

TeilnehmerInnen am [mla] als Opinionleader in der schulischen Medienbildung

Ergebnisse der Studie „Media literacy in schulischen Medienprojekten“

Magdalena Tschautscher

Im theoretischen Teil der Studie zur Bedeutung des *media literacy awards [mla]* werden verschiedene Ansätze und Entwicklungsphasen von *media literacy* thematisiert. Diese Auseinandersetzung bildet die Grundlage für den empirischen Teil, für den eine quantitative Online-Befragung mit Lehrerinnen und Lehrern durchgeführt wurde, die am [mla], einem Medienwettbewerb des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur, teilgenommen haben. Erhoben wurde das theoretische Wissen über *media literacy*, die Selbsteinschätzung der eigenen *media literacy*, die Bedeutung des Wettbewerbs für die Auseinandersetzung mit der Thematik und die persönliche Meinung über derartige Medienwettbewerbe. Die Untersuchung ergab, dass LehrerInnen, die am [mla] teilnehmen, großteils viel über *media literacy* wissen und dieses Wissen auch in ihrer Praxis anwenden.

Problemstellung

Medientexte besitzen einen hohen Stellenwert in der Gesellschaft und stehen im Zentrum der kulturellen Welt. Sie sind zweifellos die wesentlichsten Mittel der gegenwärtigen kulturellen Kommunikation (vgl. Hobbs 2007, S. 6; Buckingham 2003, S. 5). Die Auseinandersetzung mit Medien in verschiedenen Kontexten kann somit als essenzielle Aufgabe der heutigen Gesellschaft angesehen werden. Jedoch ist aktive Medienarbeit im schulischen wie auch außerschulischen Bereich eng an das Engagement von Einzelpersonen gebunden (vgl. Hobbs 2007). Ihnen kommt dabei die Rolle als *opinion leader* bzw. *early adopter* zu. Zu den Einzelpersonen, die Engagement in Medienarbeit investieren, können jene LehrerInnen gezählt werden, die am [mla] teilnehmen.

In dieser Rolle bergen sie hohes Potenzial in sich, uns etwas über die aktive Medienarbeit preiszugeben. Wer

sind diese LehrerInnen, die sich für schulische Medienarbeit engagieren? So lautet die übergeordnete Frage in diesem Kontext. Aus wissenschaftlicher Perspektive betrachtet wurden folgende forschungsrelevante Komponenten untersucht: theoretische Kenntnisse über *media literacy*, eigene Fertigkeiten der LehrerInnen bei der persönlichen Mediennutzung, die Umsetzung von *media literacy* im Unterricht, Gründe für die Teilnahme und die Bedeutung des [mla].

Bei einer Vollerhebung mittels Online-Fragebogen wurden diese Fragenelemente beantwortet. Einbezogen wurden alle Lehrpersonen, die bis 2009 am Medienwettbewerb teilgenommen haben. In einer Mischung aus standardisierten und offenen Fragen mit unterschiedlichen Itemausprägungen gewähren die Antworten neue Erkenntnisse über die Fertigkeiten, Meinungen und Merkmale einer speziellen Gruppe von Personen, die hier als zukunftsweisende Pioniere für die schulische Medienarbeit betrachtet werden.



Medien rund um uns
(Unterrichtsschwerpunkt)
Preisträger
Medienbildung
2007

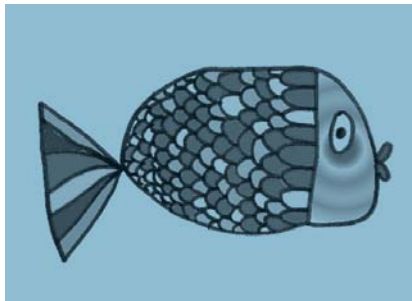


(lebende) Bilder
Hauptpreis
Print 2009

TeilnehmerInnen am [mla] als Opinionleader in der schulischen Medienbildung

Ergebnisse der Studie „Media literacy in schulischen Medienprojekten“

Magdalena Tschautscher



Darwins Reise mit der Beagle
(Powerpoint)
Hauptpreis
Medienbildung
2009



Show me the way to the next Whiskey bar ...
(Animationsfilm)
Preisträger
Video 2009



