



© HONGQI ZHANG - 123rf.com

*TUDfolio / E-Teaching für E-Teacher / Peer2Peer Teaching / Studieren im Studio*

# #12 eLearning in der Erziehungswissenschaft

© Luis Molinero Martínez - 123rf.com



## Ausweitung der Kurszone #mlab14, ein medienpädagogischer MOOC

Jöran Muuß-Merholz, Friederike Siller, Jasmin Bastian

**Zwar gibt es zu MOOCs intensive Diskussionen – spätestens seit 2013 auch im deutschsprachigen Raum (z. B. Schulmeister 2013). Allerdings gewinnt die Kontur des Begriffs dadurch nicht unbedingt an Schärfe. Mathieu Plourde prägte das Wort, dass am Akronym MOOC (Massiv Open Online Course) die Bedeutung jedes einzelnen Buchstabens verhandelbar sei (siehe Abb. 1). Im Folgenden nehmen wir aus der Perspektive eines MOOC-Veranstalters das „C“ unter die Lupe. Rückblickend auf unseren letzten Kurs stellen wir in Frage, ob der Kurs in der Tat ein Kurs war.**

### Kontext

Das Media Literacy Lab führt kompakte MOOCs für Studierende im Bereich der Medienpädagogik sowie Interessierte aus der medienpädagogischen Praxis durch (vgl. Siller 2013 und Bastian/Siller/Muuß-Merholz/Siebertz 2013). Gemeinsam arbeiten die Teilnehmenden in einem kollaborativ-vernetzten Prozess an aktuellen Problemstellungen aus dem medienpädagogischen Feld. Im Folgenden geht es um den Kurs #2 (Februar/März 2014) mit dem Titel Kinderzimmer-Productions – eine Expedition in digitale Kinder- und Jugendwelten (#mlab14), der als „offener Online-Kurs zu digitalen Kreativitäts- und Produktionsräumen von Kindern und Jugendlichen“ angekündigt und durchgeführt wurde (<http://medialiteracylab.de/2-kinderzimmer-productions/>). Teilgenommen haben ca. 200 Personen.

### Thema, Formen, Orte

In Anlehnung an Konzepte der Maker Education (vgl. Sharples u.a. 2013)

*Das Media Literacy Lab führt kompakte MOOCs für Studierende im Bereich der Medienpädagogik sowie Interessierte aus der medienpädagogischen Praxis durch.*

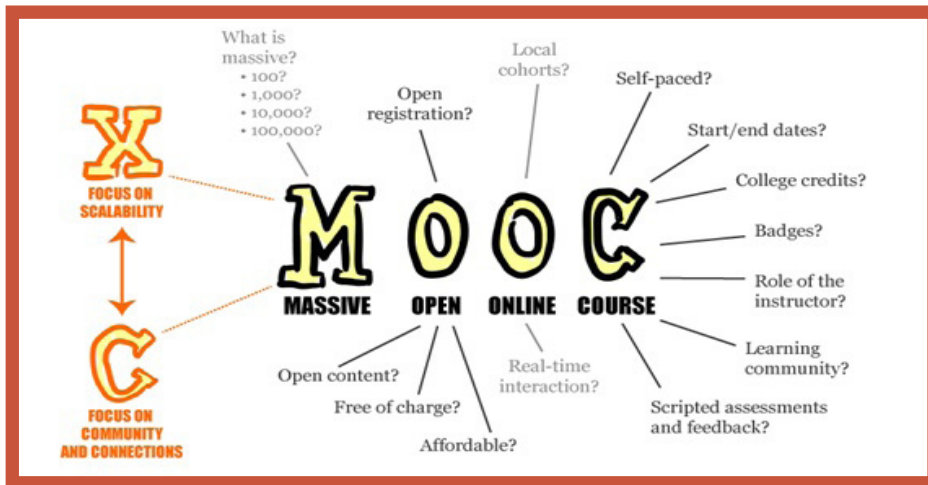


Abb. 01: Every letter is negotiable – MOOC Poster (V3) by Mathieu Plourde / @mathplourde unter CC by 2.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/2.0/deed.de>) via Flickr (<https://www.flickr.com/photos/mathplourde/8620174342/>) (Ausschnitt)

wurden die Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen sowie die produkt-gestalterischen Tätigkeiten Heranwachsender in den Blick genommen. Die leitende Frage war: Woran tüfteln, was bauen und produzieren, gestalten und designen Kinder und Jugendliche mithilfe digitaler Werkzeuge, auf vernetzten Plattformen und in virtuellen Räumen? Die digitalen Werkzeuge und Angebote wurden von den Kursteilnehmern im Selbsttest ausprobiert (z. B. Mozilla Webmaker, Minecraft, 3D-Drucker).

