Universität St.Gallen

Medienkompetenzen in der Berufsbildung
OKB Tagung, 29.11.2013

Prof. Dr. Sabine Seufert

EFMD EQUIS ACCREDITED

AACSB ACCREDITED

Universität St.Gallen

Beispiel 1 – Ausbildung 2013

«Ich habe ein email ohne Text nur mit Dateianhang verschickt – Warum ist das unhöflich?»

Universität St.Gallen

Beispiel 2 – Ausbildung 1986

«Bitte 3 Mal klingen lassen –
Sonst denkt man, wir haben nichts tun»

Universität St.Gallen

Agenda

Medienkompetenzen

- *Neue* Anforderungen
- Das «Soll» – Normative Orientierung
- Zum Stand – ein empirisches Blitzlicht
- Wege - Ansatzpunkte zur Förderung

Universität St.Gallen

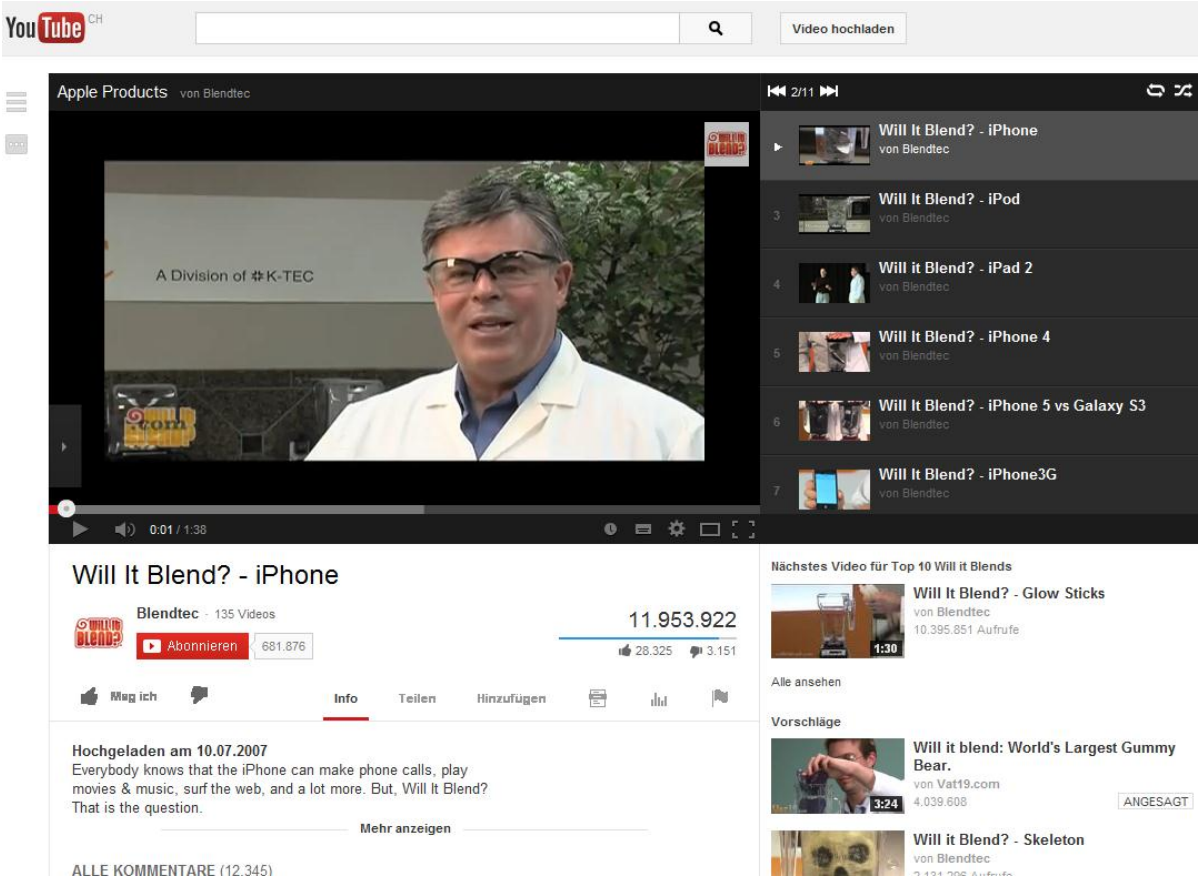
Was bleibt gleich? Was verändert sich?

- Kompetenzen: kontext-, situationsbezogen
- Ausbildung = Sozialisationsprozess
- Enkulturation in eine Expertengemeinschaft, „Berufskulturen“
- Grundbedürfnisse der Jugendlichen

- Anzahl an Informations- und Kommunikationsmedien
- Mehr schriftliche Kommunikation
- Übergänge Schule – Arbeit - Freizeit
- Virtualisierung von Prozess-abläufen
- Digitalisierung: Dialog-orientierte Kommunikation

Universität St.Gallen

Was verändert sich? Kunden Kommunikation



http://www.youtube.com/watch?v=qg1ckCkm8YI&feature=c4-overview-vl&list=PL5B2372870FCE5A72

Universität St.Gallen

Was verändert sich?
Mitarbeiter Kommunikation

MANOR

Manor AG
Schweiz
Branche: Handel / Gewerbe
www.manor.ch
Ausbildungsbetrieb: JA

kununu OPEN COMPANY – WIR LEBEN OFFENHEIT!

kununu TOP COMPANY – VON MITARBEITERN EMPFOHLEN!

