handelt sich um eine geschlossene Gruppe, so dass nur deren Mitglieder, ausschließlich Schüler der Klasse, hier lesen und schreiben können. Anfangs wurde die Gruppe nur für Nachrichten der Klassensprecherin gebraucht. Da das gut funktioniert hat, bittet Klassenlehrer Brehme Aylin inzwischen häufig, dort organisatorische Meldungen zu verbreiten, z. B. „Morgen fällt Schwimmen aus, bitte Sportsachen mitbringen.“ Inzwischen dient die Gruppe auch zum Austausch zu aktuellen Hausaufgaben oder vor anstehenden Klassenarbeiten. Gerüchteweise sollen hier auch Cartoons über die Kunstlehrerin kursieren.

Freiburg. Schulleiter Hans Hansen hat den Anspruch, möglichst „up to date“ zu sein. Er will die Medien kennen, die seine Schüler täglich nutzen. Also hat er sich vor einem Jahr einen Twitter-

Account angelegt. Seitdem veröffentlicht er hier regelmäßig kurze Meldungen zu seiner Einschätzung der aktuellen fußballerischen Leistung seines Lieblingsvereins SC Freiburg. Auch seine Radtouren am Wochenende sind hier oft Thema, gelegentlich auch allgemeine Erfahrungen aus seinem Beruf als Schulleiter. In sein Profil hat Hansen geschrieben: „Es handelt sich hier um meine privaten Meinungen und nicht um Äußerungen in meiner Funktion als Schulleiter.“

Lübeck. Die Elternvertreter der Grundschule St. Marien betreiben einen Podcast (Internet-Radiosendung). Ungefähr alle sechs Wochen zeichnen zwei von ihnen ein Gespräch über die neuesten Nachrichten für Eltern auf und veröffentlichen das Ergebnis auf der privat initiierten Website www.marien-eltern-hl.de. Der Podcast richtet sich zwar nur an Eltern der Schule, ist aber öffentlich im Web abrufbar und auch via iTunes zu abonnieren. Auf der Website können Eltern über eine Kommentarfunktion Fragen an die Elternvertreter stellen, die diese dann im folgenden Podcast behandeln.

Aachen. Die Steuergruppe der König-Willibald-Förderschule hat nach einer Grundsatzdebatte anlässlich von Missbrauchsvorwürfen vor zwei Jahren beschlossen, dass Transparenz höchste Priorität für ihre Arbeit haben soll. Seitdem betreibt sie ein öffentliches Wiki, in dem alle Tagesordnungen, Vorlagen und Protokolle eingestellt werden. Nur personenbezogene Daten werden geschwärzt. Die Lokalzeitung berichtet kürzlich unter der Überschrift „Die Chaos-Schule“, dass es in der Schulentwicklung ständige Verzögerungen und Verschiebungen zu wichtigen Punkten, endlose Diskussionen um banale Fragen und mehr Aufwand für die Computertechnik als für vernünftige Pädagogik gäbe. Als Belege wurden Auszüge aus dem Wiki der Steuergruppe zitiert.

2 Social Media – die Medienrevolution, von der Brecht träumte

Die Begriffe „Social Media“ und „Web 2.0“ (in diesem Artikel synonym gebraucht) sind nicht präzise definiert. Sie beschreiben nicht einen technischen Standard oder eine Fortsetzung wie in „Windows 7“ oder „Harry Potter 7“. Auch sollte das „Social“ in „Social Media“ nicht als wertende Bedeutung missverstanden werden. Die eingedeutschte Variante „soziale Medien“ produziert mehr Missverständnisse als Klarheiten. Aber worum geht es dann?

„Social Media“ und „Web 2.0“ beschreiben die grundsätzliche Gegenüberstellung zu einem (nie so genannten) „Web 1.0“, bei dem noch klar war: Auf der einen Seite gibt es einige Produzenten, die Inhalte in die Welt senden, und auf der anderen Seite sitzen die empfangenden Konsumentenmassen. Besonders deutlich wird diese Abgrenzung, wenn man Social Media auch traditionellen Medien gegenüberstellt. Eine Website im Web 1.0 (wie die meisten Homepages von Schulen) ist den traditionellen Medien wie z. B. Zeitung oder Fernsehen näher als dem Web 2.0.

Tipp

- Die grundlegenden Unterschiede zwischen Web 1.0 und Web 2.0 finden Sie als Arbeitshilfe 54 16 01 am Ende des Beitrags.

Wer sich auf Facebook, YouTube, Twitter, Flickr, SchuelerVZ, Blogspot oder Geocaching.com umschaut, wird keine Inhalte finden, die Redakteure in einer Zentrale erstellt haben, sondern millionenfach Inhalte von den Nutzern selber. Diese Websites sind Plattformen, die von ihrer community mit Leben gefüllt werden. Dabei geht es nicht nur um das Veröffentlichende von Inhalten, sondern immer auch um Austausch. Alle Plattformen leben von der Kommunikation der Nutzer untereinander. Konversation, Teilen und Vernetzung heißen die Schlüsselbegriffe der Web-2.0-Welt.

