

# Forschungsfragen und -methoden der Medienpädagogik

Medienpädagogische Forschungsfragen ergeben sich immer dort, wo Subjekte (Rezipierende, Akteure usw.) mit und in Medien handeln. Durch die immer größere Durchdringung von Medien in der Gesellschaft breiten sich auch medienpädagogische Fragestellungen aus. Analog zu den verschiedenen Strömungen können auch in der medienpädagogischen Forschung unterschiedliche Forschungsparadigmata und -methoden zum Einsatz kommen, von der Medienwirkungsforschung über biographische Medienforschung bis zu Inhaltsanalysen, um nur einige wenige aus dem Handbuch Medienpädagogik (Sander von Gross & Hugger, 2008) aufzuführen. Kritisch merkt Petko (2011) allerdings zu Recht an, dass diese dort vorgestellten Methoden immer noch in ihren Herkunftsdisziplinen (kommunikationswissenschaftliche oder mediensoziologische und -psychologische Forschungszugänge) verankert sind, „Erkenntnisse über medienpädagogische Praxis“ (ebenda, Herv. im Original) sind allerdings mit diesen Forschungszugängen nicht immer zu finden (S. 247).

Zur besseren Einordnung soll aber ein Blick zurück geworfen werden. Am Anfang der Beschäftigung mit Medien in der Gesellschaft haben in der Medienforschung vor allem Fragestellungen interessiert, die sich mit den Wirkungen von Medien auf die/den Rezipierenden beschäftigt haben, sogenannte Rezeptionsforschung. Aus Richtung der Kommunikationswissenschaft wurde unter pädagogischer Perspektive vor allem die Wirkung von Gewalt, Sexualität und Werbung auf Kinder und Jugendliche untersucht. Studien waren meist *quantitativ orientiert*.

Diese Ausrichtung speiste sich aus zwei Richtungen: Zum einen war dies meist das vorherrschende Forschungsparadigma der „Heimatdisziplinen“ wie Psychologie, Pädagogik oder Medienwissenschaft, zum anderen lehnte sich das Medienverständnis stark an das Stimulus-Response-Modell an. Wenn Medien im Vordergrund stehen, lautet demnach die zentrale Frage: „Wie wirken Medien auf die Rezipientinnen und Rezipienten?“ Charakteristisch für quantitative Medienforschung ist die primäre Orientierung an Hypothesen, die eine Ursache-Wirkungs-Relation postulieren.

Zur Datengewinnung werden meist Fragebogenstudien oder Experimente durchgeführt (Möller, 2008, 310). Neuere Entwicklungen im Bereich quantitativer Medienforschung integrieren Verfahren datenbasierter Typenbildung wie Cluster- oder Korrespondenzanalysen, da die bisherigen Indikatoren gesellschaftlicher Heterogenität wie Alter oder Schicht nicht mehr ausreichen, um homogene Untergruppen zu bilden (Möller, 2008, 312).

Ebenso finden sich zu Beginn medienpädagogischer Fragestellungen auch an der Medienwirkungsforschung orientierte Studien, die der Frage nachgehen, wie ein medialer Reiz auf ein Individuum wirkt. So wurden vor allem bis in die 1950er-Jahre PR-Kampagnen und Werbemaßnahmen sowie politische Kampagnen untersucht (Grimm, 2008, 320). Methodisch kamen meist Inhaltsanalysen medialer Produkte zum Einsatz, aus deren Quantität dann auf die Wirkung beim Individuum geschlossen wird. Inhaltsanalysen und Rezeptionsforschung verweisen aber meist auf punktuelle Ergebnisse (ebenda, 253). Somit gibt es Probleme, sollen einzelne Wirkungen direkt auf Medien zurückgeführt werden: „Aus ihrer Komplexität folgt, dass das, was mit dem globalen Begriff der Wirkung bezeichnet wird, in Wahrheit ein nicht bis ins letzte zu entwirrendes Geflecht ist von Wirkung, Gegenwirkung, Wechselwirkung, von Neben-, Mit- und Nachwirkung, von kurzfristigen und langfristigen, von offenen und latenten, von kognitiven und emotionalen, von teils einander verstärkenden, teils einander neutralisierenden Wirkungen“ (Merkert, 1992, 27).

