

Wissenschaft bloggen – Studierende texten für eine jugendliche Leserschaft

Ein Blog in der Wissenschaft? Die Master-Studierenden des Studienprogramms „Applied Linguistics“ der Universität Bonn haben es ausprobiert und ein Semester lang populärwissenschaftliche Beiträge auf Englisch für eine reale, jugendliche Leserschaft gebloggt. Als Testlesende konnte ein Leistungskurs Englisch eines Troisdorfer Gymnasiums im Rahmen eines Kooperationsprojektes gewonnen werden

Im folgenden Interview berichtet Dr. Stefanie Pohle vom Lehrstuhl für Angewandte Englische Sprachwissenschaft an der Universität Bonn vom Hintergrund des Wissenschaftsblogs LAnuage MATters! , wie sie auf die Idee dazu kam und welche Erfahrungen sie damit gemacht hat.

Mit diesem Lehrprojekt schloss Frau Pohle gleichzeitig als erste Absolventin die E-Teaching-Qualifizierung der Universität Bonn ab und erhielt am 07.02.2017 ihr E-Teaching-Zertifikat.

Inhalt

Seite 1: Die Idee hinter dem Wissenschaftsblog „LAnuage MATters!“ und die praktische Umsetzung

Seite 2: Erfahrungen bei der Durchführung des Seminars, Lessons Learned und die Zukunft des LaMa-Blogs

Seite 1/2: Die Idee hinter dem Wissenschaftsblog „LAnuage MATters!“ und die praktische Umsetzung



Die Masterstudierenden und die Troisdorfer Schülerinnen und Schüler beim Abschlusstreffen am 8. Februar 2017. Foto: BAEL.

Frage: Sie kombinieren mit dem Wissenschaftsblog „Language MAatters!“ das Bloggen mit der Wissenschaft, zwei Bereiche also, die jeweils ihre eigene „Sprache“ haben. Wie passt das zusammen und welche Idee steckt dahinter?

Ein Blog ist ein Weg unter vielen, um Wissenschaft zu kommunizieren. Blogs unterscheiden sich sprachlich natürlich durchaus von traditionellen Publikationsformen in der Wissenschaft, etwa Forschungsartikeln oder Monographien. In der Regel sind Blogbeiträge sehr viel kürzer, fokussieren sich auf einen kleinen Teilaspekt einer Fragestellung, sind multimedial und haben deutlicher die Leser im Blick, mit denen die Autoren bzw. Autorinnen in direkten Kontakt treten können, beispielsweise über die Kommentarfunktionen unter den einzelnen Beiträgen. Für Wissenschaftler sind Blogs eine gute Möglichkeit, Forschungsergebnisse schneller der Öffentlichkeit zu präsentieren, als dies z.B. bei einem Journalbeitrag üblich ist, sich innerhalb ihrer Community an aktuellen Diskussionen zu beteiligen, aber auch ihr Forschungsgebiet einem interessierten Laienpublikum zugänglich zu machen.

Frage: Aus welchen Gründen haben Sie sich noch für das Format des Wissenschaftsblogs entschieden?

Nun, populärwissenschaftliche Formate erfreuen sich ja auch in anderen Medien immer größerer Beliebtheit: Es gibt unzählige Wissensreportagen, Science Slams, Wissenschaftsshows für Jung und Alt. Denken Sie nur mal an die Doku-Reihe „Terra X“ (die seit 1982 läuft!) oder an Sendungen wie „Wissen macht Ah!“ speziell für Kinder. Bei uns an der Uni Bonn läuft das z.B. das Programm der „Jungen Uni“ für Schülerinnen und Schüler unterschiedlicher Altersgruppen (<https://www.uni-bonn.de/studium/junge-uni>). Unser Projekt ist ein Teil davon.

Wir haben insbesondere Jugendliche im Alter von 15 bis 18 Jahren im Blick, für die Englisch eine Fremdsprache ist, die sie bisher überwiegend nur in der Schule gelernt haben. Wir möchten zeigen: (Sprach-)Wissenschaft existiert nicht nur im Elfenbeinturm Hochschule. Unser Forschungsgegenstand, die Sprache, ist allgegenwärtig und deshalb für jeden erfahrbar und untersuchbar. Dafür braucht man nicht einmal unbedingt ein Labor!

