

Exposé zur Masterarbeit

„Technikdidaktische Podcasts“

von Vinzenz Bräutigam; Stand: 18.04.2023

1 Ausgangspunkt

„Podcasts“ – ein Zusammenschluss aus den Wörtern „Pod“ (play on demand) und dem englischen broadcast (Eins 2022, S. 7; Schreyer 2019, 1f) – werden mittlerweile von 30% der Deutschen mindestens einmal pro Woche konsumiert (vgl. ARD/ZDF-Forschungskommission 2023). Diese Beliebtheit der Audiodateien auf einer Streaming-Plattform (mindline media GmbH 2023, S. 78) ergibt sich unter anderem, weil Podcasts im Gegensatz zu anderen Medienformaten, wie Videos, nebenbei – also beispielsweise während der Hausarbeit, dem Joggen oder auch der Autofahrt – konsumiert werden können (Eins 2022, S. 3). Zudem sind die Formate in der Dateigröße wesentlich kleiner, was mit einem geringen Datenvolumenverbrauch einhergeht und die Verfügbarkeit erhöht (Schreyer 2019, S. 12). Diese Vorteile erreichen eine breite Zielgruppe, welche ein vielfältiges Spektrum an Formaten und Themen konsumieren (Hammerschmidt 2022, S. 53). Podcasts lassen sich dabei auch als ein Element aktueller und zukünftiger Wissenschaftskommunikation sehen, denn Podcasts im Bereich oder mit der Ausrichtung von Wissens- und Lernbeiträgen zeigen sich als eine der am häufigsten konsumierten Podcastformate (mindline media GmbH 2023, S. 81). Dementsprechend könnte deren Nutzung die bereits umgesetzte Wissenschaftskommunikation der TUM-Technikdidaktik ergänzen und unterstützen. Das Netzwerk der TUM-Technikdidaktik bietet vielfältige Möglichkeiten an Themen und Personenkreisen, denn es erstreckt sich u. a. von Lehrkräfteaus- und -weiterbildung bzw. -professionalisierung über die Digitalisierung berufsschulischen Unterrichts bis hin zu zukünftigen Kompetenzen technischer Domänen sowie Entwicklungen im Segment der internationalen beruflichen Bildung (Professur für Technikdidaktik 2023).

2 Forschungsfrage

Vor dem Hintergrund einer zielführenden Wissenschaftskommunikation und in Verbindung des vielfältigen Kooperationsgefüges der Professur für Technikdidaktik sowie der erkennbaren Breite und „Gestaltungsfreiheit“ von Podcasts ergibt sich die Frage: Wie sieht ein schlüssiges Konzept für technikdidaktische Podcasts aus?

3 Theoretische-konzeptioneller Bezugsrahmen

Der theoretisch-konzeptionelle Bezugsrahmen greift zentral die Thematik der Wissenschaftskommunikation auf. Wissenschaftskommunikation kann dabei verstanden werden, als „alle Formen von auf wissenschaftliches Wissen oder wissenschaftliche Arbeit fokussierter Kommunikation, sowohl innerhalb als auch außerhalb der institutionalisierten Wissenschaft, inklusive ihrer Produktion, Inhalte, Nutzung und Wirkungen“ (Schäfer et al., 2015, S. 13). Je nach Kommunikationspartner:innen, spricht man daher von interner oder externer Wissenschaftskommunikation (Scheu und Schedifka, 2018, S. 178), welche neben der Vermittlung von Wissen auch weitere Funktionen, wie die Legitimation der Forschung oder der Generierung neuer Forschungsfragen und Themen einnehmen kann (Dernbach et al., 2013, S. 3–9; Scheu und Schedifka, 2018, S. 178). Die konkrete Kommunikation erfolgt dabei über sog. Kommunikationskanäle, wie bspw. Printmedien, TV-Sendungen, Zeitschriften aber auch Onlineformate und Podcasts (Scheu und Schedifka, 2018, S. 178).. In dem vorliegenden Gesamtthema sind an der Professur für Technikdidaktik über den Ansatz eines 360-Grad Feedbacks (Schober, 2022) spezifische Aussagen ermittelt worden, die für eine zielführende Kommunikation mit Kooperationspartnern, der Bildungsadministration, Studierenden, Forschenden und Lehrkräften genutzt werden können.