Das Internet hat mit dem Web 2.0 das Versprechen einer medialen Revolution eingelöst, dessen Grundidee übrigens schon vom Erfinder des World Wide Web, Tim Berners-Lee, so angedacht war. Er sah das WWW immer als ein „Read-/Write-Web“, in dem man nicht nur lesen, sondern auch veröffentlichen kann. In einer Weise, wie wir es vorher nicht kannten, verbindet das Web 2.0 Eigenschaften von Massenmedien und Individualkommunikation und schiebt eine Ebene dazwischen ein: Die Kommunikation nicht von einem Sender an viele Empfänger oder von einem Sender an einen Empfänger, sondern von vielen Sendern an viele Empfänger.

Diese mediale Revolution konnte Bertolt Brecht vor 80 Jahren nur als Utopie formulieren, als er in seiner Radiotheorie schrieb: *„Ein Vorschlag zur Umfunktionalisierung des Rundfunks: Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen*

Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn auch in Beziehung zu setzen.“¹

3 Traditionelle Grenzen erodieren

Wie jede Revolution, die den Namen verdient, ergänzt der beschriebene Umbruch nicht das Bestehende, sondern verändert seine Grundlagen. Deutlich wird das zum Beispiel am Aufbrechen, Verschwimmen und teilweise Verschwinden von Grenzen zwischen traditionell getrennten Bereichen.

Öffentlich versus Privat

Im 20. Jahrhundert konnte noch klar unterschieden werden, was öffentlich und was privat passierte. Auch heute gibt es diese Unterscheidung noch. Doch der große Zwischenraum des Halb-Öffentlichen ist rasant geschrumpft. Die Reichweite einer Äußerung am Stammtisch war eher überschaubar. Die gleiche Äußerung im digitalen Raum kann jedoch ungeahnte Kreise ziehen, weil sie nicht immer bloß einen Klick von der (potenziellen) Weltöffentlichkeit entfernt ist, sondern auch noch für Jahre konserviert bleibt. Schaut man sich die Schulklasse auf Facebook an, die in den einleitenden Beispielen vorgestellt wurde, so wird man „private“ Fotos vom Schulhofleben sicherlich nicht nur in der geschlossenen Gruppe, sondern teilweise auch in öffentlichen Beiträgen finden, möglicherweise versehen mit eindeutiger Identifizierung der abgebildeten Personen und mehr oder weniger qualifizierten Kommentaren. Diese Inhalte sind verfügbar für die nächsten Jahre für einige Hundert Millionen Facebook-Nutzer, zum Beispiel für die Eltern neuer Schüler oder den (inzwischen als Beispiel ausgiebig strapazierten) potenziellen Arbeitgeber.

Arbeit versus Freizeit/Privatheit

Es gibt sie noch, die Berufe, die dann enden, wenn der Arbeitende die Arbeitsstelle verlässt und vom Arbeitnehmer zum Privatmenschen wird. Doch die Grenzen weichen auf, schon länger als das Web 2.0 existiert, katalysiert vor allem durch Mobil-

telefon und E-Mail. Für Arbeiten, deren Rohstoff Informationen sind, ist es prinzipiell egal, wo und wann sie erledigt werden. Wenn nun noch die Träger der Informationen immer seltener aus Atomen und immer häufiger aus Bits bestehen, so stehen die Arbeitsinhalte nur einen Klick neben denen der Freizeit. „Eben noch schnell die E-Mails bearbeiten“ ist inzwischen zum Killer für so manch gemeinsames Abendessen geworden. Der twitternde Schulleiter und der bloggende Lehrer aus den einleitenden Beispielen erleben das jeden Tag. Die Konversation über Fußball, Wetter, Katzenfotos, Unterricht und Schülerzitate findet auf denselben Kanälen, mit denselben Werkzeugen und teilweise mit denselben Personen statt. Dort die Grenzen zwischen Profession und Amateurtum zu ziehen, fällt nicht immer leicht. Manch einer „spaltet“ seine Person auf und betreibt zwei Twitter-Accounts, den beruflichen und den privaten. Aber das fällt nicht leicht, geht es doch beim Bloggen häufig gerade um die subjektive Wahrnehmung des eigenen Alltags.

Innen und Außen

Schulen gehören zu den Institutionen mit relativ festen Grenzen. Es gibt ein klares „drinnen“, was sich häufig auch durch Abgrenzung vom „draußen“, dem „echten Leben“ ausdrückt. Diese Grenzen werden traditionell nur selten überschritten. Selbstverständlich erzählen Schüler und Lehrer auch außerhalb der Schule gerne und viel aus dem Inneren, aber in der Regel nur auf informeller Ebene und mit begrenzter Reichweite. Im Normalfall wird die Kommunikation stark begrenzt, Ergebnisse und Nachrichten aus dem Schulleben nur sorgsam ausgewählt nach draußen gegeben. Umgekehrt wird „das echte Leben“ draußen für die Schüler drinnen mit viel Sorgfalt didaktisch aufbereitet und gefiltert.