Schulfrühstück für Nicaragua
(Reportage)
Preisträger
Radio 2009

Theoretisches Wissen über *media literacy*

LehrerInnen, die am [mla] teilgenommen haben, besitzen tendenziell ein hohes theoretisches Wissen über *media literacy*. Zahlreiche Aspekte, die im Zentrum des *Media-Literacy*-Konzeptes stehen, werden von einem Großteil der befragten LehrerInnen als essenziell erachtet. So betrachten über 90 Prozent der Befragten die Lebenswelt der SchülerInnen als Ausgangspunkt für die Medienarbeit und beinahe 100 Prozent schreiben der Auseinandersetzung mit Populärmedien einen hohen Wichtigkeitsgrad zu. Über 80 Prozent der LehrerInnen erwägen weiters den persönlichen Ausdruck via Medien und die kritische Beschäftigung mit Medieninhalten als zentral. Weiters gilt es zu betonen, dass über 90 Prozent die Herstellung eigener Medienprodukte als wesentlichen Faktor und die Produktion als gleich gewichtet mit der Reflexion ansehen.

Weitere Resultate bestätigen das theoretische Wissen der befragten LehrerInnen. So postulieren an die 95 Prozent eine selbstbestimmte und zielgerichtete Mediennutzung. Des Weiteren erachten über 80 Prozent das Wissen über das Mediensystem als Gesamtes als wichtig und zirka 90 Prozent sehen einen selbstreflexiven Umgang mit Medien als zentralen Aspekt an. Elemente, die einem überholten bewahrpädagogischen Paradigma zuzuordnen sind, wurden tendenziell von einer hohen Anzahl der Befragten als nicht auf *media literacy* zutreffend erachtet. So negieren über 80 Prozent, dass Fertigkeiten für den Medienumgang statisch seien und sich *media literacy* nur auf ein einziges Unterrichtsfach beziehe. Zirka 50 Prozent der LehrerInnen sehen den Schutz und die Bewahrung vor Medieneinflüssen mittels der Auseinandersetzung mit *media literacy* als nicht zentral an. Es gilt jedoch kritisch anzumerken, dass die andere Hälfte sehr wohl zu einer Bewahrung vor negativen Medieneinflüssen tendiert.

Zusammengefasst besitzt ein Großteil der Befragten theoretisches Wissen über *media literacy*. Die Rede ist dabei von Komponenten wie der kritischen Beschäftigung mit Medieninhalten, der gleichen Gewichtung von Produktion und Reflexion, dem persönlichen Ausdruck via Medien, der Berücksichtigung der Lebenswelt der SchülerInnen als Ausgangspunkt der Medienarbeit und der Förderung eines kritischen, selbstreflexiven Medienumgangs quer durch das gesamte Curriculum.

Eigene Fertigkeiten in Sachen *media literacy*

Die Erhebung der Selbsteinschätzung bezogen auf *media literacy* zeigt, dass ein sehr hoher Anteil der LehrerInnen, die am [mla] teilgenommen haben, kompetent ist hinsichtlich der persönlichen Mediennutzung. Über 70 Prozent machen sich Gedanken über die verwendete Technologie eines Mediums, denken darüber nach, inwiefern der Inhalt durch technische Komponenten beeinflusst wird und erachten die Produktionsbedingungen eines Mediums als wichtig. Über 90 Prozent der Befragten haben bezogen auf das eigene Medienhandeln Interesse daran, wer für den Inhalt eines Mediums verantwortlich ist, und denken darüber nach, welche Strategien angewendet werden, um ein Publikum zu erreichen.

Kompetenz bei der eigenen Mediennutzung kann bei den LehrerInnen ebenso hinsichtlich der Sprache von Medien konstatiert werden. So zeigen über 90 Prozent

TeilnehmerInnen am [mla] als Opinionleader in der schulischen Medienbildung Ergebnisse der Studie „Media literacy in schulischen Medienprojekten“

Magdalena Tschautscher

grundsätzlich Interesse daran, welche sprachlichen Mittel bei Medienbotschaften verwendet wurden, und machen sich darüber hinaus Gedanken über deren Effekte. In weiterer Folge besitzen beinahe 100 Prozent ein Bewusstsein dafür, dass die mediale Sprache mit den Mediengenres variiert und machen sich damit einhergehend Gedanken über deren Einfluss auf die Bedeutungsvermittlung.

