

**Paul Klimsa, Anja Klimsa, Janine Liebal,
Anett Grobe**

Lernstand Medien in Thüringen

Lernstand Medien in Thüringen

Ergebnisse einer digitalen Befragung
zur Überprüfung der Medienkompetenz
der Thüringer Schüler und Schülerinnen
der 7. Klassen sowie zur Bewertung
der Eignung von Erhebungssoftware
aus der Sicht der Schüler und Lehrer

Von Paul Klimsa, Anja Klimsa,
Janine Liebal und Anett Grobe



Universitätsverlag Ilmenau
2011

Impressum

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Technische Universität Ilmenau/Universitätsbibliothek

Universitätsverlag Ilmenau

Postfach 10 05 65

98684 Ilmenau

www.tu-ilmenau.de/universitaetsverlag

Herstellung und Auslieferung

Verlagshaus Monsenstein und Vannerdat OHG

Am Hawerkamp 31

48155 Münster

www.mv-verlag.de

ISBN 978-3-939473-87-9 (Druckausgabe)

URN [urn:nbn:de:gbv:ilm1-2010100117](https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:gbv:ilm1-2010100117)

Titelfoto: photocase.com | Fasserhaus

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	7
2	Medienkompetenz	9
2.1	Stichprobe	13
3	Ergebnisse	15
3.1	Medienwissen	15
3.1.1	Funktionswissen	15
3.1.2	Strukturwissen	15
3.1.3	Orientierungswissen	16
3.2	Medienbewertung	17
3.3	Medienhandeln	18
3.3.1	Medienaneignung	18
3.3.2	Medienkommunikation	19
3.3.3	Medienproduktion	20
4	Usability-Studie des Medienkompetenzbefragung aus Sicht der Schüler	21
5	Usability-Studie der Medienkompetenzbefragung aus Sicht der Lehrer	23
6	Literaturverzeichnis	27
7	Anhang	29
7.1	Ergebnisse der Schülerbefragung	31
7.1.1	Kompetenzbereich: Medienwissen	33
7.1.2	Kompetenzbereich: Medienbewertung	43
7.1.3	Kompetenzbereich: Medienhandeln	52
7.2	Evaluation – Nutzbarkeit des Tests durch die Schüler	70
7.3	Evaluation – Befragungsbewertung durch die Lehrer	90
8	Autorinnen und Autor	95

1 Einführung

Im Mai 2007 wurde zwischen dem Thüringer Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur, vertreten durch den Kultusminister, und der Technischen Universität Ilmenau, vertreten durch den Rektor, eine Vereinbarung über Forschungsleistungen auf dem Gebiet der Medienkompetenz abgeschlossen. In diesem Rahmen bildete sich an der TU Ilmenau unter der Leitung von Dr. Anja Klimsa und Prof. Dr. Paul Klimsa vom Fachgebiet Kommunikationswissenschaft eine Arbeitsgruppe zur Planung und Erprobung einer multimedialen Befragung für die Klassenstufe 7.

Die Aufgabe der Befragung bestand darin, die in einem sozialwissenschaftlichen Konstrukt definierte Medienkompetenz der 7.-Klässler zu erfassen. Mit Hilfe der ausgewerteten Daten sollten Aussagen darüber getroffen werden, ob und inwiefern der Medienkundeunterricht eine spezifische Kompetenz der Schüler in den Bereichen Medienwissen, Medienbewertung und Medienhandeln fördert. Der Test baut nicht allein auf dem Stoff und den Empfehlungen der Handreichungen des Thüringen Kultusministeriums für die Planung und Umsetzung des Medienkundeunterrichts auf, sondern schloss von Anfang an auch Fragen ein, die in Zusammenarbeit mit dem Thüringer Institut für Lehrerfortbildung, Lehrplanentwicklung und Medien (ThILLM) in Bad Berka und mit Lehrerarbeitsgruppen formuliert wurden. Auch Schüler ausgewählter Thüringer Schulen haben zur Fragenformulierung und -Evaluierung wesentlich beigetragen.