Das (spätestens 2012/2013) allgegenwärtige Internet schlägt ein Loch in diese Mauer zwischen Lehrer-/Klassenzimmer und Außenwelt. Der Medientheoretiker Torsten Meyer nennt das „a hole in the wall“: In einem ehemals klar umgrenzten Raum werden die Mauern durchlässig und es dringt die Welt von außen ein, wenn zum Beispiel ein Schüler die Informationen im Schulbuch mit seinem Handy überprüft und anzweifelt. Umgekehrt gelangen nicht nur die berühmtesten Handy-Videos von schreienden Lehrern auf YouTube, sondern auch Unterrichts- und Projektergebnisse über Blogs, Podcasts oder Videos in die Öffentlichkeit. Der geschützte Raum der Schule wird verlassen und die Arbeit von Schülern, aber auch Lehrern oder Schul-

¹ Brecht, Bertolt (1927–1932): *Der Rundfunk als Kommunikationsapparat*. In: *Gesammelte Werke in 20 Bänden*. Bd. 18. Frankfurt am Main: Suhrkamp (S. 127–134).

leitungen, der öffentlichen Kritik ausgesetzt. Das kann die Form von Beschimpfungen und Verunglimpfungen annehmen – siehe die bloggende Schulklasse aus dem ersten Beispiel. Aber auch der konstruktive Austausch mit Gleichgesinnten und Interessierten kann so erweitert werden, wie positive Beispiele von transparenten Steuergruppen bis zu podcastenden Eltern zeigen.

„Echtes Leben“ versus „virtuelle Welten“

Eine andere Grenze betrifft die Unterscheidung zwischen „Realität“ und „Virtualität“ – die häufig von denjenigen gesetzt wird, die sich selber in der Realität wähnen und Computerspiele, Internetfreundschaften und Chaträume als „nicht real“ definieren. Diese Unterscheidung fällt zunehmend schwerer. Die Wechselwirkung zwischen Onlinewelt und Offlinewelt wird zum Normalfall. So kommunizieren Jugendliche online meist mit denselben Personen, die sie auch in der Offlinewelt treffen. Umgekehrt folgen vielen Bekanntschaften aus dem Netz „reale“ Treffen – ob nach dem Onlineflirt oder beim jährlichen Kongress des Chaos Computer Clubs.

Am Beispiel der bloggenden Schulklasse, aber auch generell am Phänomen des Cyber-Mobbing/Cyber-Bullying wird deutlich, dass die Grenzen zwischen online und offline immer weiter verwischen. Wird jemand im Internet von anderen diffamiert, so hat das ganz reale Folgen auf das Opfer. Auf der glanzvollen Seite der Medaille lassen sich zum Beispiel die politischen Umbrüche des Arabischen Frühlings verzeichnen. Die Online-Aktivitäten hatten hier mehr als nennenswerte Auswirkungen auf die „reale Welt“ auf den Straßen und Plätzen.

4 Der Kontrollverlust der Institutionen

Schauen wir uns den digitalen Umbruch noch einmal genauer an, mit geschärftem Blick für die Kommunikation in und über die Institution. Schulen gehörten bisher zu den Institutionen, die besonders viel Kontrolle über die sie betreffende Kommunikation hatten. Ein Wandel hat hier bereits mit Beginn des neuen Jahrtausends durch die empirische Wende, allen voran PISA, beschleunigt: In der Öffentlichkeit erwachte ein Interesse für das, was im Inneren der Schulen passiert. Schulleiter mussten infolgedessen nicht mehr nur nach innen und oben, sondern auch nach außen kommunizieren. Die Öffentlichkeitsarbeit von Schulen begann sich zu pro-

fessionalisieren, auch online. Websites wurden eingerichtet, Medienkontakte und andere Partnerschaften aufgebaut, Routinen und Strukturen etabliert. Zentrales Merkmal dieser neuen Formen der Kommunikation war die „Eins-Punkt-Nulligkeit“: Die Schule sendete an die Außenwelt, möglichst professionell, kontrolliert durch dafür vorgesehene Instanzen und Personen.

Die Kontrolle ist zentrales Merkmal der Öffentlichkeitsarbeit 1.0. Damit ist nicht zwingend gemeint, Informationen geschönt oder manipulativ zu verbreiten. Aber immerhin war es ein Stück weit überschaubar, wer wann wo was kommunizierte.

Selbstverständlich spielten auch schon in der prä-digitalen Zeit informelle und unkontrollierbare Informationen über die Schule eine bedeutende Rolle in der Kommunikation. Neben der offiziellen/formellen Kommunikation gab es immer schon die private/informelle Kommunikation mit großem Wirkungskreis. Man denke nur daran, wie das Bild der Schule in der Elternschaft eines Stadtteils entsteht. Der mit Social Media einsetzende Kontrollverlust ist insofern nicht ganz neu, potenziert sich aber mit enormer Geschwindigkeit und unüberschaubaren Folgen.

Tipp

- Zur Veranschaulichung kann die Arbeitshilfe 54 16 01 dienen, konkretisiert für die Kommunikation einer Schule vor dem Hintergrund eines allgegenwärtigen Web 2.0. Eine Übersicht zu den Unterschieden zwischen traditioneller Kommunikation und Kommunikation 2.0 finden Sie als Arbeitshilfe 54 16 02 am Ende dieses Beitrags.

