

## Swiss E-Learning Conference SeLC 2015

14./15. April 2015, Zürich – [www.selc.ch](http://www.selc.ch)

Rückblick von Daniela Lozza, 20.05.15

### Generation „Social Media“ - Wie aus Neuen Medien ein neues Lernen entsteht

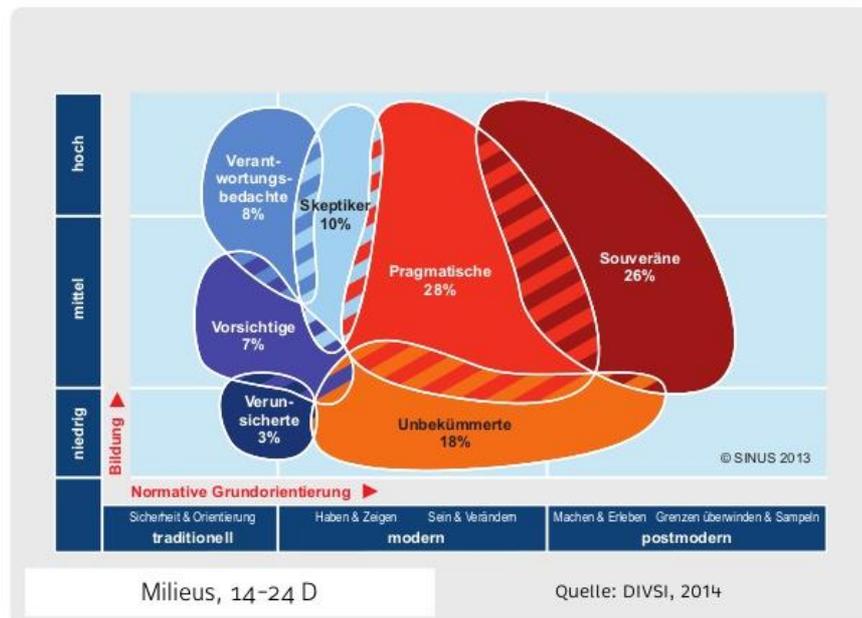
Philippe Wampfler, Lehrer, Kantonsschule Wettingen

10 Einsichten über das Lernen der Generation Y:

- 1) **Das Ergebnis zählt, nicht der Prozess:** Millennials wollen an den Ergebnissen ihrer Arbeit gemessen werden, sie wollen selbst bestimmen, wie sie lernen. Sie fordern in ihrer Ausbildung einen hohen Praxisbezug und Lernprozesse mit realen Aufgaben, bei denen sie etwas erreichen und bewirken können.
- 2) **Jugendverhalten wird oft mit Generationenverhalten verwechselt:** Exzessives kommunizieren ist völlig normal für Jugendliche. Frühere Generationen hatten einfach andere Technologien als WhatsApp und Facebook zur Verfügung. Das Verhalten normalisiert sich meist ab dem 16. Lebensjahr, wenn Jugendliche ein festes soziales Netzwerk aufgebaut haben.
- 3) **Aufmerksamkeitsökonomie:** Aufmerksamkeit ist ein sehr kostbares Gut und eine Art *Währung* geworden. Wer Aufmerksamkeit von seinem gegenüber beansprucht sollte diese weise und effizient nutzen. SchülerInnen würden z.B. lieber via WhatsApp mit den Lehrpersonen kommunizieren, da die kurzen Nachrichten schneller gelesen sind. Lehrpersonen hingegen finden die knappen Nachrichten unhöflich.
- 4) **YouTube Medienwelt:** Millennials haben einen neuen Geschäftszweig entdeckt mit dem sich Aufmerksamkeit im Web monetisieren lässt: YouTube Star [Jenna Marbles](#) verdient mit ihrem [YouTube Channel](#) schätzungsweise über \$350'000 jährlich und hat über 15 Millionen Abonnenten. Aber auch Schweizer Beispiele wie [Bendrit Bajra](#) feiern Erfolge dank Facebook und Co. Dabei gehören diese „Stars“ zu jenem 1% der Internetnutzer, die selbst Inhalte produzieren. 9% begnügen sich mit dem Kommentieren von Beiträgen und 90% der Nutzer konsumieren Inhalte ohne selbst aktiv zu werden.
- 5) **Selfies verstehen:** Die Aufmerksamkeitsökonomie führt nebst den YouTube Stars auch zu Phänomenen wie die Selfies. Wampfler sieht darin eine Art visuelles Tagebuch und eine Emanzipation auf die Überwachungswelt „*Ich kontrolliere selber, was die Kamera zeigt*“.
- 6) **Digital sozialisiert:** Millennials sind eigentlich keine „digital natives“ sondern vielmehr digital sozialisiert. Das zeigt sich z.B. darin, dass eine Art digitaler Dualismus entstanden ist; ein Restaurant, das im Web oder auf Google Maps nicht präsent ist existiert für viele auch in der realen Welt nicht. Es ist auch selbstverständlich geworden, dass man eine Person googlen kann. Diese Verknüpfung der realen und virtuellen Welt führt dann auch dazu, dass die Millennials Mühe haben, sich aus den Web und den sozialen Medien zurück zu ziehen.
- 7) **Private und schulische Kommunikation trennen:** Millennials wollen ihre privaten Profile nicht für schulische Zwecke nutzen. Bei der Nutzung von Social Media in der Lehre müssen wir diese Trennung respektieren und ihnen entsprechende Filtermöglichkeiten bieten, damit sie selber entscheiden können, wie und wo sie welche Nachrichten empfangen wollen.