4 Methodische Umsetzung

Für die Entwicklung eines schlüssigen Konzepts zu technikdidaktischen Podcasts werden ausgehend von dem 360 Grad Feedback und dem Kooperationsgefüge zunächst die Zielgruppen bestimmt und diese in Verbindung mit relevanten technikdidaktischen Themen und Inhalten gesetzt. Die technikdidaktischen Themen und Inhalte werden dabei unmittelbar aus den Arbeiten der TUM Technikdidaktik abgeleitet. Davon ausgehend wird ein Kommunikationsziel festgelegt und die Zielgruppen in Personas - fiktiver Idealnutzer - überführt, an welchen das Podcast-Konzept ausgerichtet wird. Darauf aufbauend wird das Konzept verschriftlicht und ein Content-Plan für Themen und Termine erstellt, sowie ein Konzept exemplarisch umgesetzt. Die Erstellung der Podcast-Konzepte orientiert sich am Konzept nach Eins für die Erstellung von Podcasts im Journalismus (Eins 2022, S. 59–69).

5 Literatur

ARD/ZDF-Forschungskommission (2023): Infografik | ARD/ZDF-Forschungskommission. Online verfügbar unter <https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/ardzdf-onlinestudie/infografik/>, zuletzt aktualisiert am 09.03.2023, zuletzt geprüft am 09.03.2023.

Dernbach, Beatrice; Kleinert, Christian; Mündler, Herbert (2013): Einleitung: Die drei Ebenen. In: Christian Kleinert und Herbert Mündler (Hg.): Handbuch Wissenschaftskommunikation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (SpringerLink Bücher), S. 1–15.

Eins, Philipp (Hg.) (2022): Podcasts im Journalismus. Eine Einführung für die Praxis. Unter Mitarbeit von Franziska Walser. Springer Fachmedien Wiesbaden. Wiesbaden: Springer VS (Journalistische Praxis).

Hammerschmidt, Doris (2022): Das Podcast-Buch. Strategie, Technik, Tipps mit Fokus auf Corporate-Podcasts von Unternehmen & Organisationen. 2nd ed. 2022. München: Haufe; Imprint Haufe. Online verfügbar unter <https://link.springer.com/book/10.57088/978-3-648-15806-7>.

mindline media GmbH (2023): Online-Audio-Monitor. September 2022. Hg. v. Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM). Online verfügbar unter <https://www.online-audio-monitor.de/aktuelle-studie/>, zuletzt aktualisiert am 09.03.2023, zuletzt geprüft am 09.03.2023.

Professur für Technikdidaktik (2023): Homepage der Professur für Technikdidaktik. Hg. v. Technische Universität München. Online verfügbar unter <https://www.edu.sot.tum.de/td/startseite/>, zuletzt aktualisiert am 16.03.2023, zuletzt geprüft am 16.03.2023.

Schäfer, Mike S.; Kristiansen, Silije; Bonfadelli, Heinz (2015): Wissenschaftskommunikation im Wandel. Köln: Herbert von Halem Verlag.

Scheu, Andreas M.; Schedifka, Therese (2018): Wissenschaftskommunikation im Netz. Eine explorative Studie zur Nutzung webbasierter sozialer Kommunikationskanäle. In: Lutz Hagen, Corinna Lüthje, Farina Ohser und Claudia Seifert (Hg.): Wissenschaftskommunikation. Die Rolle der Disziplinen. Unter Mitarbeit von Lutz Hagen. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation, 1), S. 177–211.

Schober, Nicholas (2022): Potentiale und Chancen des 360-Grad Feedbacks in Theorie-Praxis-Kooperationen eines interdisziplinären Forschungs- und Lehrsegments. Unpublished Master Thesis. Technische Universität München, München. Professur für Technikdidaktik, zuletzt geprüft am 10.03.2023.

Schreyer, Stephan (2019): Podcasts in der Unternehmenskommunikation. Wie Sie mit strategischen Audioformaten Ihre Zielgruppen erreichen. Wiesbaden, Heidelberg: Springer Gabler (essentials). Online verfügbar unter <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-25704-0>, zuletzt geprüft am 07.03.2023.