JETZT BEWERTEN

Erfahrungsberichte: 150 Aufrufe: 65.455

BEOBACHTEN

Mitarbeiter sagen:	Bewerber sagen:	Azubis sagen:
3.17 von 5	4.07 von 5	4.02 von 5
66 Erfahrungsberichte	61 Erfahrungsberichte	23 Erfahrungsberichte
Verteilung:	Verteilung:	Verteilung:
sehr gut (17)	sehr gut (43)	sehr gut (12)
gut (19)	gut (10)	gut (11)
befriedigend (18)	befriedigend (6)	befriedigend (0)
genügend (12)	genügend (2)	genügend (0)

Universität St.Gallen

Digitale Identitäten

socialmention*

Blogs Microblogs Bookmarks Comments Events Images News Video Audio Q&A Networks All

Manor Zurich | Search

0% strength	4:1 sentiment
10% passion	33% reach

10 days avg. per mention

last mention 2 days ago

33 unique authors

0 retweets

Sentiment

positive	4
neutral	37
negative	1

Top Keywords

manor	58
samsung	15
zurich	10
free	8
road	8
phone	8
claim	6
galaxy	6
mobile	6
card	4

Top Users

ManorAG	3
SWCCAC	2
catheywaltercom	2
Eliosempreteso	1
Australianul	1
Kamy	1

Mentions about Manor Zürich

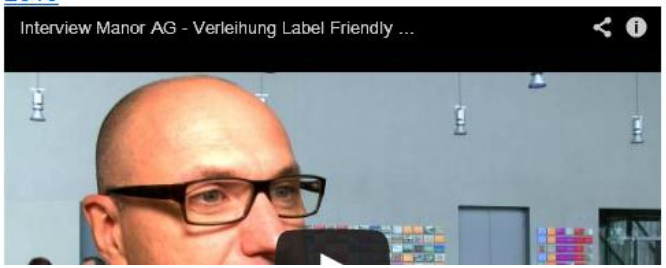
Sort By: Date Results: Anytime

Results 1 - 15 of 42 mentions.

MANOR ZURICH

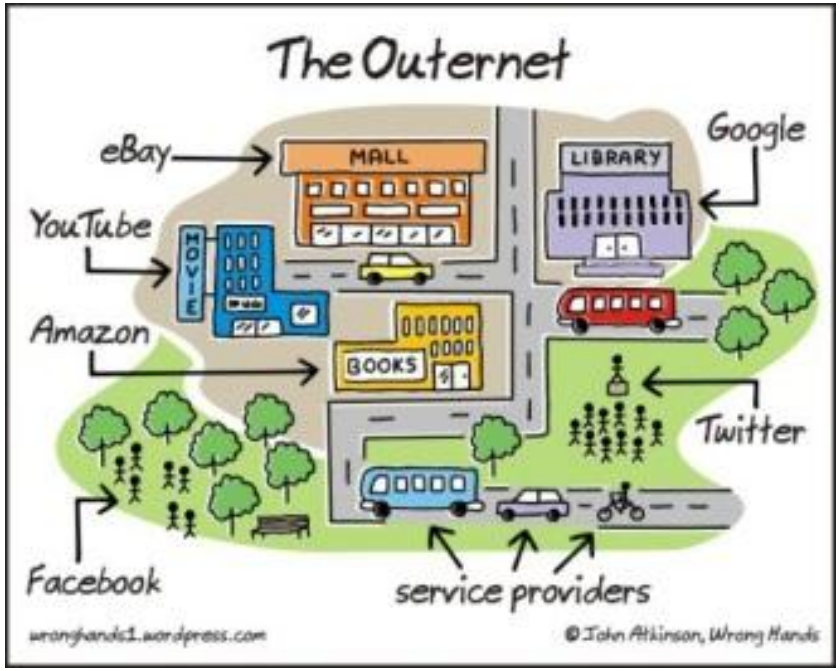
www.youtube.com/watch?v=cdb6Tu61Ils&feature=youtube_gdata
2 days ago - by Franck maste on youtube

Interview Manor AG - Verleihung Label Friendly Work Space 2013



Universität St.Gallen

Zunehmende Mediatisierung: unsere Bilder?



http://wronghands1.wordpress.com/2012/03/01/the-outernet/

Universität St.Gallen

Anforderungen? Zukunftsaufgaben Berufsbildung

Ludwig, Luise, Kristin Narr, and Sabine Frank. (2013). Lernen in der digitalen Gesellschaft - offen, vernetzt, integrativ. Abschlussbericht. Internet & Gesellschaft Co:llaboratory. http://www.collaboratory.de/w/Abschlussbericht_Initiative_Lernen_in_der_digitalen_Gesellschaft

Universität St.Gallen

Agenda

Medienkompetenzen

- *Neue* Anforderungen
- Das «Soll» – Normative Orientierung
- Zum Stand – ein empirisches Blitzlicht
- Wege - Ansatzpunkte zur Förderung

Universität St.Gallen

Medienkompetenzen – Strukturierungen nach…

Handlungsbereichen

- Wissen
- Einstellungen
- Fertigkeiten

Kompetenzbereichen

- Sachkompetenzen: Tätigkeitsbezogen
- Sozialkompetenzen: Sozialbezogen
- Selbstkompetenzen: Persönlichkeitsbezogen

Bildungszielen (vgl. Lehrplan 21):

- Informatik
- ICT Nutzung
- Medienbildung

Universität St.Gallen

Welches Wissen ist relevant?

- Wie richte ich meine Privatsphäre-Einstellungen ein?
- Wie funktioniert «Freundefinder»?
- Wie schütze ich mich rechtlich? Auf das Copyright hochgeladener Werke achten
- …

- Wie verdient die Firma Facebook ihr Geld?
- Was sind die «Waren», Leistung – Gegenleistung?
- Was habe ich für einen Verbraucherschutz?
- …

Universität St.Gallen

Welches Wissen ist relevant?

- Wie nutze ich Suchstrategien für eine Recherche?
- Was heisst «personalisiertes Web»?
- Wie funktioniert das Ranking-System?
- …

- Wie verdient die Firma Google ihr Geld?
- Was sind kulturelle Auswirkungen (z.B. Info-vielfalt)?
- Demokratische Aus-wirkungen eines Info-Monopolisten?