Wir haben es nicht nur mit einer rasanten Zunahme von Kommunikation zu tun, sondern auch mit einer Vermischung verschiedener Ebenen. Informelle Kommunikation kann viel weitere Kreise ziehen als vorab, möglicherweise kann sie die formelle Kommunikation auch übertönen oder gar mit dieser verwechselt werden. Man denke an die Beispiele vom Anfang des Textes: Der twitternde Schulleiter mag für sich beanspruchen, nur privat auf Twitter aktiv zu sein. Aber ob der Vater, der ihn gegoogelt hat, das auch so strikt unterscheidet? Die Steuergruppe mag rot und fett über ihr Wiki schreiben, dass hier Zwischenstände und Prozesse nachzulesen sind, deren Umsetzung mitunter später ganz anders

aussehen wird. Aber ob der Journalist der Lokalzeitung da so genau differenziert? Jedem Projektblog von Schülern darf man unterstellen, dass der Inhalt wichtiger ist als die Form. Aber möglicherweise fällt dem Personalchef des größten Arbeitgebers des Ortes nur auf, dass die Schülertexte besonders viele Rechtschreibfehler aufweisen? Die Klassenfahrt mag voller kultureller Höhepunkte und pädagogisch wertvollen Programmpunkten gewesen sein. Aber wenn die besorgte Mutter auf Facebook nur Fotos findet, auf denen Alkohol und Nikotin eine prominente Rolle einnehmen?

Die Schule verliert als Institution das Quasi-Monopol auf die Kommunikation zwischen Außenwelt und Schule.

5 Social Media als Herausforderung für die Schulentwicklung

Nun mag anhand der angeführten Beispiele Social Media wie eine düstere Bedrohung wirken. Das stimmt auch, vorausgesetzt man betrachtet Öffentlichkeitsarbeit nur als Methode zur Verlautbarung guter Nachrichten und Präsentation der eigenen „Schokoladenseite“. Denkt man aber PR darüber hinaus als Dialog der Schule mit ihrer Umwelt, als Chance für Transparenz und Glaubwürdigkeit, als Möglichkeit zum langfristigen Aufbau von Bekanntheit, Image und Reputation, dann können Social Media und die Öffentlichkeitsarbeit von Schulen „gute Freunde“ werden.

Social Media hat, wie oben dargestellt, die grundlegenden Eigenschaften, alle Bereiche zu durchdringen und vormals getrennte in Verbindung zu bringen. Vor diesem Hintergrund kann Social Media in der Schule nicht isoliert als Aufgabe in dem Sinne angegangen werden, dass es einen „Social-Media-Beauftragten“ gibt, der für das Thema zuständig ist, während alles andere weitergemacht wird wie bisher.

Dabei geht es nicht nur um die Öffentlichkeitsarbeit im engeren Sinne. Der digitale Umbruch ist nicht nur ein „Add-On“, ein Zusatz zum Bestehenden, sondern verändert die Grundlagen des Bestehenden. Auch andere Bereiche wie Unterrichtsformen, Lerninhalte, die Kommunikation innerhalb der Schule oder die Lebenswelten der Schüler ändern sich im digitalen Umbruch. Für die Öffentlichkeitsarbeit kann und muss dieser umfassende Umbruch als Chance betrachtet werden, nicht isoliert,

sondern integrativ mit anderen Aufgaben der Schulentwicklung gedacht und weiterentwickelt.

Vor welchen Aufgaben steht eine solche Öffentlichkeitsarbeit im weiten Kontext der medienbezogenen Schulentwicklung? Im Folgenden sind allgemeine Zieldefinitionen vorgeschlagen:

Wahrnehmung und Bewusstsein: Die Beteiligten begreifen den digitalen Umbruch in seinen Eigenschaften und möglichen Folgen.

Medienkompetenz: Schule, Schüler und Lehrer begreifen und benutzen die modernen Medien.

Mündigkeit und Partizipation: Medienkompetenz wird nicht nur als Fähigkeit zur Bedienung von Programmen wahrgenommen, sondern auch als Grundlage, um mediale Öffentlichkeit und darüber Gesellschaft mitzugestalten.

Lernkultur: Schüler und Lehrer arbeiten darin gemeinsam, wobei häufig die klassischen Rollen (der kenntnisreiche Lehrer und die unwissenden Schüler) aufgebrochen werden.

Gemeinsame Vereinbarungen: Es werden in einem gemeinsamen Prozess Grundsätze und Regeln entwickelt, wie man (auch) im digitalen Raum miteinander umgeht.

Grundlagenforschung: Die Schule ergründet die tatsächlichen Ursachen von Problemen, die durch digitale Medien sichtbar oder verschärft werden, z. B. die „Wikipedia-Copy-and-Paste-Mentalität“.

Orientierung: In der Schule wird das Sortieren und Moderieren von Informationen und Kommunikation als Aufgabe etabliert.

Geschützte Räume: Die Schule etabliert geschlossene Räume, in denen Schüler und Lehrer sich erproben können, ohne größere Öffentlichkeit fürchten zu müssen. Die Schule macht Angebote zur Entschleunigung und Konzentration.

Vielfalt: Die Unterschiedlichkeit, die hinsichtlich von Werten, Meinungen und Erfahrungen in Schulen vertreten ist, wird als solche akzeptiert und dargestellt.