Bezüglich der repräsentativen Funktion von Medien zeigt die Studie, dass bei 100 Prozent der LehrerInnen ein Bewusstsein für die Meinungsbeeinflussung in Bezug auf gesellschaftliche Gruppen vorherrscht. Über 90 Prozent davon machen sich Gedanken über die abgebildeten und ausgeschlossenen Gesellschaftsgruppen. In diesem Zusammenhang zeigt sich, dass bei beinahe 100 Prozent Klarheit über klischeehafte Darstellungen und die Mittel zu deren Erreichung herrscht.

Des Weiteren bringt die Untersuchung zutage, dass sich die befragten LehrerInnen größtenteils hinsichtlich der eigenen Rolle als mediale Zielperson als kompetent einschätzen. In Prozenten bedeutet dies, dass über 80 Prozent prinzipiell Interesse daran haben, welches Zielpublikum angesprochen wird und mit welchen Inhalten dies getan wird. An die 70 Prozent der LehrerInnen machen sich Gedanken darüber, ob sie selbst auch zu einer bestimmten Zielgruppe gehören. Hierbei muss angemerkt werden, dass dies auf das restliche Drittel tendenziell nicht zutrifft.

Das Fazit in Bezug auf die eigenen Fertigkeiten der LehrerInnen, beruhend auf einer Selbsteinschätzung, lautet wie folgt: Die TeilnehmerInnen am [mla] verfügen selbst zum Großteil über eine ausgeprägte *media literacy*. Die eigene Mediennutzung ist zusammengefasst kritisch und reflexiv gestaltet mit einem Bewusstsein für problematische Aspekte der Medienverwendung. Es kann daraus die Schlussfolgerung gezogen werden, dass die besagten Personen imstande sind, ihr theoretisches Wissen mit dem praktischen Umgang zu vernetzen.

Media literacy im Unterricht

In Bezug auf das Einfließenlassen von *media literacy* in den Unterricht hat sich durch die Studie ein eindeutiges Bild ergeben. In den Unterricht von LehrerInnen, die am [mla] teilgenommen haben, fließen Elemente von *media literacy* auf unterschiedlichen Wegen ein. Einerseits kann

dies aus der Häufigkeit der Medienverwendung und der Medienart und andererseits aus den Motiven für die Verwendung von Medien im Unterricht geschlossen werden. Besagte Personengruppe verwendet mit divergierender Häufigkeit allesamt ein sehr breites Spektrum an Medienarten. Variierend zwischen mehrmals pro Woche und einmal im Monat verwenden mehr als 70 Prozent die Medien Fernsehen, Beamer, Buch, Computer, Internet, Zeitung, Zeitschrift, CD-Player und Lernsoftware. Tendenziell werden die Medien Filmprojektor und Videokamera von über 50 Prozent der LehrerInnen in Summe selten bis gar nicht im Unterricht verwendet. Der Fotoapparat kommt bei insgesamt zirka 40 Prozent im Unterricht eher selten bis gar nicht zum Einsatz.

Im Unterricht werden damit bei einer Vielzahl der Befragten *Media-Literacy*-Elemente zum Thema gemacht. So thematisieren über 90 Prozent Beeinflussung durch Medien und Erfahrungen der SchülerInnen mit Medien. Ebenso über 90 Prozent der LehrerInnen, die am [mla] teilgenommen haben, verwenden Medien im Schulunterricht dazu, um kritische Analysen von Medieninhalten durchzuführen und eigene Medienprodukte zu gestalten. Beinahe 100 Prozent machen Vermittlungsformen von Medien (wie z. B. Sprache) und sozialkritische Gesellschaftsaspekte unter der bewussten Verwendung diverser Medienarten zum Thema. Über 90 Prozent der



Schuhgeschichten
(Internet)

Hauptpreis
Neue Medien 2009



Flooa
(Schulzeitschrift mit
Onlineauftritt)

Preisträger
Print 2007

TeilnehmerInnen am [mla] als Opinionleader in der schulischen Medienbildung

Ergebnisse der Studie „Media literacy in schulischen Medienprojekten“

Magdalena Tschautscher

befragten LehrerInnen nutzen Medien, um die Repräsentation von gewissen gesellschaftlichen Gruppen, wirtschaftliche und organisatorische Grundlagen von Medienprodukten im Unterricht aufzugreifen.