2 Medienkompetenz

Der scheinbar eindeutige Begriff Medienkompetenz ist in aller Munde. Dabei ist der Begriff keinesfalls klar und eindeutig definiert. Es existiert eine Vielzahl von Medienkompetenzdefinitionen. Diese vorhandenen Definitionen reichen von kognitiven Schemata, die Handlungen ermöglichen (vgl. *Vollbrecht* 2001) bis hin zur Definition von einzelnen Fähigkeiten und Fertigkeiten sowie Kenntnissen (vgl. *Baacke* 1997, *Spanhel* 1999, *Pöttinger* 1997, *Schorb* 2005). *Gapski* (2001) unterscheidet mehrere Diskurse des Begriffes Kompetenz und speziell der Medienkompetenz (u. a. medientechnische, biologische, linguistische, medienpädagogische, medienrechtliche, medienpolitische).

Medienkompetenz als Zieldimension von Bildung und Erziehung muss zunächst in Bildungs- und Erziehungszusammenhängen konstruiert und in allen Bestandteilen genauer beschrieben werden. Erst das Herunterbrechen auf einzelne Bereiche ermöglicht ein begründetes medienpädagogisches Handeln und die Evaluation der Ergebnisse. Wie wir *Gapski* (2001) entnehmen können, bedeutet Medienkompetenz je nach Perspektive verschiedenes. Eins ist allerdings allen Bedeutungen gemein: die Bedeutsamkeit des Begriffes, denn Medienkompetenz ist fortschrittlich, notwendig, wichtig und förderungswürdig, darin sind sich alle Autoren einig.

In der von uns entwickelten Befragung orientieren wir uns u. a. an den Medienkompetenzdefinitionen von *Baacke* (1997). Dadurch lassen sich die einzelnen Komponenten der verschiedenen Medienkompetenzdefinitionen zu den Hauptdimensionen Medienwissen, Medienbewertung und Medienhandeln vorläufig zusammenfassen und inhaltlich untersetzen. Da Medienkompetenz als Handlungskompetenz zuerst grundlegendes Medienwissen und erst dann die Medienbewertung voraussetzt, um in Medienhandeln münden zu können, müssen unseres Erachtens die Dimensionen zwingend hierarchisch geordnet werden. Auch die einzelnen Dimensionen wurden kritisch überarbeitet und verändert, um klare Abgrenzung der jeweiligen Bereiche zu erhalten. Da Medienbewertung (Reflexion, Qualifikation) und Medienaneignung vor allem kognitive Aspekte des Medienhandelns darstellen, ist ihre Trennung nur für die Befragungszwecke sinnvoll. Die Medienaneignung wird in den formulierten Items mehr in ihrem Handlungsaspekt hervorgehoben, Medienbewertung mehr in ihrem kognitiven Aspekt. Zu allen Dimensionen wurden daher Fragen (Items) entwickelt, die in der Übersicht den jeweiligen Bereichen zugeordnet sind (siehe Tabelle 1).

Das Messen von Medienkompetenz ist mit einem methodischen Problem behaftet. Eine Operationalisierung von Medienkompetenz kann immer nur einen kleinen Ausschnitt der Wirklichkeit widerspiegeln und damit besteht immer die Gefahr, andere Ausdrucksformen dieser Kompetenz zu übersehen (*Hasebrink* 1999). Da Medienkompetenz sich der direkten Beobachtbarkeit entzieht, muss aus beobachtbaren bzw.

abfragbaren Indikatoren auf Performanzebene auf zu Grunde liegende Medienkompetenz geschlossen werden.