Transparenz und Offenheit: Die Schule informiert ihre Umwelt nicht nur über „Leuchtturmprojekte“, sondern bietet auch Einblicke in die alltägliche Arbeit.

Dialog: Die Schule sucht aktiv den Austausch mit Partnern und Interessenten außerhalb der Schule.

Schutz und Selbstbestimmung: Schule muss Aufklärungsarbeit leisten, vor Risiken warnen und schützen, Orientierung bieten und Selbstbestimmung im digitalen Raum ermöglichen.

Lernen: Digitale Werkzeuge und digitale Welten werden als Methoden, Inhalte und Orte des Lernens anerkannt und genutzt.

Institution und Personen: Die Institution Schule ist sich bewusst, dass sie im Web 2.0 nicht „neutral“ als Institution, sondern auch durch ihre Mitglieder als Menschen vertreten wird.

Prozesshaftigkeit: Die Schule erkennt die Nicht-Abgeschlossenheit des digitalen Umbruchs an.

Debatte: Der digitale Umbruch selber wird reflektiert. Die Auswirkungen und die Gestaltbarkeit der anstehenden Transformation wird mit allen Beteiligten diskutiert und nicht nur „erlitten“.

Beteiligung: Kommunikation betrifft alle, die an Schule beteiligt sind. Insofern betrifft auch digitale Kommunikation alle.

Katalysator: Gerade weil der digitale Umbruch so viele verschiedene Bereiche betrifft, kann der bewusste Umgang mit ihm Motor und Katalysator der Schulentwicklung sein.

6 Elf Handlungsvorschläge

Der digitale Umbruch ist umfassend. Es gibt keinen Angelpunkt, an dem ein großer Hebel ansetzen könnte, kein Zentrum, von dem aus alle anderen Punkte beeinflussbar wären. Positiv gewendet: Es gibt viele Punkte und Gelegenheiten, an denen Schulen beginnen können. Beispielhaft sind im Folgenden elf mögliche Ausgangspunkte genannt:

Bewusstsein: Laden Sie Experten zu Informationsveranstaltungen ein oder veranstalten Sie gemeinsame Werkstätten mit Lehrern, Eltern und Schülern. „Was genau ist eigentlich Facebook?“, ist eine Ausgangsfrage, mit der man so manche Lehrer und Eltern interessieren kann. (Es braucht dafür übrigens nicht immer einen externen Trainer. In Ihrer Schulgemeinschaft schlummert jede Menge Expertise. Vielleicht nicht immer dort, wo man sie zuerst vermuten würde.)

Verzahnung: Bringen Sie alle an einen Tisch, die in der Schule an einschlägigen „Baustellen“ arbeiten. Insbesondere die Personen hinter den Aktivitäten von Öffentlichkeitsarbeit, Medienkompetenzangeboten und Schulentwicklung sollten einander bekannt sein und prüfen, wo sie wie zusammenarbeiten können. (Nebenbei: Auch im Hinblick auf die begrenzten Ressourcen ist das ein sinnvolles Vorgehen.)

Monitoring: „Hören“ Sie einmal zu, was im digitalen Raum von wem über Sie gesagt wird. Recherchieren Sie, welches die zentralen Orte sind, an de-

nen Konversation über Ihre Schule stattfindet. Nachdem Sie einen ersten Überblick haben, können Sie ein Social-Media-Monitoring etablieren. (Im minimalen Fall ist das ein Google Alert, der Sie per E-Mail darüber informiert, wenn zum Beispiel Ihr Name oder der Name Ihrer Schule von Google neu im Netz entdeckt wird.)

Experiment: Erste Versuche müssen nicht der ganz große Wurf sein. Social Media versteht man, in dem man sich dort bewegt. (Benennen Sie ein Experiment auch ruhig als solches: „Die Schule versucht sich für ein Jahr im Twittern. Im Februar 2013 werten wir diesen Versuch aus, wobei uns folgende Kriterien wichtig sind . . . Auf Basis dieser Erfahrungen werden wir über eine Fortsetzung entscheiden.“.)

Abgucken: Eine Schule funktioniert anders als z. B. ein Wirtschaftsunternehmen. Sie und Ihre Schule sind einzigartig. Dennoch: Ihre Probleme hatten schon andere vor Ihnen. Schauen Sie mal, wie in anderen Sphären damit umgegangen wird und was Sie sich davon abgucken können. (Die Kommentarfunktion Ihres Blogs wird mit Spam geflutet? Sie suchen eine Etikette für den Online-Umgang miteinander? Sie können Vorarbeiten finden – im Internet.)

Blog: Ein Weblog ist ein gutes Lernfeld. Typische Eigenschaften des Web 2.0 finden sich darin wieder. Insofern eignet er sich gut zum Einstieg (vgl. Beitrag 53.21 von Norbert Knappe in diesem Handbuch). (Dabei gilt wie so oft: Nicht nur machen, sondern auch darüber reden. Werten Sie Erfahrungen mit Ihrem Weblog gemeinsam aus und prüfen Sie, was Sie daraus für die weitere Arbeit lernen können.)