Frage: Haben Sie aus diesem Grund mit einem Troisdorfer Gymnasium zusammengearbeitet?

Ja, genau. Outreach-Aktivitäten werden an unserem Lehrstuhl für Angewandte Englische Sprachwissenschaft (Bonn Applied Linguistics BAEL: <http://www.linguistics.uni-bonn.de/>) sehr groß geschrieben. Das Troisdorfer Gymnasium Zum Altenforst (<https://www.altenforst.de/>) ist eine der offiziellen Partnerschulen der Universität Bonn. Der Kontakt

zwischen dem Lehrstuhl und dieser Schule existierte erst seit kurzem. Das Blogprojekt war daher eine tolle Gelegenheit, einerseits diesen Kontakt zu intensivieren und andererseits unsere anvisierte Leserschaft kennenzulernen und bei der Entstehung des Blogs direkt mit einzubinden. Möglich war das allerdings nur durch das große Engagement des Lehrers eines Englisch-Leistungskurses, Herrn Timo Brede, und natürlich seiner Schülerinnen und Schülern. Die Zusammenarbeit klappte hervorragend.

Frage: Wie lief dann das Seminar ganz konkret ab?

Das Seminar war eine verpflichtende zweistündige Überblicksveranstaltung zur Einführung in die Angewandte Sprachwissenschaft für die Masterstudierenden in unserem Programm "Applied Linguistics". Genau genommen war es eine wöchentliche vorlesungsbegleitende "Übung". Es stand jedes Mal ein anderes Thema auf dem Programm: Mein Kollege Herr Sickinger vermittelte in der Vorlesung Grundlagenwissen, das wir dann durch praktische Aufgaben und Diskussionen in der Übung vertieft haben. Einige Themen, besonders die in den ersten Wochen, ließen sich so hervorragend an einem Praxisbeispiel erarbeiten und diskutieren: z.B. Sprache & Medien, Fremdsprachenlernen oder Genreanalyse.

Language & the Media

#Instaslang - All you need to know about hashtags

Social networking has become an essential part of our everyday communication. There is plenty of different social media sites such as Facebook, Twitter, WhatsApp and Snapchat. In our blog, we would like to focus on Instagram communication.

How many of you have an Instagram account? Statistics show that Instagram is one of the most popular social communication apps that teenagers use. Although we are no longer teenagers, we love to use Instagram as well ☺.

Have you noticed that, as an Instagram user, the language when posting your pictures or when commenting on the photos of your friends differs from the language of face-to-face talk? There is an Instagram [slang](#), a special language shared only by the community of its users. That's why non-users of Instagram will probably feel confused and don't catch the meaning of, for instance, such terms as [#InstaSize](#), [#Bragram](#), [#NoFilter](#).

It is important to mention that slang language changes every day. Sometimes become old-fashioned and are no longer used and a lot of new words are being created. Thus even an experienced Instagram user sometimes feels a bit puzzled by some of the new hashtags he notices under the pictures of his friends or the celebrities he follows. So are we ☹️. For this reason, we would like to give a short linguistic review of the most popular hashtags and explain the ones that are not clearly understandable!

by the way, what exactly is a hashtag?

Hashtag

- Noun, (on social-networking websites) a word or phrase preceded by a hash mark (#), used within a post to identify a keyword or topic of interest and facilitate a search for it. The hash mark is used to help coordinate an emergency response to the fire.
e.g. The hashtag [#Fire](#) on Twitter just [helped](#) the fire festival!
- Verbed with object, verb (used without object). [hashtagged](#), [hashtagging](#): to add a hashtag to a word, topic, or message.
e.g. She [hashtagged](#) her post on Twitter just [helped](#) the fire festival!

Simply put, it means to add a hash mark (#) before a word or several words, written together to create a link between them. [#hashtagging](#) links this word to the dynamic feed within the app.