Ein Versuch, Medienkompetenz zu beurteilen, bedeutet, von Mediennutzungsindikatoren auf Medienkompetenz zu schließen. Mittels Fragebögen werden Informationen über Verfügbarkeit und Nutzung der jeweiligen Medien gewonnen. Da jedoch nicht eindeutig operationalisiert werden kann, welche Handlungen und Handlungsmöglichkeiten Medienkompetenz ausmachen, ist deren Interpretation von den Annahmen abhängig. Dazu ein Beispiel: Auf der einen Seite avanciert die Verfügbarkeit von neuen Medien zum Wert an sich, wie das Projekt Schulen ans Netz verdeutlicht, auf der anderen Seite gilt die Verfügbarkeit von Fernsehern in den Kinderzimmern als negativ. Welche Zugangsmöglichkeiten und Nutzungsweisen als Indiz für Medienkompetenz gelten können, muss zunächst klar festgelegt werden.

Medienwissen		
Funktionswissen Grundlagenwissen über inhaltliche und technische Funktion der Medien. Fragen 1, 2, 3	Strukturwissen Grundlagenwissen über die Organisation der Medien, ihrer Arbeit und politischen, wirtschaftlichen sowie sozialen Implikationen. Fragen 4, 5, 6	Orientierungswissen Grundlagenwissen zur Orientierung im Medienangebot aufgrund u. a. politischer, kultureller und ethischer Implikationen Fragen 7, 8, 9

Medienbewertung	
Reflexion des Medieninhalts und der Medientechnik	Qualifizierung , die Wertungskriterien für eine Ordnung der Wissensbestände ermöglicht
Fragen 10, 11, 12 (Inhalt); Fragen 25, 26, 27, 28 (Technik); Fragen 29, 30, 31 (Qualifizierung)	

Medienhandeln		
Medienaneignung Integration der Medien in den alltäglichen Lebens- und Erfahrungskontext Fragen 13, 14, 15, 16, 17	Medienkommunikation Nutzung der Medien als Instrument der Kommunikation zur Bewältigung sozialer Herausforderungen und zur Konstruktion individueller und kollektiver Identitäten Fragen 19, 20, 21, 22, 23, 24	Medienproduktion Herstellung von Medien, um eigene und kollektive Ziele zu erreichen. Einerseits handelt es sich um Partizipation in der Gemeinschaft (z. B. Schülerzeitung) andererseits um kreative und künstlerische Ausdrucksweisen (Fotoausstellung oder Videofilm). Frage 18

Selbsteinschätzung		
Fragen 32 – 44, 54	Fragen 55, 56, 57	Fragen 45-53, 58, 59

Tabelle 1: Vorläufige Dimensionen der Medienkompetenz und Zuordnung der Items (modifiziert A. Klümsa, P. Klümsa)

Erhebungen zur Medienkompetenz sollten alle Dimensionen der Medienkompetenz umfassen und nicht nur quantitativ Nutzung und Wissen erheben. Bei einer Erhebung im Bereich Medienkompetenz wird nach den in der jeweils zu Grunde gelegten Definition von Medienkompetenz beschriebenen Dimensionen und den damit verbundenen Fähigkeiten, Einstellungen und Kenntnissen gesucht. Nur Kenntnisse können eindeutig richtig oder falsch sein bzw. vorhanden oder nicht vorhanden sein. Allein hier können Kenntnisse als Zahl abgebildet werden. Einstellungen sind abfragbar, aber nicht zwingend in den Kategorien richtig und falsch zu werten. Medienkompetenz ist aber vor allem eine Handlungskompetenz. Neben abfragbaren Kenntnissen und Einstellungen sollte eine Befragung zum Lernstand Medien helfen, Handlungen, die die festgelegten Kenntnisse, Fähigkeiten und Einstellungen erfordern, zu beurteilen oder zu interpretieren. Da die Befragung computerbasiert und zentral auswertbar ist, sind dem Vorhaben verschiedene Grenzen gesetzt. Zudem ist zu beachten, dass nur sehr begrenzte finanzielle Mittel zur Verfügung standen, so dass keine komplexe Simulation von Realität möglich war.

