

Studie zum Lernen auf Social Media: Wie das Wissen bleibt

Mehr als schöne Bilder von Essen und Stränden: Eine neue Studie unter Federführung der Universität Duisburg-Essen zeigt, dass informelles Lernen auf Social Media möglich ist - sofern Inhalte dazu einladen, sich intensiver mit ihnen auseinanderzusetzen. Daraus lassen sich wichtige Erkenntnisse und Impulse für die politische Bildung ableiten. Ihr Ergebnis haben die Wissenschaftlerinnen nun in der renommierten Zeitschrift JCMC (Journal of Computer-Mediated Communication) [veröffentlicht](#).

Soziale Medien gelten oft als schlechte Informationsquelle: Doch entscheidend sei nicht das Medium selbst, sondern wie Inhalte verarbeitet werden - das betont Jana Dreston, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Fachgebiet Psychologische Prozesse der Bildung in sozialen Medien an der Universität Duisburg-Essen (UDE). Gemeinsam mit Dr. Luna Frauhammer (ehemals UDE) hat sie in einem Feldexperiment mit über 900 Teilnehmenden untersucht, wie gut sich wissenschaftliche Inhalte über Social Media vermitteln lassen.

Die Teilnehmenden erhielten an vier aufeinanderfolgenden Tagen Informationen über verschiedene Aspekte der Tiefsee - entweder über einen E-Mail-Newsletter oder über Instagram-Stories. Die Inhalte waren in allen Gruppen identisch und bestanden aus einem Titelslide sowie vier informativen Slides pro Tag. In einer der beiden Instagram-Gruppen wurden zusätzlich interaktive Fragen integriert, die gezielt zum Nachdenken anregen sollten. Diese knüpften an das Vorwissen der Teilnehmenden an - etwa mit Fragen wie: „Was weißt du bereits über die Tiefsee“. Sie wurden als Antwort-Sticker eingebunden und zuvor in einer Vorstudie getestet. In der Newsletter-Gruppe wurden exakt dieselben Inhalte in kompakter Textform vermittelt.

Das Ergebnis: Die Newsletter-Gruppe schnitt beim Wissenszuwachs zunächst am besten ab. Doch sobald die Instagram-Inhalte mit Denkanstößen versehen wurden, verschwand der Unterschied. Teilnehmende mit interaktivem Instagram-Content erinnerten sich an genauso viele Informationen wie jene, die den Newsletter erhalten hatten - und deutlich mehr als jene, die nur passiv Instagram-Inhalte konsumierten. Dreston erklärt: „Interaktive Elemente fördern eine tiefere kognitive Verarbeitung. Dadurch, dass Inhalte stärker verarbeitet werden, bleiben sie besser und länger im Gedächtnis gespeichert.“

Das zeigt: Lernen über soziale Medien ist sehr wohl möglich - wenn die Inhalte kognitiv anregen und zur Auseinandersetzung motivieren. Für Wissenschaftskommunikation und politische Bildung bietet das wertvolle Hinweise: „Wer über Instagram & Co. informieren will, sollte seine Zielgruppe nicht nur zum Liken animieren, sondern sie auch inhaltlich fordern“, so Dreston abschließend.

Weitere Informationen:

Die Studie finden Sie hier: <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmaf014>

Ein Beispiel für eine solche Instagram-Story sowie die zugehörige Newsletter-Version (auf Deutsch) ist unter folgendem Link verfügbar: <https://scinews.github.io/FaszinationTiefsee/Oekosystem>