Durch die Häufigkeit und Art der Mediennutzung kann hinsichtlich dieser Komponente abschließend konstatiert werden, dass *Media-Literacy*-Elemente in den Unterricht einfließen. Dies geht von der bewussten Nutzung von Medien zur Thematisierung sozialkritischer Gesellschafts-aspekte bis zur Herstellung und inhaltlichen Gestaltung eigener Medienprodukte.

Persönliche Motive für die Teilnahme am [mla]

Die Gründe für die Teilnahme am [mla] und der Nutzen, der daraus gezogen wird, überschneiden sich größtenteils. In Summe ist ein zentraler Aspekt für die Teilnahme bei zirka 50 Prozent die Anerkennung und Möglichkeit der Präsentation der Medienprojekte außerhalb der Schule. Bei etwa 40 Prozent ist der Kontakt, Vergleich und Austausch mit KollegInnen, die ähnliche Ansichten haben, im Vordergrund. Der Wunsch nach einem Feedback zu den durchgeführten Projekten und nach Reflexion der geleisteten Arbeit wurde als Nutzen und Teilnahmegrund genannt, ist jedoch nur für unter 20 Prozent der LehrerInnen wesentlich. Kein Grund, dafür aber ein Nutzen, der aus dem [mla] gezogen wird, ist bei

20 Prozent der Gewinn an Erfahrungen und Informationen. Schlicht das Interesse und der Spaß an der Teilnahme ist in Summe für etwa 35 Prozent Grund und zugleich Nutzen. Des Weiteren ist ein Argument für die Einreichung eines Medienprojekts beim [mla] für etwa fünf Prozent eine Imageaufwertung bzw. Prestige.

Wie aus den Antworten der Befragten abgeleitet werden kann, bietet der [mla] den LehrerInnen die Möglichkeit, ihre Projekte nicht nur zu präsentieren, sondern sich ebenso auf einer größeren Plattform mit anderen Interessenten der Media-Literacy-Thematik auszutauschen. Weiters ist die Anerkennung auch außerhalb der Schule ein wesentlicher Aspekt, den der [mla] möglich macht.

Die Bedeutung des [mla] für die Entwicklung von *media literacy*

Der [mla] zielt darauf ab, zur Auseinandersetzung mit Medien anzuregen und schulischer Medienarbeit eine Plattform zu bieten. Wie ist es nun jedoch um die Bedeutung dieses Medienprojekts für die Entwicklung von *media literacy* bestellt? 60 Prozent der befragten LehrerInnen haben sich schon vor der Teilnahme am [mla] mit der Thematik beschäftigt. Dennoch stimmen zirka 70 Prozent der Befragten darin überein, dass sich durch den [mla] ihre Auseinandersetzung mit der Media-Literacy-Thematik vermehrt hat.

Nach Einschätzung von über 90 Prozent der LehrerInnen, die bereits am [mla] teilgenommen haben, trägt der Medienwettbewerb weiters dazu bei, das Konzept von *media literacy* zu verbreiten, regt dazu an, sich mit Medien in der Schule auseinanderzusetzen und verändert infolgedessen den Umgang mit Medien in der Schule. Ebenso viele stimmen zu, dass die Teilnahme am [mla] die Auseinandersetzung mit sozialkritischen Themen fördert. Mehr als 95 Prozent der Befragten stimmen darin überein, dass durch den [mla] die SchülerInnen Einsichten in den Medienumgang gewinnen und ein kritischer sowie reflexiver Umgang mit Medien gefördert wird. Abermals über 95 Prozent der LehrerInnen bestätigen, dass der [mla] zur Herstellung eigener Medieninhalte anregt und die persönliche Ausdrucksfähigkeit mittels Medien fördert.