Twitter: Die kurzen und bisweilen kryptischen Nachrichten, die scheinbar an die gesamte Welt gesendet werden, wecken bei „Uneingeweihten“ oft mehr Irritation als Sympathie. Dennoch eignet sich Twitter sehr gut, um die Grundsätze von Social Media näher kennenzulernen.

Facebook: Facebook ist vor allem eines: groß. Derzeit kann kaum überschätzt werden, wie viel Kommunikation hier stattfindet. Selbst wenn man dort (erst einmal) nicht „mitreden“ will, so sollte man Facebook doch aus eigener Erfahrung kennen. (Bei Facebook gilt stärker als ohnehin schon: Sie können nicht entscheiden, ob hier über Ihre Schule geredet wird oder nicht. Sie können nur entscheiden, ob diese Konversation mit Ihnen oder ohne Sie stattfindet.)

Redundanz: Machen Sie sich keine Sorgen darüber, wenn eine Information auf verschiedenen Kanälen transportiert wird. Redundanz ist ein zentrales Kennzeichen von Social Media. (Denken Sie da-

ran: Der Empfänger muss filtern, welche Informationen er auf welchem Wege bekommt. Der Absender kann dafür nur Angebote machen.)

Kennzeichnungspflicht: Schulleben bedeutet Vielfalt. Aber solange es nicht für alle selbstverständlich ist, dass in Blog-Beiträgen, auf Twitter oder YouTube immer konkrete Personen und nicht „die Institution selber“ spricht, sollten Sie diese Vielfalt und Subjektivität kennzeichnen. (Das gilt andersherum genauso. Bieten Sie Orientierung, indem Sie die offiziellen Kanäle als solche kennzeichnen, z. B. „Hier twittert der Schulleiter Herr Müller. Offizielle Verlautbarungen der Schule finden Sie dort.“)

Dickes Fell: Institutionen, die im digitalen Raum „fortgeschritten“ sind, entwickeln häufig eine Social-Media-Krisenstrategie, also Planungen für eine unerfreuliche Situation (vgl. Beitrag 57.11 von Walter Hölzer in diesem Handbuch). Das muss nicht am Anfang Ihrer Arbeit mit Social Media stehen. Es kann aber durchaus hilfreich sein, sich grundsätzlich Gedanken zu machen „Was ist das Schlimmste, was uns passieren könnte? Und was würden wir dann machen?“ (Diese Methode kann auch genutzt werden, um grundsätzlich pessimistische Kollegen einzubinden und zur konstruktiven Mitarbeit zu bewegen.)

7 Gestaltende statt Getriebene

Der digitale Umbruch wird der Gesellschaft im Allgemeinen und den Schulen im Besonderen viel abverlangt. Aber nur wer sich aktiv mit diesem Wandel auseinandersetzt, hat überhaupt die Chance, ihn mitzugestalten und nicht (nur) von ihm getrieben zu werden. Nur wer an der großen Konversation des Web 2.0 teilnimmt, kann sie verstehen und beeinflussen. Akteure in den Schulen müssen sich darüber im Klaren sein: Fotos aus der Schule auf Facebook, Diskussionen über die Schule auf Blogs und Twitter, Kommentare zu den Schulen auf Bewertungsportalen – all das passiert, ob man es mag oder nicht. Die Akteure können nur entscheiden, ob sie es überhaupt mitbekommen und ob sie es mitgestalten wollen – oder ob diese Konversation ohne sie stattfindet.

Für Schulen kann es besonders schwierig werden, alle Akteure in den Prozess einzubinden. Gerade im pädagogischen Umfeld werden neue Technologien und Kommunikationsformen bisweilen lieber aus der Distanz beargwöhnt. „Sollen die mal machen, solange sie mich in Ruhe lassen“, könnte

eine verbreitete Haltung sein. Aber das ist für Führungskräfte in Schulen ja keine ganz neue Herausforderung.

Wenn die Relevanz des digitalen Umbruchs zunehmend auch in das Bewusstsein der schulischen Akteure Einzug hält, dann stehen sie letztlich vor der Frage: Wollen wir die Konsequenzen passiv erleiden oder wollen wir die neuen Chancen nutzen und gestalten? Gerade weil der digitale Umbruch so viele verschiedene Bereiche betrifft, kann der bewusste Umgang mit ihm zum Motor und Katalysator der Schulentwicklung werden. Gesellschaftliche Veränderungen, Öffentlichkeitsarbeit, Medienkompetenz – dieser Dreiklang gehört zusammen gedacht und bearbeitet.

8 PS: ein Ausblick auf James Bond für alle

Wenn Sie bis hierhin gelesen haben und Ihnen jetzt der Kopf schwirrt, hören Sie auf zu lesen! Denn es kommt noch schlimmer. Der digitale Umbruch hat bereits die Grundlagen der Musikindustrie, des Journalismus oder der Reisebüros verändert. Andere gesellschaftliche Bereiche wie zum Beispiel Militär, Buchhandel oder Fernsehen stecken mittendrin. Und einige Bereiche, zum Beispiel die Politik oder die Bildung, beginnen gerade erst, den digitalen Umbruch zu erfassen bzw. vom ihm erfasst zu werden. Für viele Akteure in Schulen liegt noch viel unerforschtes Neuland im Nebel verborgen. Bisweilen dominieren Ignoranz oder Skepsis. Doch immer mehr Schulen begreifen, dass die digitale Revolution auch auf sie Auswirkungen haben wird und begreifen die ihr innewohnenden Chancen.

