

Motivation und Medienkompetenz als zentraler Erfolgsfaktor für virtuelle Seminare

Kai J. Jonas¹, Margarete Boos & Joseph B. Walther

Virtuelle Seminare als eine Variante des Telelearning entwickeln sich mehr und mehr zu einer etablierten Lehr- und Lernform an Universitäten und in der Erwachsenenbildung. Fazit vieler abgeschlossener Seminarprojekte sind zwei, für Telelearning typische Problemfelder: die niedrige Medienkompetenz der Nutzer und die geringe Beteiligung an der Interaktion. Hohe Aussteigeraten sind Folge dieser Phänomene.

In der folgenden Studie sollen gestalterische Maßnahmen vorgeschlagen und individuelle Dispositionen ermittelt werden, die dieser Verhaltensweise entgegenwirken. In einem internationalen virtuellen Seminar, das von der Universität Göttingen und dem Rensselaer Politechnic Institute, Troy, NY, ausgerichtet wurde, sind diese Problemstellungen untersucht worden. Es wurden sowohl synchrone (chat) als auch asynchrone (shared workspace) Tools der computervermittelten Kommunikation eingesetzt und durch Newsboards der Dozenten ergänzt. Das Seminar umfaßte zwei Teile, eine Vorbereitungsphase innerhalb der Seminargruppe einer Nation und eine Phase der binationalen Zusammenarbeit in Kleingruppen. Zu verschiedenen Meßzeitpunkten (zu Beginn jeder Phase und am Ende des Seminars) erhielten die TeilnehmerInnen Fragebögen zu Motivation, Medienkompetenz, Gruppenidentifikation, Lern-/Arbeitstechniken und Kooperations- und Kommunikationsverhalten.

Neben deutlichen Unterschieden in der Identifikation und im Kooperationsverhalten ließ sich für die Beteiligung am Seminar und das inhaltliche Leistungsniveau der TeilnehmerInnen zeigen, daß diese deutlich mit den technischen Vorkenntnissen der TeilnehmerInnen zusammenhängen. Eine kontinuierliche Vermittlung von Kompetenz und Kommunikationssicherheit steigerte die Kommunikationsfrequenz und das inhaltliche Leistungsniveau. Entsprechend veränderte sich die Mediennutzung von überwiegend asynchroner zu gemischt synchron/asynchroner Kommunikation. Als weiterer starker Einflußfaktor konnte der Grad der intrinsischen Motivation ausgemacht werden, der durch den besonderen,

¹Georg-Elias-Mueller-Institut für Psychologie, Gosslerstr. 14, 37073 Goettingen Tel.: 0551/39-7949, kjonas@gwdg.de, http://www.psych.uni-goettingen.de/abt/6/fr_wirt_kaij1.html

internationalen Charakter des Seminars mitbedingt war. Unter diesen Bedingungen stellte die Sprachbarriere sogar nur eine geringe Hürde dar.

Aus den Ergebnissen werden Gestaltungshinweise für virtuelle Seminare und Implikationen für weitere Forschungs- und Lehrtätigkeit abgeleitet.

Schlüsselwörter: Virtuelles Seminar, Motivation, Medienkompetenz,