Bei der Durchführung der Befragung in den Schulen können nur stellvertretende Situationen und Bereiche als Indikator für das Verhalten in der eigentlichen Situation dienen. Die mit dem Transfergedanken einhergehende Unterscheidung zwischen Lern- und Funktionsfeld macht deutlich, dass von einem Binnenerfolg bzw. Verhalten in simulierten Situationen nicht automatisch auf einen Erfolg im tatsächlichen Lebensumfeld geschlossen werden kann. Eine in Folge der Auswertung ermittelte Medienkompetenz ist also immer nur ein Binnenerfolg. Ein Erfolg im Funktionsfeld kann nur angenommen werden. Um Medienkompetenz im Funktionsfeld zu erheben, bedarf es sehr zeitaufwändiger und komplexer Erhebungsmethoden im Feld (qualitative Methoden), die logische Fortsetzung der Befragung sein müssten.

Zusammenfassend bedeutet dies, dass eine Medienkompetenzabfrage nur das erheben kann, was als Indikator für Medienkompetenz vorher festgelegt wurde. Es ist notwendig „Medienhandeln auf den subjektiven Sinn zu beziehen, den die Rezipientinnen und Rezipienten mit ihm verbinden. Dies bedeutet keineswegs, dass es zwecklos ist, konkrete empirische Kriterien für Medienkompetenz zu definieren bzw. (...) bestimmte Aufgaben festzulegen, für die Medien kompetent eingesetzt werden sollen. Erforderlich ist dabei aber, sich vor Augen zu führen, dass dies jeweils *eine* bestimmte Ausdrucksform von Medienkompetenz bzw. *eine* bestimmte Aufgabe unter vielen möglichen ist und dass das Nichtgenügen im Hinblick auf diesen Aspekt auch heißen kann, dass ein anderer Aspekt besonders ‘kompetent’ bewältigt wird.“ (Hasebrink 1999, S. 158) Die jeweiligen Fragen dürfen daher keineswegs am runden Tisch formuliert werden. Sie müssen in einem mehrstufigen Vorgehen entwickelt werden. Zunächst wird eine theoretisch begründete Vorauswahl getroffen, die dann zusammen im Praxisfeld weiter entwickelt wird. In dem vorliegenden Fall wurden die Items mit dem Thüringer Institut für Lehrerfortbildung, Lehrplanentwicklung und Medien (ThILLM) und Leh-

ren der entsprechenden Klassenstufen formuliert. Es zeigte sich, dass die Items nicht nur den Lehrplan abbilden sollen, sondern auch Gebiete, die den Schülern vertraut sein müssten und die vom Lehrplan zunächst nicht erfasst waren: z. B. Mobilkommunikation, Internet und Computerspiele. Sodann wurden die Items in ausgewählten Schulen erprobt und mit Schülern der Klassenstufe 7 auf Nutzbarkeit und Verständlichkeit geprüft. Auch inhaltlich wurde die Befragung auf ihre Durchführbarkeit getestet. Die Ergebnisse der Erprobung flossen in die multimediale Prototypversion, die mit Schülern in 29 ausgewählten Schulen in Thüringen 2009 getestet wurde (N=666).

Eine Befragung zur Medienkompetenz erhebt immer nur die aktuell in dieser Befragung gezeigte Medienkompetenz. Inwieweit diese gezeigte Kompetenz im eigenen Leben Anwendung findet, kann nur angenommen werden. Letztendlich ist hier auf weitere unerlässliche (qualitative) Forschung zu verweisen.

Die Operationalisierung der vorliegenden Befragung wurde in Zusammenarbeit mit Lehrern der entsprechenden Klassenstufe und dem Thüringer Institut für Lehrerfortbildung, Lehrplanentwicklung und Medien sowie mit Schülern ausgewählter Thüringer Schulen vorgenommen.