Es gab von Seiten der Kursleitung keine inhaltliche Begleitung im engeren Sinne. Die moderierende Begleitung bestand vornehmlich auf der Ebene der Strukturgebung und Hilfestellung bei der Organisation der Arbeitsgruppen. Die Kursaktivität fand überwiegend innerhalb von Arbeitsgruppen statt, die sich selbstständig mit einem frei gewählten Schwerpunkt auseinandersetzten. Dabei stammten die Anbietenden und Koordinierenden der Arbeitsgruppen aus dem Kreis der Teilnehmenden selbst.

Um ein gemeinsames Gerüst zu bieten und einen Austausch über die Arbeitsgruppen hinaus zu befördern, waren alle Arbeitsgruppen aufgerufen, produktorientiert zu arbeiten. Zum Abschluss jeder Arbeitsgruppe sollte ein vorzeigbares Ergebnis, ein Artefakt stehen. Als Form war dabei ein Exponat vorgesehen, das einen Ausschnitt des Themas für Außenstehende erklärt. Diese Exponate wurden zum Kursende in einer Galerie unter freier Lizenz veröffentlicht: die [makergallery.de](http://makergallery.de).

Die Koordination erfolgte über eine öffentliche Google+-Community (<http://google.com/+u33u3t>). Die Arbeitsgruppen organisierten die Zusammenarbeit dezentral. Einige von ihnen nutzten dafür ebenfalls die Community-Funktionen von Google+ oder Facebook, andere organisierten sich über E-Mail, WhatsApp oder Treffen vor Ort. Darüber hinaus gab es mit der Gruppe #mlabtalks eine „Sonder-Arbeitsgruppe“, die maßgeblich von Personen aus dem Kurs-Team organisiert wurde. Über Hangouts on Air stellten im Kurszeitraum fast täglich Experten aus Wissenschaft und Praxis Thesen und Produkte aus ihrer Arbeit vor und zur Diskussion.

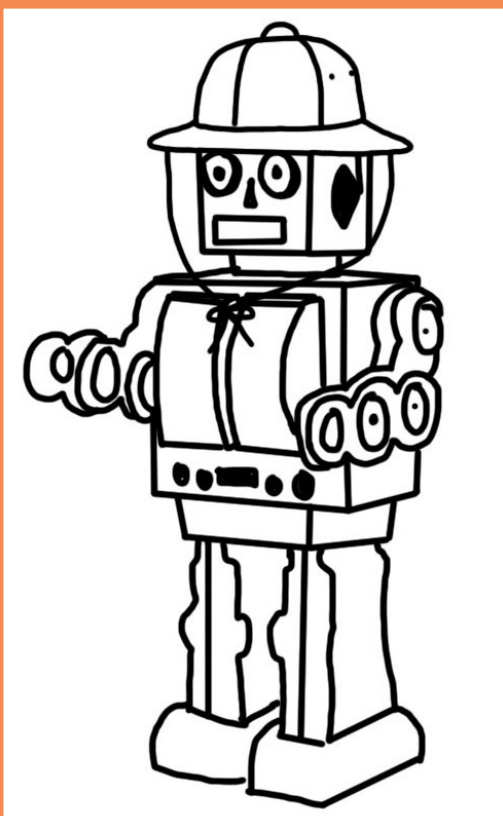


Abb. 02: Der mlab-Roboter



Dieses Angebot war öffentlich und wurde nicht nur über die Grenzen der Arbeitsgruppen, sondern auch über die Grenzen des Kurses hinweg wahrgenommen.

### Wann ist ein Kurs ein Kurs?

Nehmen wir hinführend auf die Fragestellung nach einer Bestimmung von „Kurs“ als Minimalkriterien an:

1. Dauer: Es gibt einen von den Veranstaltenden festgesetzten Anfang und ein Ende.
2. Status: Es gibt einen definierten Status „Kursteilnehmende“, welcher sich von dem Status „Kursveranstalter“ unterscheidet.