Demgegenüber beschäftigt sich **qualitative Medienforschung** mit der zentralen Frage „Was macht der Mensch mit den Medien, die er in Gebrauch nimmt, im Kontext und in Bezug auf seine soziale Umwelt?“ (Theunert, 2008, 302). Es geht also vor allem um Medienaneignung durch das rezipierende Subjekt. Medienaneignung umfasst so Nutzungsstrukturen, also zum Beispiel die Auswahl eines Medienprodukts, oder auch Präferenzen, aber auch qualitative Dimensionen wie Wahrnehmung von Inhalten sowie deren Bewertung und Verarbeitung. Ausgehend davon haben sich Fragestellungen entwickelt, die nach den Motiven von Mediennutzenden fragen, sich Medien zuzuwenden oder diese zu nutzen (Gehrau, 2008, 341ff). Diese werden in qualitativen Untersuchungsdesigns meist an Einzelfällen in der Tiefe untersucht. Auch biographische (z. B. Ganguin, 2008) oder ethnographische Methoden (Bergmann, 2008) werden im Bereich qualitativer Medienforschung eingesetzt. Der medienbiographische Ansatz thematisiert die Bedeutung und Rolle von Medien für die Biographiekonstruktion und -rekonstruktion von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen (Ganguin, 2008, 335), während der medienethnographische Ansatz soziale und kulturelle Praktiken in Bezug auf Medien mit ethnographischen Methoden untersucht.

In den letzten Jahren haben sich ausgehend von einer Kritik vor allem in der empirischen Bildungswissenschaft auch Verfahren herauskristallisiert, die unter dem Stichwort Design-Based Research oder **Entwicklungsorientierte Bildungsforschung** (Reinmann & Sesink, 2011) auch in der Medienpädagogik diskutiert werden (z.B. Tulodziecki et al., 2013). So weist u.a. Gabi Reinmann auf Limitationen traditioneller Ansätze bildungswissenschaftlicher Forschung hin, welche die Frage nach dem Nutzen meist nachrangig thematisiert. Gerade aber für die Medienpädagogik als Handlungswissenschaft ist die Frage nach der Entwicklung und Gestaltung von medial geprägten Bildungsprozessen essenziell und kann nicht aus dem Forschungsinteresse verbannt werden (Reinmann & Sesink, 2011, 3). Vielmehr werden gerade Entwicklungen der Praxis wissenschaftlich untersucht, um diese zu verbessern, gleichzeitig aber auch Theoriegewinnung zu betreiben.

Doch wie oben schon angedeutet, ist es auffällig, dass genuin medienpädagogische Fragestellungen beispielsweise auch hinsichtlich einer Gestaltung von medialen (Lern-)Umgebungen oftmals wenig thematisiert werden (Petko, 2011), ebenso wie eine Kombination von praxisverändernder und wirkungsorientierter Forschung fehlt. Aber auch sonstige medienpädagogische Forschung wird durchaus als defizitär eingeschätzt. So konstatiert auch Hoffmann (2013): „Der Forschungsbedarf ist aufgrund der Ausdifferenzierung der Medien und

zugleich Konvergenz der Medien groß“ (S. 24).

“

?

Reflexionsfragen:

- Welche Richtungen medienpädagogischer Forschung gibt es?
- Wie unterscheiden sich die unterschiedlichen Forschungsrichtungen im Bereich Medienpädagogik zum einen im Blick auf die Medien, zum anderen mit Blick auf Akteure im Medienhandeln?

---

Revision #1

Created 28 February 2025 21:11:33 by Bernd Grabner

Updated 28 February 2025 21:11:33 by Bernd Grabner