

Dieter Baacke · Erich Schäfer
Klaus Peter Treumann · Ingrid Volkmer

Neue Medien und Erwachsenenbildung



Walter de Gruyter · Berlin · New York 1990

Inhalt

1	Einleitung	1
1.1	Ausgangspunkt und Problemstellung	1
1.2	Rahmenbedingungen	1
1.2.1	Das Weiterbildungsgesetz von Nordrhein – Westfalen	2
1.2.2	Die Dortmunder Weiterbildungslandschaft	3
1.2.3	Der Kabelfunk Dortmund	4
1.3	Zur Anlage der Studie	6
1.4	Danksagungen	10
2	Ergebnisse der Befragung von Kabelprojektteilnehmern	13
2.1	Sekundäranalytische Auswertung von GfK – Daten	13
2.1.1	Zum methodischen Vorgehen	13
2.1.2	Ergebnisse der Sekundäranalyse	14
2.1.2.1	Der Zusammenhang zwischen sozioökonomischem Status und sozialem, politischem sowie lokalem Engagement	14
2.1.2.2	Stadtteilverbundenheit und soziales, kulturelles sowie weiterbildungsbezogenes Engagement	16
2.1.2.3	Kontakt und Auseinandersetzung mit Medienproduzenten in Abhängigkeit von bildungsbezogenen Aktivitäten oder vice versa?	17
2.1.2.4	Fernsehkonsument und Weiterbildungsaktivitäten	19
2.1.2.5	Sozioökonomischer Status und Art des als Informationsquelle genutzten Massenmediums	19
2.1.2.6	Sozioökonomischer Status und Freizeitverhalten	20
2.2	Radio und Fernsehen als Bildungsmedien: 1. Welle	21
2.2.1	Fragestellung	21
2.2.2	Methodisches Vorgehen	22
2.2.3	Zur Charakterisierung der Befragtenstichprobe der ersten Befragungswelle	22
2.2.4	Bildung als persönlich und sozial erwünschtes Gut	25
2.2.5	Zum Verhältnis von Lernen und Neuen Medien	27
2.2.5.1	Fernsehen und Hörfunk als Medien für beiläufiges Lernen	27
2.2.5.2	Fernsehen und Hörfunk als Medien für intentionales Lernen	35
2.2.6	Zur Bedeutung von Spartenkanälen und Radio Dortmund als Programmträger für Lernaktivitäten	41

2.2.7	Zum Verhältnis von Angeboten der Neuen Medien und den Einrichtungen der Weiterbildung	44
2.2.8	Nutzung spezieller Bildungsangebote in Fernsehen und Hörfunk	46
2.2.9	Motive zur Nutzung spezieller Bildungsangebote im Fernsehen	47
2.2.10	Funktionen von Fernsehsendungen zum Lernen	48
2.2.11	Informationsquellen für bildende Fernseh- und Rundfunksendungen	49
2.2.12	Ablehnungsgründe für medienbezogene Lernaktivitäten	51
2.2.13	Der Bildungskanal als Zielgruppenprogramm	52
2.2.14	Audiovisuelle Medien und Weiterbildungsveranstaltungen im Vergleich	56
2.2.15	Einschätzung des Medienverbundes auch im Vergleich zu konkurrierenden Lernwegen	59
2.2.16	Teilnahme von Kabelprojektteilnehmern an Weiterbildungsveranstaltungen	60
2.2.17	Nutzungsfrequenz der Veranstaltungen unterschiedlicher Anbieter von Weiterbildung	61
2.2.18	Motive für den Besuch von Weiterbildungsveranstaltungen	66
2.2.19	Hauptinformationsquellen für Weiterbildungsangebote	68
2.2.20	Nutzen und Ertrag von Weiterbildungsveranstaltungen	69
2.2.21	Gründe für Weiterbildungsabstinenz	71
2.3	Weiterbildungsaktive und -distanzierte Kabelprojektteilnehmer im Vergleich	72
2.3.1	Fragestellung und methodisches Vorgehen	72
2.3.2	Merkmale von Weiterbildungsaktiven	73
2.3.3	Der Stellenwert von Bildung für Weiterbildungsaktive und -distanzierte	74
2.3.4	Nutzung von Fernsehen und Hörfunk für Lernaktivitäten	74
2.3.5	Inzidentelles Lernen	75
2.3.6	Intentionales Lernen	76
2.3.7	Nutzung spezieller Bildungsangebote	76
2.3.8	Zur Konkurrenz von medialen Bildungsangeboten und Weiterbildungsveranstaltungen	77
2.3.9	Hinderungsgründe für die Nutzung audiovisueller Medien zum Lernen	78
2.3.10	Informationsquellen für bildungsbezogene Sendungen	78
2.3.11	Nutzungsfrequenz des Bildungskanals	80
2.3.12	Gründe gegen eine Nutzung des Bildungskanals	80

