Julia Flasdick M.A.
MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung, Essen

Anwendungsfelder medienspezifischer Methoden in der Bildungsforschung

Vortrag auf der BIBB-MMB-Fachtagung
„Bildungsforschung trifft Medienforschung“ am 07.11.2006 in Bonn

„Bildungsforschung trifft Medienforschung“ – der Tagungstitel lässt vermuten, dass sich im Rahmen der Veranstaltung zwei recht heterogene Forschungsfelder begegnen. So formuliert der Deutsche Bildungsrat die wesentlichen Ziele der Bildungsforschung als die „Untersuchung der Voraussetzungen von Bildungs- und Erziehungsprozessen im institutionellen und gesellschaftlichen Kontext“ (Deutscher Bildungsrat 1974). Jedoch wird das Thema Bildung dabei nicht allein aus erziehungswissenschaftlicher Perspektive, sondern auch aus dem Blickwinkel verschiedener anderer Disziplinen betrachtet, wozu neben der Pädagogik und der Psychologie auch Soziologie, BWL, VWL, Philosophie oder Geschichtswissenschaften zählen.

Demgegenüber widmet sich die Medienforschung der Analyse von Medieninhalten sowie ihrer individuellen und kollektiven Nutzungs- und Rezeptionsmuster. Ihre Funktion reicht dabei jedoch weit über eine reine Bestandsaufnahme, wer welchen Sender sieht oder wer welches Medium bevorzugt, hinaus. Auch die Bedürfnisse und Motive sowie die Einbettung der Mediennutzung in das Alltagshandeln oder die Mediensozialisation sind beispielsweise Themen, mit denen sich die Medienforschung befasst.

Objekte der Bildungs- und Medienforschung nähern sich einander an

Die Gegenüberstellung dieser beiden Definitionen verleitet also zunächst zu der Annahme, dass es sich bei der Bildungs- und der Medienforschung um zwei sehr unterschiedliche, leicht voneinander abgrenzbare Disziplinen mit klar se-

parierbaren Gegenständen handelt. Doch wie weit sind die Objekte dieser beiden Forschungsrichtungen heute tatsächlich noch voneinander entfernt, wenn das Lernen mit Medien immer stärker in die alltägliche Mediennutzung eingebettet ist?

Informelles, selbstgesteuertes Lernen mit Medien nimmt zu

So fördern beispielsweise die zunehmende Popularität von Web 2.0 und die damit verbundene Verschmelzung ehemals getrennter Rollen von Editoren und Nutzern das informelle, selbstgesteuerte Lernen mit Medien – das daher häufig auch mit dem Terminus „E-Learning 2.0“ bezeichnet wird.[1] Doch nicht nur bei der Computernutzung, sondern auch bei der Lektüre von Zeitungen, Zeitschriften und Büchern oder der Rezeption von Fernseh- und Radioprogrammen wird oftmals informell gelernt: Wissen und Kompetenzen werden erworben, ohne dass dies zwingend ein Motiv für die Mediennutzung darstellt. Vor diesem Hintergrund rücken informelle, selbstorganisierte Lernprozesse mehr und mehr in den Fokus der Bildungsforschung. Ein Blick auf die bildungswissenschaftliche Beschäftigung mit diesem Phänomen zeigt jedoch auch, dass dabei häufig nicht der gesamte Mediennutzungsprozess betrachtet, sondern das Lernen vielmehr als singuläre Handlung erforscht wird.

Lernaspekt in Mediennutzungsforschung bisher vernachlässigt

Die Medienforschung hingegen hat sich schon immer den vielfältigen Motiven und Modi der Rezeption als ihrem genuinen Gegenstand gewidmet und dabei ein vielfältiges Methodenspektrum eingesetzt: Verschiedene sozialwissenschaftliche Methoden wurden an den Forschungsgegenstand angepasst, einige sogar eigens dafür entwickelt. Die Betrachtung standardisierter Mediennutzungsstudien macht aber gleichzeitig deutlich, dass der Aspekt des medialen Lernens bei der umfassenden Erörterung der Nutzung audiovisueller und gedruckter Medien bis heute weitgehend unberücksichtigt geblieben ist.