Wir diskutieren heute über Smartphones und iPads, Facebook und Google. Doch die Komplexität und die Geschwindigkeit der Entwicklung bedingen, dass sich unser Gegenstand verändert, noch während wir sprechen. Die Zukunft lässt sich nicht voraussagen, es sind jedoch einige Grundlinien zu prognostizieren. Dazu gehört, dass der Trend zu immer kleinerer, immer leistungsfähigerer bzw. immer günstigerer Technik erst einmal anhalten wird, und zwar weiterhin als exponentielle Entwicklung. Das bedeutet, dass wir schon in wenigen Jahren über Technik verfügen werden, die leistungsfähiger als heute und dabei quasi allgegenwärtig und unsichtbar sein wird. Schon heute gibt es für 40 Euro Kameras, die so klein sind, dass sie in eine Brille integriert arbeiten, und Mini-Lautsprecher, die im Ohr verschwinden können. Selbstverständlich können diese Geräte per Funk untereinander kommunizie-

ren und über einen Minirechner mit dem Internet verbunden sein. Einzig an der Projektion eines Bildschirms entweder von innen auf die Brillengläser oder direkt auf die Netzhaut gibt es noch größeren Entwicklungsbedarf, damit nicht nur das Militär damit arbeiten kann. Fügt man diese Technologien zusammen, so haben wir eine immer präsen- te, ständig mit dem Internet verbundene und quasi unsichtbare Technik, wie sie noch bis vor Kurzem James Bond vorbehalten war. Sie wird weniger kosten als heutige Smartphones. Die Technologie ist damit allgegenwärtig und – das wird für Schulen sehr relevant werden – sie lässt sich nicht mehr kontrollieren. Regeln wie „Handyverbot“, „keine Geräte mit Bildschirm während des Unterrichts“ oder „Internet nur mit kontrolliertem Zugang“ lassen sich dann nicht mehr umsetzen. Schule muss vieles neu denken.

Weiterführende Literatur und Weblinks

- Passig, Kathrin: Standardsituationen der Technologiekritik. In: Merkur, 12/2009, Nr. 727 (verfüg-

bar unter: <http://www.eurozine.com/articles/2009-12-01-passig-de.html>)

- <http://pb21.de> (Web 2.0 in der politischen Bildung – Die Website bietet Beschreibungen und Anleitungen für verschiedene Dienste des Web 2.0 (nicht nur) für die politische Bildungsarbeit.)
- <http://educamp.mixxt.de/> (Das EduCamp ist eine zweimal pro Jahr stattfindende „Mitmach-Konferenz“, an der sich Praktiker aus Schulen, Hochschulen und deren guter Gesellschaft mit dem Zusammenwirken von digitalen Medien und Bildung beschäftigen.)

Jöran Muuß-Merholz

Der Autor ist Diplom-Pädagoge und betreibt mit einem kleinen Team die Agentur „J&K – Jöran und Konsorten“. Er arbeitet an den Schnittstellen zwischen Bildung & Lernen und Medien & Kommunikation. Insbesondere berät er Bildungseinrichtungen hinsichtlich der Frage, wie sie digitale Medien sinnvoll in ihrer Arbeit einsetzen können. Texte, Termine und Projekte von Jöran Muuß-Merholz finden sich unter www.joeran.de.

**Arbeitshilfe 54 16 01: Gegenüberstellung zwischen Web 1.0 und Web 2.0**

Jöran Muuß-Merholz, *Schule und Web 2.0 – Wie Social Media die schulische Kommunikation durcheinanderwirbelt*, 54.16