Vom Textentwurf in Google Doc zur finalen Version im Blog.
Screenshot: Stefanie Pohle

Kurs und insbesondere über das Blogprojekt reflektieren sollten.

Frage: Ging den Studierenden das Bloggen leicht von der Hand?

Anfänglich dachte ich – etwas naiv – das Schreiben für die jugendliche Zielgruppe würde es den Studierenden leichter machen, zu den Fachthemen Texte zu verfassen. Wie sich herausstellte, war das Gegenteil der Fall, denn sie waren gezwungen, schreiberisches Neuland zu betreten: Das Genre unterschied sich in den Konventionen sehr von den wissenschaftlichen Textsorten, mit denen sie bisher vertraut waren, also v.a. Seminararbeiten oder Essays. Zielgruppe

Zu je einem der Kursthemen verfassten die insgesamt 21 Kursteilnehmerinnen und -teilnehmer in Zweierteams während des Semesters einen Blogbeitrag. Insgesamt schrieben sie vier Entwürfe, zu denen sie unterschiedliche Arten des Feedbacks bekamen, bis am Semesterende die Beiträge veröffentlicht wurden. Die Studierenden wussten durch die Kursbeschreibung im Vorlesungsverzeichnis, dass Blogbeiträge geschrieben werden sollten, aber ich glaube nicht, dass ihnen der Arbeitsaufwand klar war. Letzteres traf aber ebenso auf mich zu...

Zu Beginn jeder Übungsstunde sprachen wir über den Fortschritt der Beiträge; darüber, was gut lief oder welche Schwierigkeiten auftraten. Einen großen Teil dieser Zeit habe ich auf Erklärungen verwendet, welches Bildmaterial verwendet werden darf und unter welchen Bedingungen. Wissen über urheberrechtliche Belange, z.B. was Creative Commons-Lizenzen angeht, war so gut wie nicht vorhanden. Bis zum Schluss blieb das ein Dauerthema.

Das Schreiben des Beitrages war eine der unbenoteten Studienleistungen, während das Modul der Prüfungsordnung entsprechend mit einer benoteten Klausur abschloss. In der Klausur standen inhaltliche Fragen im Vordergrund, aber eine dieser Fragen knüpfte unmittelbar an die Erfahrung mit dem Blogprojekt an. Kursbegleitend schrieben die Studierenden außerdem ein Lernjournal, in dem sie über ihren Lernprozess im

war nicht mehr der Dozent oder die Dozentin, sondern Schülerinnen und Schüler, die mit Linguistik bisher noch nie in Berührung gekommen waren. Trotzdem blieb die sprachwissenschaftliche Thematik und Komplexität die Gleiche. Dieses Setting zwang die Studierenden, die Inhalte wirklich zu verstehen, ihre Zielgruppe kennenzulernen und die Inhalte dann so zu erklären, dass diese Nicht-Experten sie verstehen konnten und den Text zugleich interessant und spannend fanden. Das war nicht einfach. Aber gerade dadurch haben wir alle sehr viel gelernt.

Im Laufe des Semesters fand ich selbst viele hilfreiche Informationen im Netz und der Fachliteratur, wie man allgemein gute Onlinetexte bzw. Blogposts schreibt und wie man wissenschaftliche Texte für ein Laienpublikum aufbereitet: eben „Learning by doing“. Darauf aufbauend verfasste ich aktuell einen Leitfaden für zukünftige Autorinnen und Autoren.

Die anfängliche Skepsis oder Sorge der Kursteilnehmer und -teilnehmerinnen, den Blog technisch umzusetzen, also mit Wordpress arbeiten zu müssen, erwies sich hingegen als wenig problematisch.

Bei dem Projekt konnten die Studierenden Kompetenzen trainieren, die in einem späteren Berufsfeld relevant sein können. Wer beispielsweise im Bereich Kommunikation arbeiten möchte – egal, ob in einem Wirtschaftsunternehmen, einer Wissenschaftsinstitution, einem Verband oder einer Non-Profit-Organisation – für den ist es unabdingbar, in verschiedenen Medien leserorientiert schreiben zu können.