Universität St.Gallen

Medienkompetenzen: Normative Orientierung

Persönlichkeitsentwicklung -

mit Informations- und Kommunikationsmedien eigen- und sozialverantwortlich umgehen zu können

in einer von Digitalität geprägten Gesellschaft

GAFA

Google

facebook

amazon

Die digitalen, gesellschaftsprägenden Quasimonopole
«Vier Sheriffs zensieren die Welt» (Die ZEIT, August 2012)

Universität St.Gallen

Agenda

Medienkompetenzen

- *Neue* Anforderungen
- Das «Soll» – Normative Orientierung
- Zum Stand – ein empirisches Blitzlicht
- Wege - Ansatzpunkte zur Förderung

Universität St.Gallen

Medienkompetenz- Modell: Expertengruppe BMBF (2010)

Information und Wissen

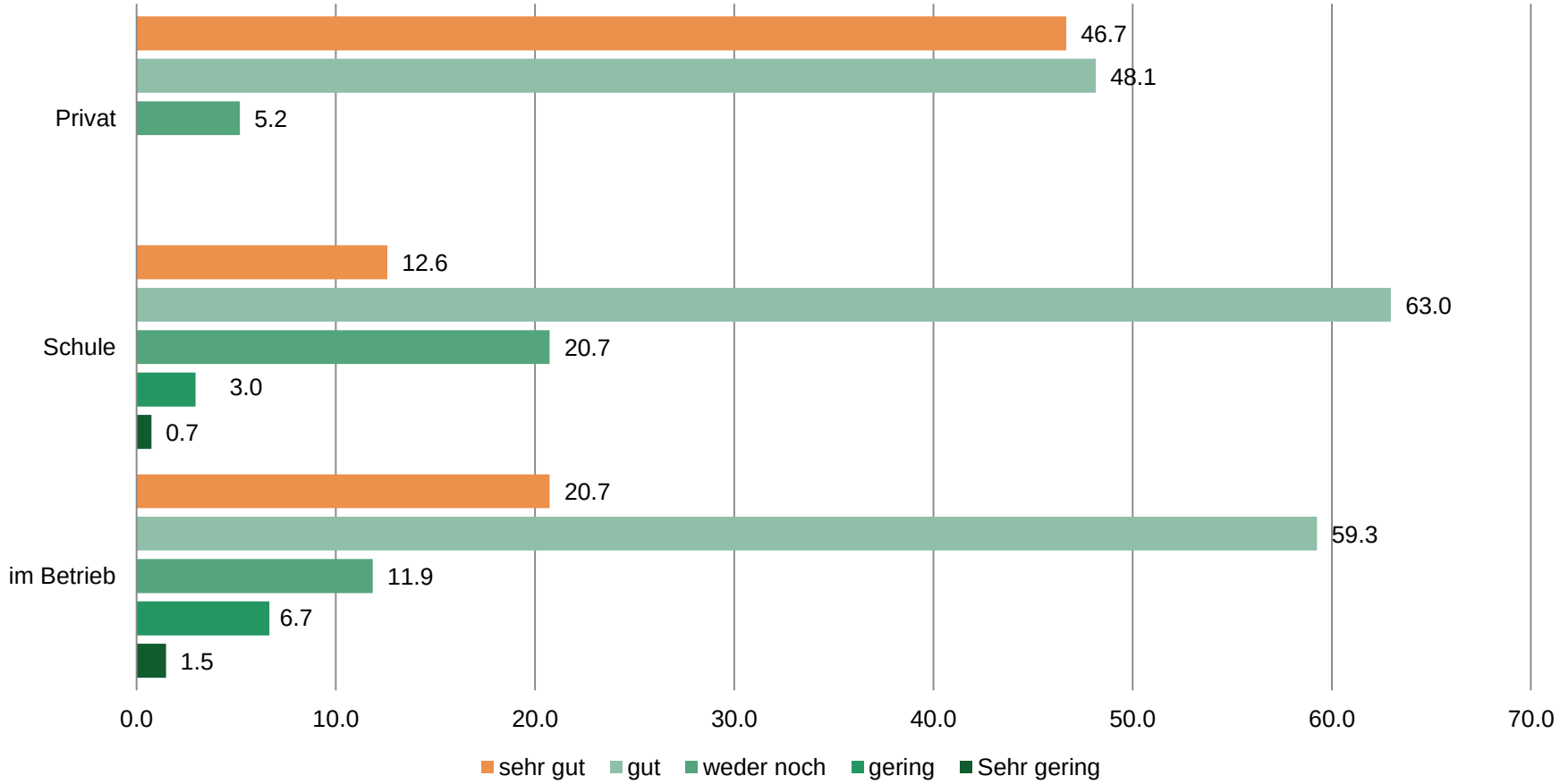
Identitätssuche und Orientierung

Kommunikation und Kooperation

Digitale Wirklichkeiten und produktives Handeln

Universität St.Gallen

Wie gut fühlst du dich im Umgang mit den digitalen Medien informiert und vorbereitet?



n = 135

Umfrage Auszubildende bei Schindler, 2013

Universität St.Gallen

Die am besten bewerteten Einschätzungen

Fragestellungen	Mittelwert
Ich kann gut einschätzen, wie meine Äusserungen im Netz auch ohne weitere Erklärungen aufgefasst werden.	4.13
Bei meinen Äusserungen im Netz achte ich stets darauf, niemanden zu verletzen oder blosszustellen.	4.22
Wenn ich mich im Internet über etwas äussere, achte ich darauf, dass meine Äusserungen nur für einen bestimmten Personenkreis ersichtlich sind.	4.22
Ich habe bereits im Internet an einer Umfrage teilgenommen.	4.23
Für die Bewerbung auf meine Lehrstelle habe ich das Internet genutzt, um mich über meinen zukünftigen Arbeitgeber zu informieren.	4.34
Ich kann soziale Netzwerke (z.B. facebook) nach meinen persönlichen Bedürfnissen einrichten (z.B. Einstellungen vornehmen, damit möglichst alle Informationen privat bleiben).	4.36
Ich weiss, wo ich im Betrieb Informationen zu bestimmten Aufgabenstellungen finden kann oder wen ich fragen muss.	4.38