2.1 Stichprobe

Die Programm-CD mit der Befragung wurde von der Universität Jena und vom Thüringer Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur (Referat 63 "Medien und Bildung in der frühkindlichen Erziehung, Schule, Lehre und Wissenschaft") an 42 Schulen (Regelschulen und Gymnasien in Thüringen) für eine zeitnahe Durchführung verteilt. 35 Schulen nahmen insgesamt teil, wovon 29 Schulen (17 Staatliche Regelschulen und 12 Staatliche Gymnasien) die Befragung durchgeführt haben. 6 Schulen konnten aufgrund technischer, zeitlicher und personeller Schwierigkeiten den Test nicht realisieren.

	Anzahl Schulen	Percent
Staatliche Regelschulen	18	51,4%
Staatliche Gymnasien	17	48,6%
Am Test teilgenommen	35	100%
Test nicht durchgeführt (1 Regelschule, 5 Gymnasien)	6	
Insgesamt angeschrieben	42	100%
Insgesamt Test durchgeführt	29	69%

Tabelle 2: Teilnahme der 7. Klassen am Test

Insgesamt haben **666 Schülerinnen und Schüler** an der Befragung teilgenommen. Die jeweiligen Daten der Schüler wurden über das Internet an den Server der Friedrich-Schiller-Universität Jena übertragen. Dort erfolgte nur die Datenzusammenfassung, die Auswertung wurde an der TU Ilmenau vorgenommen.

Im folgenden Bericht sollen die ersten Ergebnisse kurz präsentiert werden. Außerdem werden die Auswertung der Usability der Testsoftware vorgenommen sowie die Ergebnisse der zusätzlichen Lehrerbefragung vorgestellt.

3 Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse in den einzelnen Teilbereichen der Medienkompetenz kurz diskutiert (siehe Tabelle 1).

3.1 Medienwissen

3.1.1 Funktionswissen

Nach der Auswertung ist festzuhalten, dass Funktionswissen nur bedingt bei den Schülern der Klassenstufe 7 vorausgesetzt werden kann. Fast die Hälfte (48,3%) der Schüler nennt zwar bei **Frage 1** die richtige Antwort, dass ein Spamfilter unerwünschte Mails verhindert, aber knapp über die Hälfte der Schüler kennt keine richtige Antwort. Die meisten gehen dabei von der Virenabwehr (36,8%) aus. Da es sich hier um Mehrfachantworten handelt, ist davon auszugehen, dass Schüler, die richtig lagen, auch weitere falsche Antworten gewählt haben könnten. Bei nur knapp 50% der richtigen Antworten darf man die Möglichkeit eines Zufallergebnisses nicht aus den Augen lassen. Ähnliches passiert in **Frage 2**. Die meisten Antworten (302) sind zwar richtig, doch über 50% der Schüler liegen bei der Antwort falsch. Bei **Frage 3**, die sich auf die Handybedienung bezieht, sind die Antworten (536 von 666 Schülern) richtig, nur wenige Schüler (26,6% der Antworten) können die Funktion der Tastatursperre nicht zuordnen.

Es ist zu erkennen, dass trotz hoher Internetnutzung durch die Schüler (vgl. *JIM-Studie 2009*) der Wissensstand in diesem Bereich wesentlich erweitert werden müsste. Das Funktionswissen zur Mobilkommunikation ist in dieser Frage zufriedenstellend. In der Selbsteinschätzung der Schüler wird die Frage der Mobilkommunikation erneut aufgegriffen.