2.3.13	Meinungen zur Einrichtung eines eigenen Bildungskanals	81
2.3.14	Audiovisuelle Medien und Weiterbildungseinrichtungen im Vergleich	82
2.3.15	Nutzung der Printmedien und der Neuen Medien als Informationsquellen	84
2.3.16	Attraktivität des Lernweges Medienverbund	85
2.3.17	Motive und Vorzüge für den Besuch von Veranstaltungen der Erwachsenenbildung	86
2.4	Radio und Fernsehen als Bildungsmedien: 2. Welle	87
2.4.1	Nutzungsmuster audiovisueller Medien	88
2.4.2	Präferenzen unterschiedlicher Lernwege	92
2.4.3	Einstellungen zur Einrichtung eines eigenen Bildungs – und Kulturprogramms im Hörfunk	93
2.4.4	Programmwünsche an ein Bildungs – und Kulturprogramm im Hörfunk	95
2.4.5	Ablehnungsgründe für die Nutzung von Fernsehen und Hörfunk zum Lernen	96
2.4.6	Rezeption unterschiedlicher Sendarten des Fernsehens	99
2.4.7	Rezeption unterschiedlicher Sendarten des Hörfunks	104
2.4.8	Nutzungsintensität unterschiedlicher Fernseh – und Hörfunkprogramme	107
2.4.9	Motive für die Inanspruchnahme von Fernsehsendungen zum Lernen	111
2.4.10	Die Bedeutung des Fernsehens als Ergänzung von Weiterbildungskursen	112
2.4.11	Informationsquellen über Bildungsprogramme in den Medien	113
2.4.12	Lernen mit Printmedien und audiovisuellen Medien: Ein Vergleich zwischen Buch und Fernsehen	116
2.5	Intensivnutzer des Bildungskanals	121
2.5.1	Untersuchungsziele und methodisches Vorgehen	121
2.5.2	Soziodemographische Merkmale	123
2.5.3	Mediennutzung und Weiterbildungsverhalten	124
2.5.3.1	Allgemeine Mediennutzung zu Bildungszwecken	124
2.5.3.2	Programmwünsche an einen Bildungskanal	129
2.5.3.3	Lernwege und Lernstrategien	131
2.5.3.4	Stellenwert von Bildung und Weiterbildungsaktivitäten	137
2.5.4	Typologie der Intensivnutzer	138
2.5.4.1	Die an Fremdsprachen Interessierten	138

2.5.4.2	Die unterhaltungsorientierten Älteren	141
2.5.4.3	Die an gesellschaftlicher Teilhabe interessierten Arbeiter	143
2.5.4.4	Die an Unterrichtsmaterialien interessierten Pädagogen	145
2.5.4.5	Die an Allgemeinbildung interessierten beruflich Etablierten	148
2.5.5	Gemeinsamkeiten in der Bewertung des Bildungskanals	150
3	Ergebnisse der Befragung von Erwachsenenbildungsinstitutionen	153
3.1	Institutionsspezifische Aspekte	153
3.1.1	Typologie der Dortmunder Weiterbildungseinrichtungen in ihrer Einstellung zum Kabelpilotprojekt	153
3.1.1.1	Die Engagierten	153
3.1.1.2	Die abwartend Interessierten	154
3.1.1.3	Die Resignierten	155
3.1.1.4	Die Ambivalenten	155
3.1.1.5	Die Desinteressierten	156
3.1.1.6	Fazit	156
3.1.2	Ergebnisse der Institutionenbefragung von 1986	158
3.1.2.1	Die Haltung der Erwachsenenbildungsträger zum Kabelpilotprojekt	158
3.1.2.2	Die Haltung der Leitung der Weiterbildungseinrichtungen zum Kabelpilotprojekt	161
3.1.2.3	Die Haltung der hauptamtlichen pädagogischen Mitarbeiter zum Kabelpilotprojekt	163
3.1.2.4	Zur Rolle der Weiterbildungslehrer und Kommunikationshelfer	164
3.1.2.5	Zum Einsatz von Informations- und Kommunikationstechniken in der Verwaltung	166
3.1.2.6	Zur Rolle der Kursleiter	167
3.1.2.7	Das Klientel der Weiterbildung	169
3.1.2.8	Das Veranstaltungs- und Fortbildungsangebot zum Themenkomplex 'Neue Informations- und Kommunikationstechniken'	171
3.1.2.9	Kabelanschluß, medientechnische Ausstattung und Medieneinsatz	173
3.1.3	Ergebnisse der Institutionenbefragung von 1988	176
3.1.3.1	Die Mitarbeiter der Weiterbildungsinstitutionen und das Kabelpilotprojekt: Einstellungen, Nutzung der Programme und aktive Medienarbeit	176
3.1.3.1.1	Hauptamtliche pädagogische Mitarbeiter	176
3.1.3.1.2	Kursleiter	177