Frage: Was passierte mit einem Text, den die Studierenden geschrieben hatten? Welche Rolle spielten die Schülerinnen und Schüler dabei und welche E-Learning-Tools kamen zum Einsatz?

Zu Beginn des Semesters sprachen wir im Kurs über das sogenannte Audience Design, also über Erwartungen, Vorwissen, Interessen unserer Leser, kurz: darüber, wie die Jugendlichen „so ticken“, um Inhalt und Schreibstil entsprechend anzupassen. Eine Kursteilnehmerin schlug vor, die Jugendlichen doch direkt selbst zu fragen. Wir sammelten daraufhin Fragen zu ihrem Leseverhalten, ihrem Interesse an Sprache(n) und zu ihren Vorstellungen über die Themenbereiche der Blogbeiträge. Die Übermittlung der Fragen und Antworten in herkömmlichen Textdateien erfolgte über den Lehrer per E-Mail.

Während des gesamten Semesters hatten die Kursteilnehmerinnen und -teilnehmer im Sinne des BYOD-Prinzips (Bring Your Own Device) ihre Laptops während der Unterrichtsstunden dabei, damit sie je nach Bedarf Internetrecherchen durchführen oder mit Tools wie Padlet (<https://padlet.com/>) arbeiten konnten.

Die Studierenden verfassten ihre Beiträge dann wie gesagt in Zweierteams. Bis zum endgültigen Entwurf durchliefen die Texte mehrere Feedbackschleifen. Nach dem ersten Entwurf in einem Google Docs-Textdokument gaben sich die Studierenden gegenseitig über die Kommentarfunktion schriftliches Feedback. Auf den zweiten Entwurf, für den sie den Text schon auf die auf Wordpress basierende Blogplattform hypotheses.org stellen mussten, erhielten sie eine mündliche Rückmeldung von ihren Kommilitonen. Die Troisdorfer Schülerinnen und Schüler lasen schließlich den dritten Entwurf und bewerteten ihn nach verschiedenen Kriterien. Wir wollten beispielsweise wissen, wie interessant sie den Titel und den Beitrag insgesamt finden, was sie von den eingebetteten Fotos und Videos halten, welche Wörter oder Passagen sie noch nicht verstanden haben. Das Schülerfeedback erfolgte über eine Kurzumfrage, die ich mit Google Forms erstellt hatte. Das vierte und letzte Feedback vor der Veröffentlichung der Posts gaben ich und mein Kollege Herr Pawel Sickinger. Dafür wandelten wir die Blogtexte wieder in ein Word-Dokument um, um sie mit der „Änderungen-verfolgen“-Funktion kommentieren zu können.



Das Maskottchen des Blogs, LaMa, und Studierende und Schülerinnen und Schüler beim Abschlusstreffen am 8. Februar 2017. Fotos: BAEL

Der Höhepunkt des Semesters war für viele das Treffen mit den Schülerinnen und Schülern und ihrem Lehrer Herr Brede am Semesterende. Bei dieser Veranstaltung hatten alle die Gelegenheit, sich persönlich kennenzulernen und sich über den LaMa-Blog, unser Fach und den Uni-Alltag im Allgemeinen auszutauschen. Für die meisten Schülerinnen und Schülern war das erste Mal überhaupt, dass sie eine Universität besuchten und Studierende und Hochschullehrende trafen. Gleichzeitig war das Treffen das "Kick-off" unseres Blogs: Die Beiträge wurden endlich live geschaltet!

1 2 Artikel drucken

Zitation

e-teaching.org (2017). Wissenschaft bloggen – Studierende texten für eine jugendliche Leserschaft. Zuletzt geändert am 31.05.2017. Leibniz-Institut für Wissensmedien: <https://www.e-teaching.org/praxis/erfahrungsberichte/wissenschaft-bloggen-studierende-texten-fuer-eine-jugendliche-leserschaft>. Zugriff am 06.12.2020

Barrierefreiheit [Direkt zum Inhalt](#) [Übersicht](#) [Erweiterte Suche](#) [Direkt zur Navigation](#) [Kontakt](#)