---

[1] Dabei muss diese Art des Lernens nicht zwingend in didaktisierten Lernumgebungen stattfinden. Prinzipiell sind alle informierenden (sowie auch unterhaltende) Webangebote dazu geeignet, informell Wissen oder Kompetenzen zu erwerben.

So werden beispielsweise im Rahmen der regelmäßig von ARD und ZDF durchgeführten *Langzeitstudie Massenkommunikation* zahlreiche Mediennutzungsmotive abgefragt, die das Lernen zumindest nicht explizit berücksichtigen. Zwar ließe sich anhand von Aussagen wie „Weil ich mich informieren möchte“ oder „Weil ich Denkanstöße bekomme“ ein Hinweis auf ein implizites Lernbedürfnis unterstellen. Eine fundierte Aussage über informelle, massenmedial initiierte bzw. basierte Lernprozesse ist anhand der so generierten Befunde jedoch nicht möglich, wenngleich auch nicht beabsichtigt. (Vgl. Reitze / Ridder 2006)

Vorteile einer Allianz von Bildungs- und Medienforschung

Somit haben sich Bildungs- und Medienforschung bisher weitgehend unabhängig voneinander mit der Nutzung von Medien beschäftigt und dabei verschiedene Aspekte fokussiert. Das Ergebnis ist eine Vielzahl singulärer Befunde, zwischen denen sich aufgrund heterogener Untersuchungsdesigns oft nur schwer eine Verbindung herstellen lässt. Angesichts der fortschreitenden Annäherung ihrer Forschungsobjekte kann man den beiden Disziplinen also empfehlen, eine Allianz einzugehen. Dann nämlich könnten die spezifischen Fragestellungen der Bildungsforschung den nutzungsfokussierten Blickwinkel der Medienforschung erweitern, während die Methoden der Medienforschung die Bildungsforschung bereichern könnten. Die Anwendungspotenziale einiger dieser Methoden sollen nachfolgend exemplarisch skizziert werden.

Tagesablauferhebung identifiziert Mediennutzung im Alltag

In der Mediennutzungsforschung werden mit der Methode der Tagesablauferhebung die Tätigkeiten der Befragten während eines gesamten Tagesablaufs in Viertelstundenintervallen erhoben. Dieses Verfahren stützt sich auf mündlich-persönliche bzw. telefonische Interviews, die unter anderem im Rahmen der Langzeitstudie Massenkommunikation eingesetzt werden. Die auf diese Weise generierten Ergebnisse geben Aufschluss über Relevanz und Rolle einzelner Medien im Tagesverlauf, Medienzeitbudgets sowie parallel ausgeführte, nicht-mediale Tätigkeiten. Diese werden beispielsweise in Kategorien wie Schlafen,

Körperpflege/Anziehen, Hausarbeiten, Essen/Mahlzeiten, Berufsarbeit zu Hause, Unterwegs im Auto und Schule/Studium erfasst. (Vgl. Fritz/Klingler 2006)

Auf diese Weise lässt sich nicht nur die Tagesablaufstruktur der deutschen Bevölkerung beschreiben, auch eine Differenzierung der Mediennutzung nach dem Ort ist möglich. Außerdem können zeitliche Nutzungsschwerpunkte einzelner Medien bestimmt werden. Somit lassen sich beispielsweise das Radio als Tagesbegleiter oder das Fernsehen als primär in den Abendstunden genutztes Medium identifizieren. (Vgl. ebd.)

Auch bei der Analyse von Bildungsprozessen lässt sich die Methode der Tagesablauferhebung vielfältig einsetzen. Zum Beispiel können informelle Lernprozesse oder der Gebrauch von Medien zu Lernzwecken nachvollzogen werden. Im Zusammenhang mit der Erforschung des Einsatzes Neuer Medien zur Qualitätssteigerung in der Berufsbildung ließe sich mit dieser Methode ermitteln, welche Medien von den Auszubildenden im Laufe eines bestimmten Zeitraums zum formellen und informellen Lernen genutzt werden.

