

Selbstorganisiertes Lernen im Studium durch Social Media

Thiemo Leonhardt¹ und Alexandra Kwiecien¹

Abstract: Die Nutzung von Social Media ist fester Teil der Kommunikation und der Informationsbeschaffung unter Studierenden. In diesem Artikel wird basierend auf einer Voruntersuchung die Auswertung einer fünfjährigen Begleitung des Informatikstudienjahrgangs Wintersemester 2011/2012 durch Social Media Unterstützung dargestellt und diskutiert.

Keywords: Social Media, Kommunikation, Selbstgesteuertes Lernen

1 Einleitung

Als Ergänzung der studienbegleitenden Maßnahmen im Studiengang Informatik an der RWTH Aachen zum Übergang von der Schule in die Universität wurde ein Social Media Angebot eingerichtet, ausgebaut und evaluiert. Die Möglichkeiten mit Social Media Interaktion und Kollaboration zwischen Nutzern zu generieren, digitale Inhalte auszutauschen und eine Community zu erschaffen, lassen sich auch für Bildungs- und Lernziele nutzen [FL12, Ma14]. Ziel ist es die positiven Eigenschaften von Social Media zu nutzen, um innerhalb eines Studienjahrgangs fachliche und organisatorische Hilfestellungen aus der Gruppe heraus zu fördern.

Lernende bewerten die Interaktion mit anderen sowie die Freiheit selbst zu entscheiden, wie weit sie sich beteiligen wollen, als die zentralen Vorteile in Social Media Communities [CC13]. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor der Interaktion in Social Media sind gemeinsame Ziele und ein sich daraus entwickelndes Zusammengehörigkeitsgefühl [Ch13]. Nach [SB14] sollen zukünftige Lerntechnologien selbst-organisierende Systeme unterstützen, die ein gemeinsames Lernen in der Gemeinschaft ermöglichen. Auf welchem Weg individuelles Lernen in einer Gruppe durch Social Media gefördert werden kann, ist noch Gegenstand aktueller Forschung [KM15]. Derzeit ist es aber möglich durch die weite Verbreitung von Social Media Plattformen im privaten Bereich, diese auch für den fachlich, universitären Austausch im Studium zu nutzen [AD16].

2 Ergebnisse

Diese Auswertung bezieht sich auf den Bachelor Informatik Jahrgang des Wintersemesters 2011/2012. Das Studium haben 330 Studierende begonnen. Die geschlossene Facebookgruppe wurde am 3.10.2011 eingerichtet und wird bis zum

¹ RWTH Aachen, Fachgruppe Informatik, Ahornstraße 55, 52074 Aachen, nachname@cs.rwth-aachen.de

jetzigen Zeitpunkt 10.04.2016 genutzt. Im diesem fünfjährigen Zeitraum wurden insgesamt 2.665 Posts gepostet, 3.478 Beiträge mit einem Like versehen und 12.894 Kommentare zu Beiträgen verfasst. Insgesamt beteiligten sich 400 Studierende² aktiv in der Gruppe. Der Vergleich über alle Aktivitäten zeigt einen deutlichen Überhang im Verhältnis der einem Post zugeordneten Interaktionen zu den Posts selbst (6:1). Die bewertende Kommunikation durch Likes ist kleiner als die direkte Kommunikation durch Kommentare (1:4).

Der überwiegende Teil der Posts (77%) sind sogenannte Statusupdates, die keinerlei Medien oder Verlinkungen beinhalten. Diese sind als Statements oder Nachfragen der Studierenden einzustufen. Weitere 16% der Posts beinhalten einen Link als zentrale Information, 4% ein Foto, 2% ein Video und 1% eine Veranstaltung. Im Hinblick auf die hohe Kommentarquote der Posts ist die Kommunikation innerhalb der Gruppe nicht auf das Teilen von digitalen Inhalten beschränkt, sondern konzentriert sich mehrheitlich auf den textuellen Austausch. Die 3 Posts mit der höchsten Anzahl an Kommentaren sowie die 3 Posts mit der höchsten Anzahl an Likes behandeln fachspezifische Themen des ersten oder zweiten Semesters. Unter den 10 Kommentaren mit der höchsten Anzahl an Likes sind 4 Verbesserungsvorschläge zu Studienbedingungen und den Übungsbetrieben, 3 Erläuterungen zu Studienformalitäten und 3 humoristische bis sarkastische Kommentare zu Ergebnissen von Klausuren. Die Mehrzahl der mit Likes versehenen Kommentare sind für die Diskussion des Posts gewinnbringend.