3.1.3.1.3	Erfahrungen der Kommunikationshelfer in einem neuen Arbeitsfeld	178
3.1.3.2	Zur Resonanz der Kursteilnehmer auf das Kabelpilotprojekt	178
3.1.3.3	Einstellung zu und Nutzungsprofile von 'Neuen Informations- und Kommunikationstechniken'	179
3.1.3.3.1	Computer	179
3.1.3.3.2	Bildschirmtext	180
3.1.3.4	Veranstaltungsangebot im Bereich 'Neue Informations- und Kommunikationstechniken'	181
3.2	Kooperationsbeziehungen der Weiterbildungseinrichtungen	182
3.2.1	Kooperation innerhalb des quartären Bildungssektors	182
3.2.2	Zur Entwicklung des lokalen Medienverbundes	183
3.2.3	Kritik und Verbesserungsvorschläge zur Arbeit eines lokalen Medienverbundes	185
3.3	Die Beziehungen der Weiterbildung zur Projektstelle des Westdeutschen Rundfunks	186
3.3.1	Die Einstellungen zum Kabelfunk	186
3.3.2	Formen der Zusammenarbeit mit dem Kabelfunk	187
3.3.3	Mitwirkung an Fernsehproduktionen	190
3.4	Auswirkungen des Kabelpilotprojekts auf die Weiterbildung	191
3.4.1	Veränderungen innerhalb der Weiterbildungseinrichtungen	191
3.4.2	Veränderungen in der Dortmunder Weiterbildungslandschaft	194
3.5	Neue Aufgaben der Weiterbildung infolge des Landesrundfunkgesetzes	195
3.5.1	Mögliche Formen der Beteiligung von Weiterbildungseinrichtungen am lokalen Rundfunk	198
3.5.1.1	Präferenzen im Meinungsbild	202
3.5.1.2	Profile der Szenarien	202
3.5.1.3	Faktoren des Meinungsbildungsprozesses	204
3.5.1.4	Sonstige Beteiligungsformen am lokalen Rundfunk	204
3.5.2	Voraussetzungen und Bedingungen für eine Beteiligung der Weiterbildung am lokalen Rundfunk	207
3.5.3	Umsetzungsprobleme des Landesrundfunkgesetzes	211
3.5.4	Möglichkeiten der Klientelerweiterung durch die Beteiligung am lokalen Rundfunk	214
3.5.5	Resümee und Ausblick	216

4	Lokaler Medienverbund	219
4.1	Planungskoordination	219
4.2	Eigenproduktionen der Weiterbildungseinrichtungen	221
4.3	Serviceleistungen des Adolf – Grimme – Instituts	221
4.4	Chancen eines Programmverbundes	222
4.5	Resümee	223
5	Bildungsrelevante Programmangebote	225
5.1	Bildungswerbung als Programmangebot	225
5.1.1	Modelle des Lokalen Medienverbunds zur Bildungswerbung	228
5.1.2	Inhaltsanalytische Auswertung von drei Sendungen zur Bildungswerbung	232
5.1.2.1	„Volkshochschule stellt sich vor“	236
5.1.2.2	„Weiterbildung für Frauen“	240
5.1.2.3	„Bildungsjournal“ (Mai, 1987)	245
5.1.3	Bildungswerbung – Zielgruppenwerbung?	249
5.2	Angebot, Akzeptanz und Nutzung von Bildungs – und Kulturprogrammen	252
5.2.1	Bildung und Kultur als Programmauftrag – Anspruch und Wirklichkeit	252
5.2.2	Zur Konzeption des Bildungskanals „Die kluge Sieben“	256
5.2.3	Akzeptanz des Bildungskanals „Die kluge Sieben“	258
6	Perspektiven, Aufgaben und Empfehlungen	269
6.1	Bevölkerungsgruppen	270
6.2	Institutionen der Erwachsenenbildung/Weiterbildung	279
6.3	Bildungsrelevante Programmangebote	284
6.4	Lokale Rundfunkveranstaltungen	288
6.5	Empfehlungen für die Weiterbildung	291
6.6	Empfehlungen für Veranstalter von Rundfunkprogrammen	292
6.7	Empfehlungen zur Kooperation von Weiterbildungseinrichtungen und Rundfunkanstalten (insbesondere lokaler Rundfunk)	293
6.8	Empfehlungen für den Gesetzgeber	295
6.9	Empfehlungen für weitere Forschungen	296
7	Anmerkungen	299
8	Literatur	305