Biografische Interviews machen Mediensozialisation transparent

Aus der Tradition der Cultural Studies stammt eine weitere Methode, die ebenfalls im Rahmen der Medienforschung eingesetzt wird: Mittels biografischer Interviews („Oral History“) lassen sich die Mediensozialisation und somit die Rolle und Relevanz von Medien im Lebensverlauf nachzeichnen. Verschiedene Studien zu Themen wie „Computersozialisation“, „Lesesozialisation“ oder „Fernsehen in der DDR“ haben diese Methode zur Erforschung ihres Untersuchungsgegenstandes verwendet (vgl. Michel/Goertz 1999, Eggert/Garbe 1995, Meyen 2003).

Im Rahmen der Bildungsforschung können biografische Interviews beispielsweise dazu genutzt werden, die Bedeutung bestimmter Medien im Lebensverlauf und den heutigen Einfluss dieser Erfahrung auf den Mediengebrauch im Lernprozess zu ermitteln. Außerdem können auf diese Weise die Herausbildung von Lerngewohnheiten (Lernsozialisation) sowie die Lernstile unterschiedlicher Zielgruppen sichtbar gemacht werden. Schließlich erlauben biografische Inter-

views auch das Nachzeichnen von Karrierewegen sowie die Identifikation auslösender Situationen für Karriere-Entscheidungen.

Gruppendiskussionen aktualisieren tiefer liegende Meinungen

Eine weitere sozialwissenschaftliche Erhebungsmethode, die häufig in der Medienforschung eingesetzt wird, ist die Gruppendiskussion. Dabei wird eine durch den Forscher zusammengestellte Gruppe von Personen gebeten, innerhalb eines definierten Zeitraums über ein festgelegtes Thema unter Leitung eines Moderators zu diskutieren. Gruppendiskussionen erlauben die Aktualisierung tiefer liegender Meinungen und können spontane Reaktionen provozieren. Aufgrund ihrer Nähe zu alltäglichen Gesprächssituationen schaffen sie im Allgemeinen eine freundliche, entspannte Atmosphäre und ermöglichen den Nachvollzug individueller und gruppeninterner Meinungsbildungsprozesse. In der sozialwissenschaftlichen Forschung steht bei der Anwendung von Gruppendiskussionen die Erfassung von Meinungen und Einstellungen im Vordergrund; gruppenspezifische Verhaltensweisen hingegen stellen selten das primäre Erkenntnisziel dar. (Vgl. z.B. Lamnek 2005)

Wie auch andere qualitative Verfahren eignet sich die Methode der Gruppendiskussion insbesondere für die Exploration bisher noch weitgehend unerforschter Untersuchungsgegenstände, die Diskussion und Optimierung von Konzepten sowie zur schnellen Erfassung von Einzelmeinungen. Besonders in der angewandten Medienforschung sind Gruppendiskussionen daher ein beliebtes und häufig verwendetes Mittel, neue Sendungskonzepte oder auch Moderatoren beurteilen zu lassen und Optimierungsvorschläge zu sammeln.

Auch bei der wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Thema Lernen können Gruppendiskussionen wichtige Ergebnisse liefern, die in Form qualitativer Daten sowohl zur Exploration unbekannter, als auch zur Vertiefung bereits analysierter Untersuchungsthemen verwendet werden können. Geeignete Forschungsfragen, für deren Beantwortung sich der Einsatz von Gruppendiskussionen anbietet, sind beispielsweise die Erfahrungen von Lehrenden und Lernenden mit neuen Lernmedien sowie deren Akzeptanz. Auch Bewertungen von Lernangeboten, Ausbildungsberufen oder Curricula lassen sich mittels dieses

Verfahrens vornehmen. Vorstellbar ist darüber hinaus, dass auch konkrete Lernbedürfnisse von Studienteilnehmern im Rahmen von Gruppendiskussionen ermittelt werden können.