Im Gesamtverlauf fällt eine hohe Anzahl der Posts in die ersten zwei Semester (ca. 120 Posts pro Monat), dann ist alle zwei Semester ein Abfall von 50% bis 55% zu erkennen; im dritten und vierten Semester im Durchschnitt 60,1 Posts pro Monat; im fünften und sechsten Semester 26,4; im siebten und achten Semester 10,7. Die starke Verringerung der durchschnittlichen Anzahl der Kommentare von den ersten zwei Semestern auf das dritte und vierte Semester liegt, vergleichbar zum Abfall der Posts, bei 51%. Die Verminderung der Anzahl nach dem vierten Semester ist höher als bei den Posts bei ca. 70% für beide Abschnitte. Von den 400 Studierenden haben 39% im Studienverlauf keinen Post abgesetzt, 36% haben keinen Kommentar geschrieben, 42% haben kein Like abgegeben und 21% haben sich nicht aktiv beteiligt.

Der prozentuale Abfall der aktiven Nutzer zwischen den Zweisemesterabschnitten fällt weit geringer aus als dies bei den Kommentaren und Posts der Fall ist (27%). Erst ab dem fünften Semester fällt die Anzahl der aktiven Mitglieder ähnlich hoch um 64% ab. Die Mitglieder der Gruppe kommunizieren nach den ersten zwei Semestern zwar weniger, die passive Informationsaufnahme bleibt aber bis zum vierten Semester hoch. Von insgesamt 400 aktiven Mitgliedern im Studienverlauf, waren als Peak in einem Monat 135 Mitglieder aktiv. Wendet man die selbe Analyse auf die Nutzung über die Tageszeit an, so liegt der Peak von 9 bis 17 Uhr, leicht abnehmend bis 21 Uhr, stark abnehmend bis 0 Uhr und in der Nacht zwischen 0 und 6 Uhr nur minimal. Der Hauptkommunikationszeitraum liegt damit innerhalb der Kernvorlesungszeit.

² Im Gesamtzeitverlauf von 5 Jahren traten Studierende aus dem vorangegangenen Jahrgang, die Klausuren wiederholen mussten, der Facebookgruppe bei und fanden so Anschluss zum aktuellen Jahrgang.

Die Facebookjahrgangsguppe wurde intensiv zur Interaktion und zum fachlichen oder organisatorischen Austausch der Studierenden genutzt. Der größte Bedarf an Informationen ist deutlich in den ersten zwei Semestern an der hohen Anzahl an Posts und Kommentaren zu erkennen. Im Laufe des Studiums sinkt der Bedarf über ersten vier Semester langsam und bricht ab dem fünften Semester fast völlig ein. Die Anzahl der aktiven Nutzer³ bleibt jedoch erhalten, obwohl nur noch wenig Interaktion in der Gruppe stattfindet. Eine Nutzung der eingerichteten Facebookgruppe für private Inhalte fand nur minimal statt, so dass eine Trennung zwischen der privaten Nutzung der Social Media Plattform zu einer universitären Nutzung erkennbar ist. Dies sollte als Anstoß genommen werden, die Nutzung von Social Media Plattformen im Bildungsbereich auch durch eigene Plattformen zu unterstützen.

Literaturverzeichnis

- [AD16] Aaen, J.; Dalsgaard, C.: Student Facebook groups as a third space: between social life and schoolwork, Article in *Learning Media and Technology* 41(1), 160-186, DOI: 10.1080/17439884.2015.1111241, 2016.
- [CC13] Chinn, C.; Clark, D.: Learning through collaborative argumentation. In C. E. Hmelo-Silver, C. A. Chinn, C. K. K. Chan, & A. M. O'Donnell (Eds.), *International handbook of collaborative learning*, 314–332, 2013.
- [Ch13] Chan, C.: Collaborative knowledge building: Towards a knowledge creation perspective. In C. E. Hmelo-Silver, C. A. Chinn, C. K. K. Chan, & A. M. O'Donnell (Eds.), *International handbook of collaborative learning*, 437–461, 2013.
- [FL12] Friesen, N.; Lowe, S.: The questionable promise of social media for education: Connective learning and the commercial imperative. *Journal of Computer Assisted Learning*, 28, 183–194, <http://dx.doi.org/10.1111/j.1365-2729.2011.00426.x>, 2012.
- [KM15] Kimmerle, J.; Moskaliuk, J.; Oeberst, A.; Cress, U.: Learning and Collective Knowledge Construction With Social Media: A Process-Oriented Perspective, *Educational Psychologist*, 50:2, 120-137, 2015.
- [Ma14] Mao, J.: Social media for learning: A mixed methods study on high school students' technology affordances and perspectives. *Computers in Human Behavior*, 33, 213–223, <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.002>, 2014.
- [SB14] Scardamalia, M.; Bereiter, C.: Smart technology for self-organizing processes. *Smart Learning Environments*, 1, 1–13, <http://dx.doi.org/10.1186/s40561-014-0001-8>, 2014.

³ Aktive Nutzer besuchen Gruppen, wenn Beiträge gepostet werden.