Zu 1.) Zwar existierte je ein Termin für den offiziellen Kursstart und für das offizielle Kursende. Allerdings faserten diese Enden in beide Richtungen stark aus. Schon vor Kursstart wurden beim Kurs-Team viele Wünsche und Vorschläge für Arbeitsgruppen eingereicht. Teilweise wurden Gruppen auch komplett eigenständig organisiert, ohne dass das Kurs-Team überhaupt davon wusste. Ein „Leben nach Kursende“ wird auch noch – wenngleich stark zurückgenommen – Monate nach dem Kurs aus einzelnen Arbeitsgruppen vermeldet (ein exakter Überblick existiert nicht, da die Gruppen ja dezentral organisiert waren bzw. sind). Dieses Phänomen ist auch aus MOOCs bekannt, bei denen teilweise der Hashtag des Kurses auch nach Kursende noch als gemeinsame Klammer für Beiträge auf Twitter oder in Blogs diente (vgl. Bremer und Weiß 2013).

Zu 2.) Es gab eine Anmeldung für den Kurs, für den die eigene E-Mail-Adresse auf der Homepage des Media Literacy Labs hinterlassen werden musste. Allerdings war die Teilnahme auch möglich, indem man einfach Mitglied der (technischen) Kurs-Community auf Google+ wurde. Tatsächlich war ein nennenswerter Teil der Community-Mitglieder nur auf Google+, aber nicht per E-Mail registriert – und umgekehrt. Hinzu kam eine nicht bekannte Anzahl von Menschen, die nur punktuell an Aktivitäten der Arbeitsgruppen teilnahmen. Darunter fallen insbesondere Personen, die ...

1. nur in einer Arbeitsgruppe, aber nicht in der Gesamtgruppe aktiv waren,
2. nur an den Hangouts der #mlabtalks teilnahmen,
3. an Treffen von Gruppen vor Ort teilnahmen, aber gar nicht online in Erscheinung traten.

### MOOC = Massive Open Online Community?

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass der Kurs #mlab14 schon die Minimalkriterien für einen Kurs nicht voll erfüllt. Vor diesem Hintergrund müssen Konzepte von didaktisch offenen Online-Kursen sich auch an verwandten Konzepten wie dem der Community orientieren. Insofern ist auch das „C“ in MOOC verhandelbar – etwa im Sinne von Massive Open Online Community. ☰

## LITERATUR

BASTIAN, Jasmin; Siller, Friederike; Muuß-Merholz, Jöran; Siebertz, Tabea (2013): Projektbasierte MOOCs in der medienpädagogischen Arbeit. In: Medienpädagogik Praxis-Blog. Verfügbar unter: <http://www.medienpaedagogik-praxis.de>

BREMER, Claudia; Weiß, David (2013): Massive Open Online Courses: Kategorisierung und Analyse des Teilnehmerverhaltens am Beispiel der OPCOs 2011 und 2012 In: Thomas Köhler, Nina Kahnwald (Hrsg.): Online Communities, Enterprise Networks, Open Education and Global Communication. 16. Workshop GeNeMe, 13. Tagung am 7./8.10.2013 in Dresden

PLOURDE, Mathieu (2013): Every letter is negotiable – MOOC Poster (V3). Verfügbar unter: <https://www.flickr.com/photos/mathplourde/8620174342/>

SCHULMEISTER, Rolf (2013): MOOCs – Massive Open Online Courses. Offene Bildung oder Geschäftsmodell? Waxmann.

SHARPLES, M., McAndrew, P., Weller, M., Ferguson, R., FitzGerald, E., Hirst, T., and Gaved, M. (2013): Innovating Pedagogy 2013: Open University Innovation Report 2. Milton Keynes: The Open University. Verfügbar unter: [http://www.open.ac.uk/personal-pages/mike.sharple/Reports/Innovating\\_Pedagogy\\_report\\_2013.pdf](http://www.open.ac.uk/personal-pages/mike.sharple/Reports/Innovating_Pedagogy_report_2013.pdf)

SILLER, Friederike (2013): OER als Gemeinschaftsprojekt. Am Beispiel des Offenen Onlinekurses ‚Gute Apps für Kinder‘. In: Hamburger eLearning Magazin (11 / 12-13), S. 49-50. Verfügbar unter: <http://www.uni-hamburg.de/elearning/hamburger-elearning-magazin-11.pdf>

## KONTAKT

Jöran Muuß-Merholz  
Agentur für Bildung  
[post@joeran.de](mailto:post@joeran.de)