3.1.2 Strukturwissen

Nachdenklich stimmt der Wissensstand der befragten Schüler im Bereich des Strukturwissens. Die richtige Zuordnung der privaten und der öffentlich-rechtlichen Sender fällt den Schülern schwer. Nur DSF wird mehrheitlich (59,1% Nennungen) als Privatsender erkannt. Pro7 und RTL sind je zur Hälfte privat bzw. öffentlich-rechtlich. MDR (80,6% der Nennungen) und ARD (82,7% der Nennungen) werden deutlich als öffentlich-rechtlich identifiziert. Der werbefreie KiKa wird dagegen von einem Drittel der Schüler als privat angesehen. Sehr problematisch erscheinen die Ergebnisse der **Frage 4** im Licht der Ergebnisse der Frage 5. Hier nennen viele Schüler (41,8%) den Auftrag der Grundversorgung als Merkmal des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, ordnen aber trotzdem zuvor in der **Frage 4** die jeweiligen Sender – vor allem private – meist falsch zu. Es scheint, dass für die Schüler zwischen der Frage 5 und 4 kein Zusammenhang besteht. Nur wenige Antworten (134 Antworten) nennen die Gebühren-

finanzierung als Merkmal des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Mehr Schüler (148 Antworten) denken, dass die Werbefreiheit ein Merkmal des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist (**Frage 5**). Dass der Hersteller von Joghurt mit seiner Werbung zum Kauf animieren will (**Frage 6**), das wissen 550 Schüler. Trotzdem sind hier 122 Nennungen der Antwortmöglichkeit „objektiven Produktinformation“ bei der Werbung für Klassenstufe 7 zu viel (16,1%).

Das duale Rundfunksystem in Deutschland bereitet den Schülern Differenzierungsprobleme. Eine sichere Zuordnung der privaten Sender gelingt über der Hälfte der Schüler nicht. Die Funktion der Werbung erkennen zwar die meisten Schüler, trotzdem stimmt die Anzahl derer, die hier objektive Produktinformation vermuten, nachdenklich.

3.1.3 Orientierungswissen

Meinungsfreiheit und Zensurverbot sind zwei hervorstechende Merkmale der Pressefreiheit in Deutschland. In den Antworten auf die **Frage 7** sehen wir 349 Nennungen der Meinungsfreiheit und 162 Nennungen des Zensurverbots. 139 Schüler nennen Wahrheit und 136 Objektivität als Grundsätze der Pressefreiheit. Damit wird eigentlich nur Meinungsfreiheit von weniger als von der Hälfte der Schüler (41,2%) richtig zugeordnet. Die Begriffe Zensur, Wahrheit und Objektivität können nicht ausreichend scharf zugeordnet werden. Dass der KiKa ein Kinderkanal ist (**Frage 8**), wissen 562 der befragten Schüler. 295 haben die Werbefreiheit des Senders erkannt. 328 Schüler glauben, dass das Programm gewaltfrei ist und 149 Schüler vermuten ein 24 Stundenprogramm. Da es sich hier um Mehrfachnennungen handelt, ist davon auszugehen, dass sich richtige und falsche Nennungen überlagern. Sehr sicher antworten dagegen die Schüler, wenn es um eine SMS von einem unbekanntem Absender geht (**Frage 9**). 516 Schüler würden die SMS löschen. Trotzdem stimmt die Zahl von 159 falschen Antworten (zurückrufen, SMS-Senden, später zurückrufen) nachdenklich.

Das vor allem auf dem Gebiet der Mobilkommunikation ausgeprägte Orientierungswissen deutet auf die Alltagserfahrung der Jugendlichen und auf ihren privaten Informationsaustausch hin. Die Rolle der Schule muss auch bei der Vermittlung des Strukturwissens gestärkt werden.

Fazit

Im Bereich des Medienwissens ist deutlich ein Handlungsbedarf für das Bildungssystem erkennbar. Die Schule muss ihrer Verantwortung für die Erziehung und Bildung in einer mediatisierten, demokratisch-pluralistischen Gesellschaft gerecht werden.