1 = trifft gar nicht zu ; 2 = trifft eher nicht zu; 3 = trifft zum Teil zu; 4 = trifft eher zu; 5 = trifft völlig zu

Umfrage Auszubildende bei Schindler, 2013

n = 135

Universität St.Gallen

Die am schlechtesten bewerteten Einschätzungen

Fragestellungen	Mittelwert
Ich finde Lernplattformen (z.B. Time2Learn, Klasseneigne Websites, educanet2) sehr hilfreich, um gemeinsam mit anderen Auszubildenden zu lernen.	2.15
Ich verändere regelmässig mein Profil, um anderen zu zeigen, was ich im Moment gerade interessant finde.	2.25
Ich nutze das Internet, um anderen zu zeigen, was für eine Meinung ich zu bestimmten Themen habe oder zu welchen Gruppen/Vereinen ich angehöre (z.B. facebook, xing, educanet2).	2.30
Nach Beendigung der Arbeit überlege ich mir, ob der Einsatz des PCs für diese Arbeit sinnvoll war.	2.35
Ich google mich manchmal selbst, um zu sehen, wie ich nach aussen hin wirke und was man über mich erfahren kann.	2.68
Wenn Fotos von anderen ins Internet gestellt werden, die ich für ungeeignet halte (z.B. wilde Partyfotos, zu freizügig, missverständlich), weise ich denjenigen, der die Fotos hochgeladen hat, darauf hin.	2.69
Weil ich mich oft zu sehr durch Medien beim Lernen ablenken lasse, habe ich mir Massnahmen überlegt, die mich davon abhalten (z.B. Handy ausschalten).	2.72

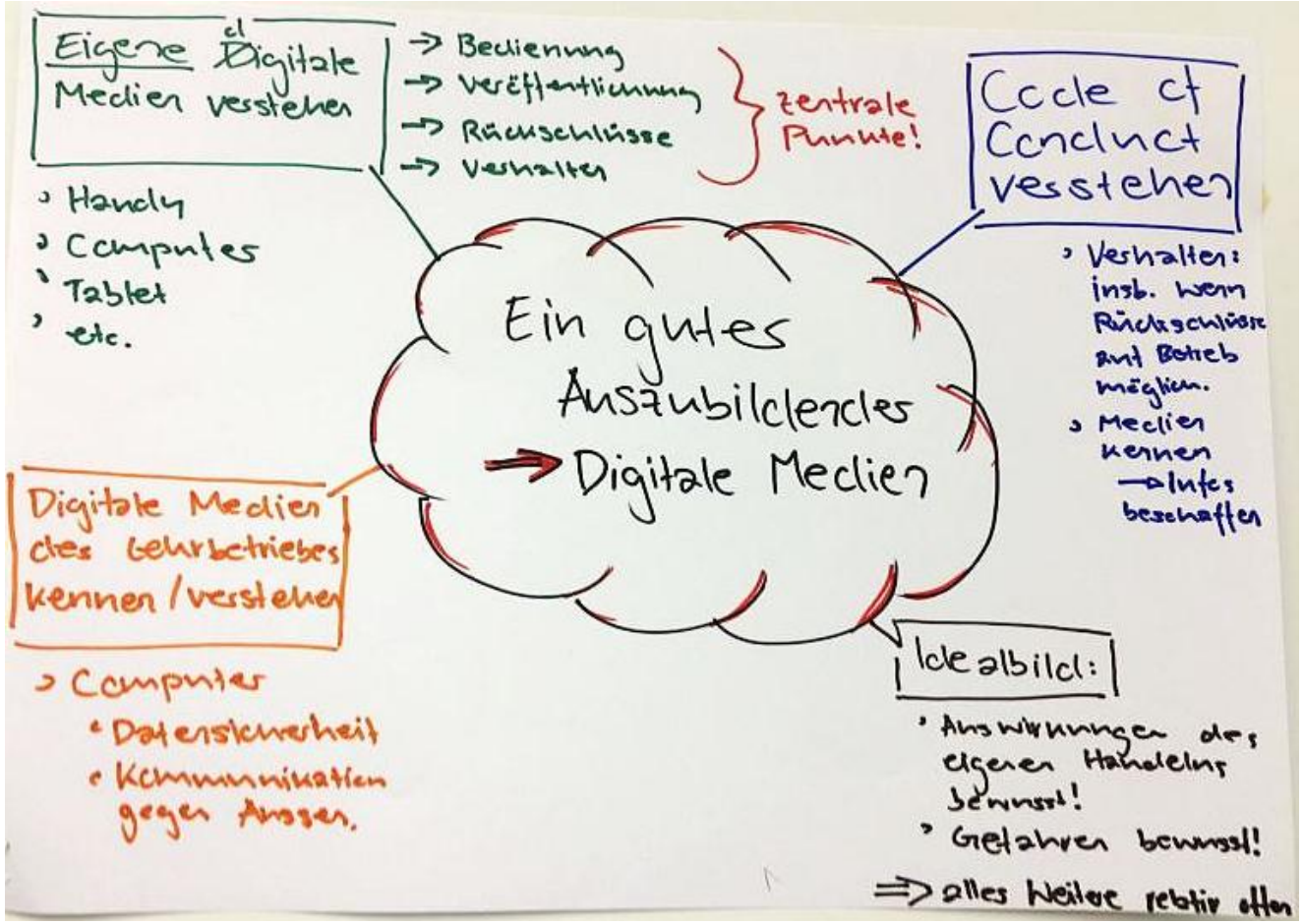
1 = trifft gar nicht zu ; 2 = trifft eher nicht zu; 3 = trifft zum Teil zu; 4 = trifft eher zu; 5 = trifft völlig zu