Gegenüberstellung zwischen Web 1.0 und Web 2.0

WEB 1.0/TRADITIONELLE MEDIEN	WEB 2.0/SOCIAL MEDIA
Inhalte kommen aus einer Zentrale , von einer Redaktion oder einem Autor.	Inhalte kommen von den Nutzern selber, von einer Community .
Der Nutzer ist Konsument : Ich schaue ins Internet (bzw. in die Zeitung oder in den Fernseher).	Der Nutzer ist Konsument <i>und</i> Produzent gleichzeitig (Prosument): Ich veröffentliche Inhalte im Netz.
Hohe Hürden für das Publizieren : Für das Veröffentlichen brauche ich spezielle Kompetenzen oder Spezialisten, eine technische Infrastruktur und Geld.	Niedrige Hürden für das Publizieren : Für das Veröffentlichen brauche ich kaum Geld, kaum spezielles Wissen, keine eigene Infrastruktur.
Veröffentlichung und Kommunikation verlaufen eher langsam .	Veröffentlichung und Kommunikation verlaufen sehr schnell . Für Inhalte bedeutet das mehr Aktualität und Flexibilität. Und: mehr Masse.
Inhalte sind in Ordnungen vorsortiert. Es gibt z. B. Rubriken, Kategorien oder sogar Linearität mit Anfang und Ende.	Inhalte stehen in Chaos nebeneinander. Ordnung wird z. B. über Schlagworte oder Beziehungen geschaffen. Es gibt keine Linearität , kein Anfang/Ende.
Inhalte werden für mich vorausgewählt. Der Filter , was ich rezipiere, wird v. a. vom Sender gesetzt.	Ich muss als Empfänger selber den Filter definieren, was ich rezipiere und was nicht.
Push-Medium : Der Sender bestimmt, wann und wie die Kommunikation startet.	Pull-Medium : Der Empfänger bestimmt, wann und wie die Kommunikation startet.
Die Vermittlung von Information steht im Vordergrund. Die Kommunikation ist eine Einbahnstraße .	Austausch und Dialog stehen im Vordergrund. Die Kommunikation ist eine große Konversation .
Das Internet als ein Medium : ein „virtueller Raum“, der <i>neben</i> dem „echten Leben“ existiert.	Das Internet als eine Plattform und als ein Lebensraum.
Wissen ist Macht . Geschäftsmodelle beruhen auf der Verknappung von Inhalten . Wer viel Wissen (kostenlos) weitergibt, schmälert die eigene Macht.	Teilen ist Macht . Social Media funktioniert, wenn viele Menschen viele Inhalte miteinander teilen. Share ist der wichtigste Begriff des Web 2.0.
Isolierung : Medien oder einzelne Angebote stehen eher unverbunden nebeneinander.	Verknüpfung und Integration : Dienste und Inhalte bieten Verknüpfungen und Schnittstellen untereinander.
Monomedialität : Eine Veröffentlichung hat festgelegte, beschränkte mediale Kanäle zur Verfügung.	Multimedialität : Eine Veröffentlichung kann verschiedenste Kanäle kombinieren.
Klare und individuelle Autorenschaft : Es ist eindeutig, wer hinter welchem Inhalt steht.	Kollektive Autorenschaft : Inhalte entstehen aus Teilung, Remixen und Kollaboration.


Arbeitshilfe 54 16 02: Gegenüberstellung zwischen traditioneller Kommunikation von Schule und Kommunikation 2.0 von Schule

Jöran Muuß-Merholz, *Schule und Web 2.0 – Wie Social Media die schulische Kommunikation durcheinanderwirbelt*, 54.16

Gegenüberstellung zwischen traditioneller Kommunikation von Schule und Kommunikation 2.0 von Schule

TRADITIONELLE KOMMUNIKATION VON SCHULE	KOMMUNIKATION 2.0 VON SCHULE
Inhalte kommen von Profis : der Schulleitung, der Redaktion einer Schulzeitung, der Video-AG oder dem Webmaster.	Inhalte kommen von den Beteiligten selber, von „unorganisierten“ Schülern, Eltern, Lehrern . . .
Der Nutzer ist passiver Konsument : Er liest die Schulzeitung, surft auf der Homepage, schaut die Videos.	Der Nutzer ist Konsument <i>und</i> Produzent gleichzeitig (Prosument): Er liest Meinungen über die Schule und veröffentlicht sein eigene daneben.
Hohe Hürden für das Publizieren : Für das Veröffentlichen brauche ich spezielle Kompetenzen oder Spezialisten, eine technische Infrastruktur und Geld.	Niedrige Hürden für das Publizieren : Für das Veröffentlichen brauche ich ein Smartphone, eine Internet-Flatrate für 10 Euro und einen kostenlosen Account bei Facebook, Twitter oder WordPress.
Veröffentlichung und Kommunikation verlaufen eher langsam . Der Schüler schreibt den Bericht von der Klassenfahrt, der Lehrer korrigiert, der Webmaster veröffentlicht.	Veröffentlichung und Kommunikation verlaufen sehr schnell . Die Schüler veröffentlichen bereits bei Abfahrt am Bahnhof erste Fotos und Kommentare online.
Die Inhalte sind in Ordnungen vorsortiert. Die Website hat Rubriken und Kategorien. Außerhalb der Website gibt es keine Informationen über die/aus der Schule.	Inhalte stehen in Chaos nebeneinander. Informationen aus der/über die Schule finden sich auf Hunderten von Websites, von Facebook bis YouTube, von SchulRadar bis spickmich.
Inhalte werden vom Sender vorausgewählt. Der Filter , was Interessenten zu sehen bekommen, wird vom Sender gesetzt. Die Website ist eine Art „Schaufenster“ der Schule.	Die Empfänger können (und müssen) selber den Filter definieren, was sie rezipieren und was nicht. Das Internet zeigt Schaufenster, Kloake und Zerrbild der Schule gleichermaßen.
Push-Medium : Der Sender bestimmt, wann und wie die Kommunikation startet, z. B. über Rundbriefe, Informationsangebote und den Tag der offenen Tür.	Pull-Medium : Der Empfänger bestimmt, wann und wie die Kommunikation startet, z. B. über eine Googlesuche oder als Anfrage in einem Diskussionsforum.
Die Vermittlung von Information steht im Vordergrund. Die Kommunikation ist eine Einbahnstraße , vgl. Flyer, Rundbriefe, Homepage.	Austausch und Dialog stehen im Vordergrund. Die Kommunikation ist eine große Konversation , vgl. Kommentarfunktionen, Facebook oder SchulRadar.