Schließlich eignet sich diese Methode auch für die Entwicklung von Szenarien für Lernformen bzw. Lernumgebungen. Im Zusammenhang mit der Erforschung des Einsatzes Neuer Medien zur Qualitätssteigerung in der Berufsbildung ließe sich beispielsweise mit dieser Methode ermitteln, welche Lernerfahrungen Auszubildende mit welchen Medien gemacht haben.

Automatische Messverfahren machen Navigationsverhalten sichtbar

Um das Navigationsverhalten von Internetnutzern sichtbar zu machen, bedient sich die angewandte Medienforschung häufig automatischer Messverfahren wie Logfile-Analysen oder der Protokollierung von Tastatureingaben. Die auf diesem Wege gewonnenen Daten können außerdem für eine Validierung von Befunden verwendet werden, die im Rahmen von Nutzerbefragungen generiert wurden.

Für die Bildungsforschung hält auch diese Methode zahlreiche Anwendungsoptionen bereit – insbesondere bei der wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem computergestützten Lernen: Hier können automatische Messverfahren dazu beitragen, das personenspezifische Entscheidungsverhalten innerhalb virtueller Lernangebote sichtbar zu machen; auch Aussagen über die Usability von E-Learning-Arrangements lassen sich auf Basis dieser Daten treffen. Analysiert werden kann ferner das strukturelle Kommunikationsverhalten innerhalb von virtuellen Lerngruppen, beispielsweise in Chats oder Foren virtueller Communities. Schließlich lassen sich auch die bereits beschriebenen Tagesablauferhebungen sowie Befragungsdaten mittels automatischer Messverfahren validieren.

Methoden erweitern Instrumentarium der Bildungsforschung

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die von der Medienforschung verwendeten Methoden das Instrumentarium der Bildungsforschung erweitern

und dabei gleichzeitig Impulse für innovative Untersuchungsdesigns geben können. Dies gilt insbesondere für die Erforschung informeller, computerbasierter Lernprozesse, die mit Stichworten wie „Web 2.0“ oder auch „E-Learning 2.0“ assoziiert werden können. Angesichts der großen Schnittmenge, die Fragen und Untersuchungsobjekte von Bildungs- und Medienforschung in diesem neuen Forschungsfeld aufweisen, können auf Basis einer solchen Allianz viele neue Erkenntnisse befördert werden, die für beide Disziplinen eine Bereicherung darstellen.

Praktische Beispiele für eine solche Allianz können übrigens in dem kürzlich von Dr. Lutz P. Michel herausgegebenen Buch „Digitales Lernen. Forschung – Praxis – Märkte. Ein Reader zum E-Learning.“ nachgelesen werden. In diesem Sammelband haben die Mitarbeiter des MMB-Instituts ihre Erfahrungen mit dem Einsatz medienspezifischer Methoden bei der Erforschung von Bildungsthemen dokumentiert.

Literatur

Eggert, Hartmut / Christine Garbe (1995): Literarische Sozialisation. Stuttgart.

Fritz, Irina / Walter Klingler (2006): Medienzeitbudgets und Tagesablaufverhalten. Ergebnisse auf Basis der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation 2005. In: Media Perspektiven 04/2006, S. 222-234.

Lamnek, Siegfried (2005): Gruppendiskussion. Theorie und Praxis. Weinheim.

Meyen, Michael (2003): Denver Clan und Neues Deutschland. Mediennutzung in der DDR. Berlin.

Michel, Lutz P. (Hrsg.) (2006): "Digitales Lernen. Forschung - Praxis - Märkte". Ein Reader zum E-Learning. Norderstedt.

Michel, Lutz P. / Lutz Goertz (1999): Arbeitsmarkt Multimedia: Trends und Chancen. Qualifikationsprofile und Karrierewege in einer Zukunftsbranche. Berlin.

Reitze, Helmut / Christa-Maria Ridder (Hrsg.) (2006): Massenkommunikation VII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2005. Baden-Baden.

Kontakt:

Julia Flasdick M.A.

MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung
Folkwangstr. 1
45128 Essen

Tel.: 0049 (0)201 720 27 24
E-Mail: flasdick@mmb-institut.de
Internet: www.mmb-institut.de