Umfrage Auszubildende bei Schindler, 2013

n = 135

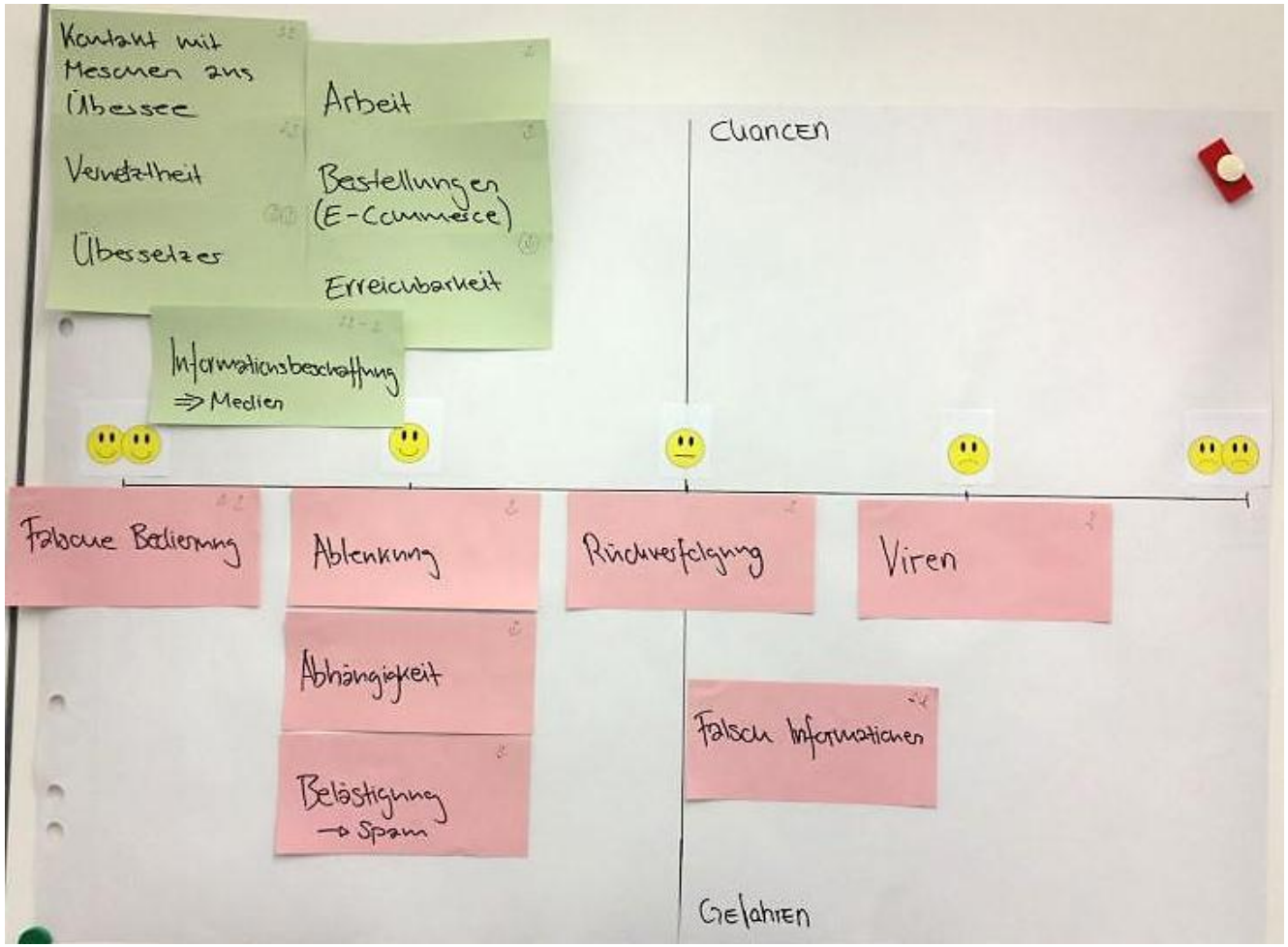
Universität St.Gallen

Mental Frame: Auszubildende – Beispiel 1



Universität St.Gallen

Swot: Auszubildender – Beispiel 1

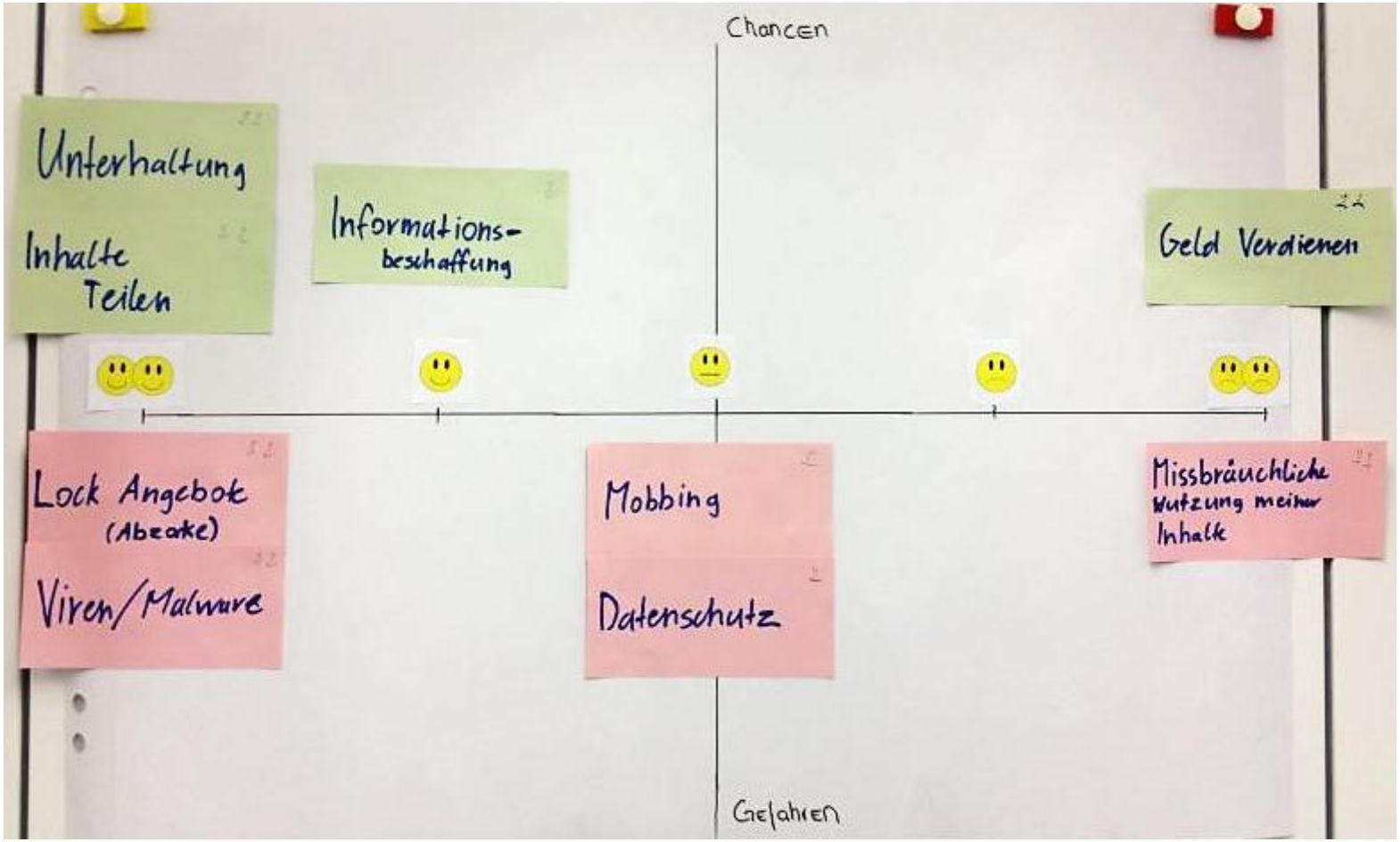


Universität St.Gallen

Mental Frame: Auszubildender – Beispiel 2

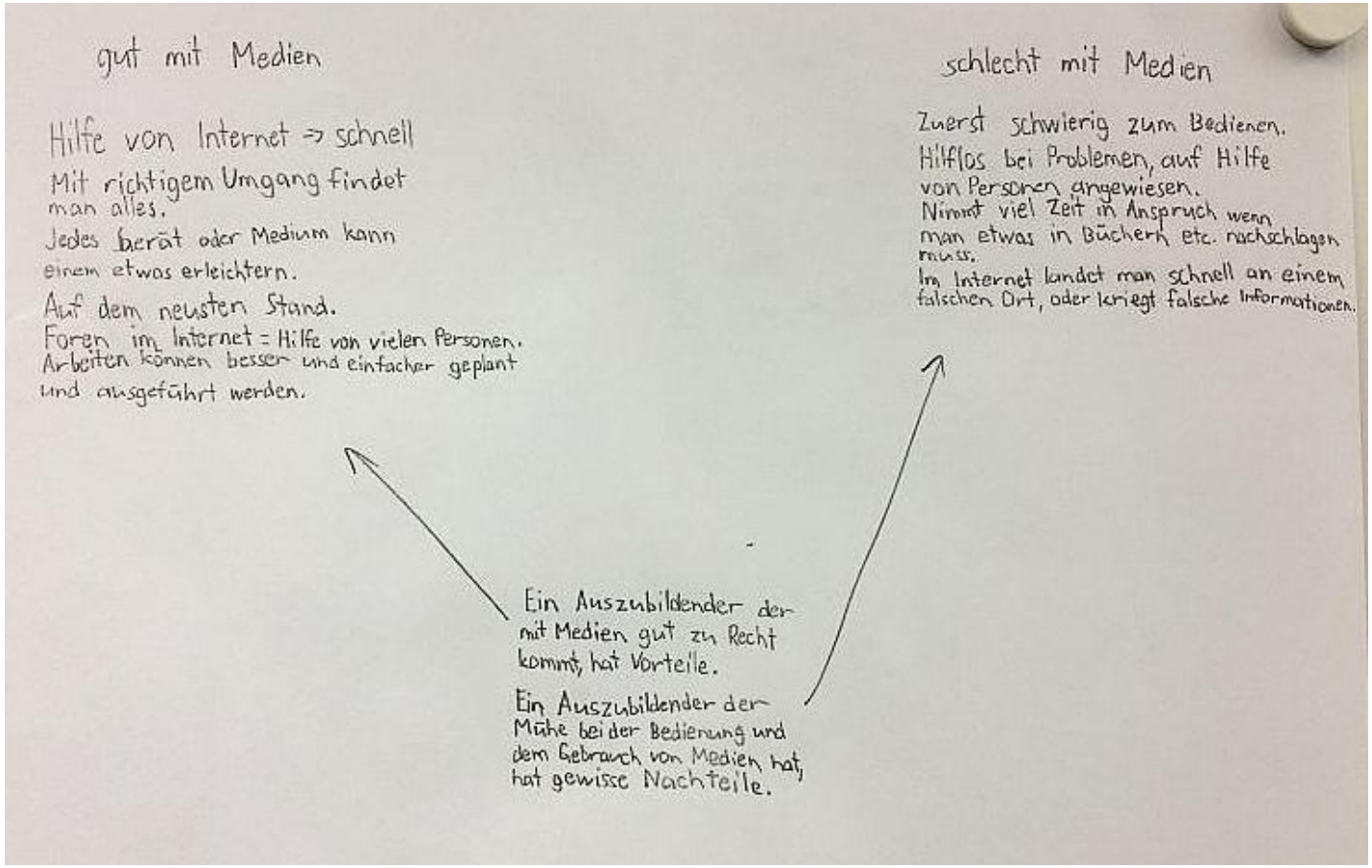
Universität St.Gallen

Swot: Auszubildender – Beispiel 2



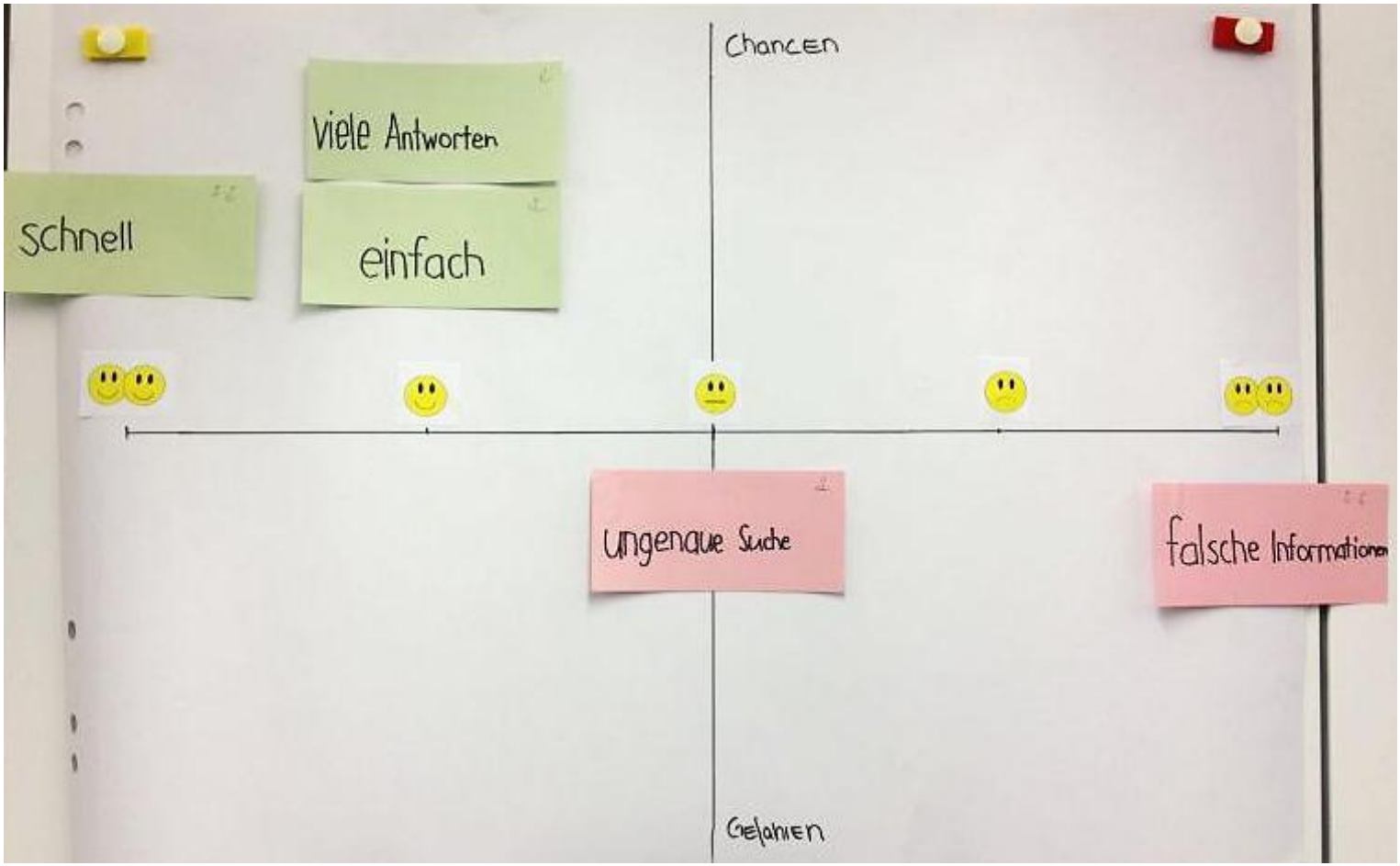
Universität St.Gallen

Mental Frame: Auszubildender – Beispiel 3



Universität St.Gallen

SWOT: Auszubildender - Beispiel 3



Universität St.Gallen

Medienkompetenzen: Zwischenfazit