3.2 Medienbewertung

In der inhaltlichen Medienbewertung (**Frage 10-12**) ging es darum, eine Quelle (Video-Bericht über die Verlängerung der Nutzung der Atomkraft) einzuschätzen. Hier ist besonders hervorzuheben, dass die Befähigung zur kritischen Reflexion bei den befragten Schülern nicht ausreichend durch die Schule unterstützt wird. Besonders deutlich wird dies durch die Häufigkeitsverteilung der Antworten auf die **Frage 10**, in der sich 77,5% dafür aussprechen, dass sie der Beitrag umfassend über die Thematik informiert und nur 17,2% richtig antworten und dem nicht zustimmen. Eine gleiche Verschiebung der Antworten tritt bei der **Frage 12** auf, in der 54,7% der Schüler annehmen, dass das Für und Wider im Beitrag gleichberechtigt dargestellt wurde. 31,7% der Schüler erkennen das Missverhältnis des Beitrages. Dass der Beitrag die Ereignisse bewertet (**Frage 11**), wird zwar von 66,2% der Schüler richtig erkannt, doch es bleibt offen, warum die Schüler die **Fragen 10** und **12** mehrheitlich falsch beantwortet haben: umfassende Information und vor allem gleichberechtigte Darstellung stehen zu einer Bewertung der Ereignisse im Widerspruch.

Fazit

Die inhaltliche Medienbewertung als Grundlage für Verständnis der Funktionsweise sowie der Rolle von Medien in der Gesellschaft und als Grundlage für eigenes Medienhandeln ist ein Dreh- und Angelpunkt der Medienkompetenz. Hier schneiden die befragten Schüler unzureichend ab.

Andererseits wird durch die Antworten auf die **Fragen 25-28** (Reflexion der Medientechnik) deutlich, dass sich die Schüler und Schülerinnen gut bis sehr gut damit auskennen, wie und wann sie Medien – wie bspw. das Gespräch, die E-Mail, den Chat, die SMS oder eine Website – für ihre Zwecke am besten nutzen. Hier weisen die meisten befragten Schüler gute und sehr gute Kompetenz auf.

Einige Probleme fallen im Bereich Medienbewertung/Qualifizierung bei den **Fragen 30 und 31** auf, in denen die Befragten medienrechtliche Einschätzungen über Computerspiele vornehmen müssen. Bei der **Frage 31** wählen sie häufig sogar eine bedenkliche Antwort: Der Verkäufer handelt demnach beim Verkauf eines nicht freigegebenen Spiels an Kinder bzw. an Jugendliche nicht gesetzeswidrig. Sehr gut können dagegen die Schüler die geeigneten Merkmale der Computerspiele nennen (**Frage 29**), was ihre häufige Auseinandersetzung mit dem Gegenstandsbereich anzeigt.

Fazit

Die Bewertung der Medientechnik gelingt den Schülern vergleichsweise gut bis sehr gut. Auch die Merkmale der Computerspiele werden sicher bewertet. Größere Probleme ergeben sich für die Schüler mit inhaltlicher Bewertung von Fernseh-/Videobeiträgen. Die befragten Schülerinnen und Schüler sind mehrheitlich nicht in der Lage, die Manipulation des präsentierten Videobeitrags auf Grund seiner Machart zu erkennen. Auch die medienrechtliche Bewertung ist unzureichend und ermöglicht keine Ordnung/Zuordnung der Wissensbestände.

3.3 Medienhandeln

Medienhandeln wird in den Bereichen der Medienaneignung, Medienkommunikation und Medienproduktion im Test untersucht. Medienhandeln lässt sich methodisch quantitativ nur schlecht erfassen, daher können die Ergebnisse des Tests nur als ein erster Blick auf einen gewichtigen Kompetenzbereich angesehen werden. Bei der Medienkommunikation wurde versucht, praxisnahe Aufgaben zu entwerfen, die reale Mediensituationen nachbilden sollen.