Alles in allem ist der [mla] insofern von Bedeutung für die Entwicklung von *media literacy*, als verschiedene Media-Literacy-Elemente angeregt werden und es zu



L.E.B.E.
(Straßeninterviews)
Preisträger
Video 2007



What is scho normal?
(Buch und Vermarktung)
Hauptpreis
Print 2007

TeilnehmerInnen am [mla] als Opinionleader in der schulischen Medienbildung

Ergebnisse der Studie „Media literacy in schulischen Medienprojekten“

Magdalena Tschautscher

einer vermehrten Auseinandersetzung sowohl mit singulären Aspekten als auch mit der Gesamthematik durch die Teilnahme am Medienwettbewerb kommt.

Zukünftige Medienarbeit in der Schule

Da die besagte Befragtengruppe als *opinion leader* angesehen wird, ist besonders interessant, welche Anregungen und Wünsche sie für die zukünftige Medienarbeit in der Schule äußern. Die Antworten der LehrerInnen beziehen sich dabei einerseits auf organisatorische und andererseits auf inhaltliche Aspekte der schulischen Medienarbeit. So fordern sie bessere technische, zeitliche und finanzielle Ressourcen und mehr Fortbildungsmöglichkeiten in Sachen Medien. Inhaltlich postulieren die LehrerInnen eine allgemeine Plattform, auf welcher die Möglichkeit zum Austausch und zur Archivierung von Materialien besteht. Daneben äußern die Befragten den Wunsch nach Ansprechpartnern und Expertise sowie einer stärkeren Bewusstmachung der Thematik in der Öffentlichkeit.

Conclusio

Die am [mla] teilnehmenden LehrerInnen können zu Recht als *opinion leader* bzw. *early adopter* bezeichnet werden. Sie zeichnen sich großteils durch ein hohes theoretisches Wissen aus, welches sie auf ihre persönliche Mediennutzung anwenden. Nicht nur bei der eigenen Verwendung von medialen Mitteln äußert sich ihr Wissen, es fließt auch in ihren Unterricht deutlich ein. Die soziodemografischen Merkmale lassen darauf schließen, dass es sich bei den Befragten zu einem großen Teil um erfahrene LehrerInnen handelt, die meist als EinzelkämpferInnen Medienarbeit in der Schule betreiben. Nicht überraschend wünschen sich die meisten daher mehr Unterstützung, Anerkennung und Ansprechpartner.

In diesem Kontext ist der [mla] von besonderer Relevanz, da er den interessierten LehrerInnen ebendies ermöglicht. Der Medienwettbewerb dient als Plattform und leistet einen aktiven Beitrag bei der Entwicklung von *media literacy* und einer stärkeren Bewusstmachung dessen in der Öffentlichkeit. Gemeinsam sind das Projekt [mla] und die teilnehmenden LehrerInnen ein gelungenes Beispiel dafür, wie Medienarbeit in der Schule funktionieren kann und wie viel Potenzial in der Thematik rund um *media literacy* enthalten ist, das darauf wartet, vermehrt genutzt zu werden.



Reaktionen
(Kunstprojekt,
Website)

Preisträger
Neue Medien 2008



NationalratsQual 08
(Feature)

Preisträger
Radio 2009

Literatur

Buckingham, David (2003): Media education. Literacy, learning and contemporary culture. Cambridge / Malden.

Hobbs, Renee (2007): Media literacy in High School English. New York.

Tschautscher, Magdalena (2010): Media literacy in schulischen Medienprojekten. Diplomarbeit, Universität Wien. Fakultät für Philosophie und Bildungswissenschaft.

Als PDF zum Download: <http://othes.univie.ac.at/8930/>

Zur Autorin

Mag. Magdalena Tschautscher, Diplomstudium Pädagogik an der Universität Wien, Schwerpunkt Medien- und Sozialpädagogik, redaktionelle Mitarbeit bei mediamanual.at

Beitrag veröffentlicht auf www.mediamanual.at
am 23. September 2010