«Googleisierung» unserer Gesellschaft

Google

«Alte» Wissenstypen

- Wissen, warum
- Wissen, was
- Wissen, wie
- Kausalität, nicht nur Korrelation
- Idealbild des «Schauers»

«Neue» Wissenstypen

- Wissen, wo
- Wissen, wozu
- Wissen, was - ist gut genug,
- «Big Data Ideologie»: Idealbild des Schürfers

Eduard Kaeser, NZZ, 27.11.2013

Universität St.Gallen

«Internet der Dinge»
Wer hat die Hoheit über Produktinformationen?

- H&M - Händler
- Hersteller des Produktes
- Kinderarbeitsschutzorganisation
- CO2 Zertifizierungsstelle
- Weitere

Macht es einen Unterschied für dich, ob es sich um die MIGROS handelt?

MIGROS

Universität St.Gallen

Agenda

Medienkompetenzen

- *Neue* Anforderungen
- Das «Soll» – Normative Orientierung
- Zum Stand – ein empirisches Blitzlicht
- Wege - Ansatzpunkte zur Förderung

Universität St.Gallen

Modell der Technischen Rationalität

- Klare, unzweifelhafte Ziele
- Feststehende Bedingungen
- «Zurichten», Selbstkontrolle
- «Big Data Ideologie», Wissen was? Wissen wo?
- Individuelles Lernen der Auszubildenden

Modell der Professionellen Praxis

- Mehrdeutige Ziele, von Wert- und Interessenskonflikten geprägt
- Komplexe, ungewisse Bedingungen
- «Aufrichten», Selbstregulation
- «kritische Wissensökologie»: auch Wissen warum? Wissen wie?
- Individuelles, Team- und organisationales Lernen