- 8) **Traditionelle vs. neue Konzentration:** Wir müssen uns damit abfinden, dass jüngere Generationen eine andere Mediennutzung haben. Multitasking führt bekannter Weise nicht zu besseren Ergebnissen, trotzdem ist es eine Tatsache, dass wir immer mehr Haupt- und Nebenreize gleichzeitig wahrnehmen müssen. Wampfler empfiehlt deshalb, neue Verhaltensweisen nicht abzuwerten, sondern Angebote zu erstellen, welche diese neue Mediennutzung unterstützen. Spannend ist auch die Theorie der *Ambient Awareness*, gemäss der Stimmungsschwankungen und Stress über soziale Netzwerke rasch herausgefiltert werden können. So sollen Frauen z.B. Social Media stressiger finden, weil sie ständig wissen, wie es anderen geht und sie diese emotionale Nähe nicht so gut abblocken können wie Männer.
- 9) **Transparenz:** Millennials erwarten eine transparente Bewertung. Die Kriterien müssen transparent sein und Lehrpersonen sollten ihre Autorität nicht willkürlich ausnutzen.

10) Die



**Generation Y gibt es nicht:** Wir nehmen oft nur jene jungen Erwachsenen wahr, die souverän und extrovertiert viel und unbekümmert publizieren. Es gibt aber auch in dieser Generation viele pragmatische, skeptische und verantwortungsbedachte Personen die eine normale Mediennutzung pflegen.

### **Bildungsangebote für die Generation Y gestalten.**

Anbei einige von Wampflers Empfehlungen für die Gestaltung von Bildungsangeboten.

- Mit den Millennials sprechen und ihnen echte Entscheidungskompetenz geben.
- Lernen als soziale Aktivität aufbauen: Ressourcen erschliessen, Informationen weitergeben, mit Peers lernen.
- informeller Bildungsangebote nutzen und deren selbstbestimmte Nutzung unterstützen: Wenn die Studierenden wissen, was sie erreichen wollen sollen sie in der Lage sein, die dafür nötigen Ressourcen selber zu finden.
- Alternativen anbieten, es gibt meistens nicht nur einen richtigen Weg zu Lernen.
- Portfolios statt Prüfungen: Versuchen, Leistungen langfristig zu messen.
- Konflikt- und Fehlerkultur pflegen

Wampfler sprach auch die bildungsbürgerliche Lehrtradition an, die den Babyboomern zu Status und Reputation verholfen hat und für viele Schulen schwer abzuschütteln ist. Auch erwähnte er die digitale Kluft zwischen Kindern, mit bildungsnahen Eltern und Kindern, mit bildungsfernen Eltern. Gemäss Wampfler wird diese Kluft durch die Digitalisierung noch grösser, da bildungsferne Eltern auch eine niedrige Medienkompetenz haben. Gerade die Digitalisierung bietet aber meiner Meinung nach auch bildungsfernen Jugendlichen eine Möglichkeit ihre Talente ins rechte Licht zu rücken und sich zu profilieren.

### **Fazit**

Wampflers Interpretation der Generation Y bezieht sich sehr stark auf Jugendliche im Schulalter. Für die Lehre an der Hochschule wichtig ist das Bedürfnis nach Transparenz und der Trennung von privaten und schulischen Profilen in sozialen Medien. Die Kurznachrichtendienste wie WhatsApp bieten zudem grosses Potenzial für eine effiziente Kommunikation mit den Studierenden. Der Trend hin zu Videos und YouTube zeigt sich auch hier und sollte von den Hochschulen auf jeden Fall aufgegriffen werden.

Interessant ist auch Wampflers Aussage, dass die Millennials an den Resultaten gemessen werden möchte und sie den Lernprozess individuell gestalten möchten. Das mag zwar stimmen, steht aber gleichzeitig im Widerspruch zu seiner Empfehlung mit den E-Portfolios, mit denen man Leistungen langfristig messen möchte. Hier zählt oft der Lernprozess mehr als das Ergebnis. Möchte man nur das Ergebnis messen, sind klassische Prüfungen wahrscheinlich besser geeignet.