Universität St.Gallen

Medienkompetenzen fördern

Code of Conduct:
Leitlinien entwickeln, stabilisierende Werte-muster vereinbaren

Bildungspersonal:
Weiterbildung, Lernkultur entwickeln «Voneinander lernen»

Lernen ermöglichen:
Selbstorganisation, Lernen in informellen Kontexten stärken

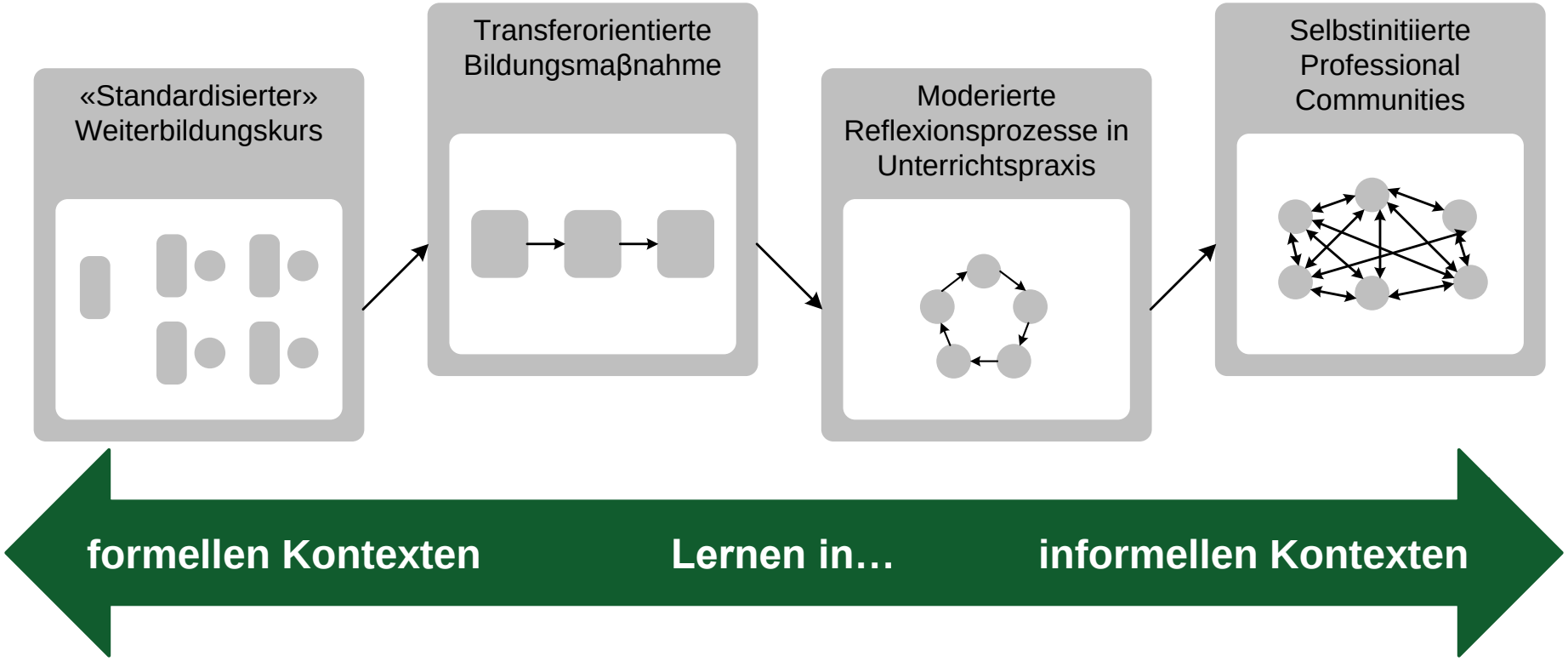
Lernen vielfältig gestalten:
Neue Aufgabenkultur, Internet einbinden als Problemlösungstool

Supportstrukturen:
Neue Kommunikations-aufgaben integrieren, techn. Infrastrukturen

Lernort-Kooperation

Universität St.Gallen

«Neue» Formen der Weiterbildung für Bildungspersonal



Universität St.Gallen

Reverse Mentoring: «Digital Natives» coachen Führungskräfte

Reverse-Mentoring

Deutsche Telekom

*«Führungskräfte fragen sich, was könnte ich morgen anders machen, wie muss ich meine Mannschaft abholen …? Wichtig ist der persönliche Kontakt. Wir haben sehr gute Erfahrung mit **Reverse Mentoring** gemacht, wo wir bisher technologieaffine […] Kollegen und Kolleginnen gewonnen haben, die freiwillig Führungskräfte helfen in dieses Thema einzutauchen.»*

(Stephan Grabmeier, *Deutsche Telekom AG*)

- Sitz in Bonn
- Gründung 1995
- 232.342 Mitarbeiter
- Europas grösstes Telekommunikationsunternehmen

Universität St.Gallen

Medienkompetenzen: Zusammenfassung

Neue Anforderungen: Zunehmende Digitalisierung in der Berufsbildung als Komplexitätsfalle

Normative Orientierung: Medienkompetenzen als Persönlichkeitsentwicklung, mit Wissen umzugehen

Empirisches Blitzlicht – Umfrage bei Schindler:
Das Internet ist kein Bildungsautomat, sondern, ohne epistomologisches Fundament des Nutzers, eine Halbwissenmaschine

Wege – Ansatzpunkte zur Förderung:
Modell der professionellen Praxis, Kulturwandel im Umgang mit Wissen und stabilisierende Wertemuster

Universität St.Gallen

Kontakt und Informationen

Prof. Dr. Sabine Seufert

Universität St.Gallen
Institut für Wirtschaftspädagogik
Swiss Centre for Innovations in Learning – scil
Dufourstr. 40a
CH-9000 St.Gallen
Tel. +41 71 224 2630
sabine.seufert@unisg.ch

Sabine Seufert
Bildungsmanagement
Schäffer-Poeschel
ISBN: 978-3-7910-3244-3