3.3.1 Medienaneignung

Die Medienaneignung wird in den **Fragen 13-17** abgefragt. Die Fernsehsendung kann in Augen der Schüler Hinweise zur Lösung eines Problems geben (**Frage 13**: 522 Nennungen), konkret aus der Sendung werden aber die Informationen vom Teil der Schüler nicht hinterfragt. Dies spiegelt sich vor allem in den **Fragen 16 und 17** wider, indem über 50% bzw. über 30% der befragten Schüler falsche Antwortmöglichkeiten wählen. In den **Fragen 14 und 15** (Kontrollfragen zu Inhalten der Sendung) schneiden die befragten Schüler mehrheitlich insgesamt gut ab.

Bei den **Fragen 32-44** zur Selbsteinschätzung wird deutlich, welche Medien die Schüler in ihrem Alltag besser und welche sie schlechter integrieren können. Keine Probleme bereitet es ihnen, eine DVD abzuspielen, eine SMS zu versenden, den Videotext bzw. ein MP3-Player zu nutzen oder die Uhrzeit am Handy einzustellen. Auch im Chatraum können sich die meisten Schüler anmelden. Allerdings kann nur ca. die Hälfte der Schüler Computerprogramme installieren, Dateien aus dem Internet laden oder Texte schreiben und formatieren. Die meisten befragten Schüler können Dateiverzeichnisse nicht so gut bzw. nicht anlegen oder CD-Roms brennen. Schwer tun sich die Schüler auch mit dem Erstellen einer Homepage oder mit dem Einstellen eines Videobeitrags in das Internet. Die Mehrheit der Schüler (72,6%) ist der Meinung, dass sie für ihre Interessen geeignete Informationen in den Medien finden (**Frage 54**).

Medienaneignung ist sehr differenziert zu sehen. Einerseits sind die Schüler gut in der Lage, sich die Medien anzueignen, mit denen Sie ohnehin im Alltag umgehen (DVD, MP3-Player, per SMS kommunizieren, auf einer Internetplattform chatten). Problema-

tischer ist der Umgang und die Aneignung von Medien, die nicht nur dem Konsumbereich bzw. der Mobilkommunikation zuzuordnen sind (Computerprogramm installieren, Dateiverzeichnis anlegen, eine Homepage erstellen oder aber einen eignen Videobeitrag ins Internet stellen).

Aufgrund der ersten Ergebnisse der Befragung ist davon auszugehen, dass komplexere inhaltlich-technische Vorgänge, die eine umfassendere Partizipation am Leben einer Informationsgesellschaft ermöglichen, außerhalb der Reichweite einer hohen Anzahl der befragten Schüler liegen. Die Aneignung dieser Medien ist zwingend erforderlich.

3.3.2 Medienkommunikation

Im Kompetenzbereich der Medienkommunikation zeigen die befragten Schüler sehr gute Ergebnisse. Die praktischen Aufgaben mit der Superfolie (**Fragen 19-22**) bewältigten 303 von 425 Schülern, die die Aufgabe bearbeitet haben. 86 Schüler haben die Aufgaben nur gestartet und nichts weiter gemacht. 36 Schüler erledigten eine oder mehrere Aufgaben. Fast 200 Schüler haben diese Aufgabe nicht realisiert. Die Gründe hierfür können in einer nicht ausreichenden technischen Ausstattung der Schulen bzw. in der fehlerhaften Installation zu suchen sein und werden im Abschnitt 5 diskutiert. Die WWW-Recherche nach der Jugendherberge (**Fragen 23-24**) hat fast ein Viertel die Schüler (23,1%) mit dem ersten Klick gelöst, fast die Hälfte (44%) mit dem zweiten Klick und ein Drittel (32,9%) schaffte es mit dem dritten Klick. Wenn man allerdings nur den ersten Klick als Ausdruck für Kompetenz im Medienkommunikationsbereich betrachtet, so ist das Ergebnis als schlecht anzusehen. Mehr Schüler (45,4%) haben sich die Karte von Windischleuba anschauen wollen bzw. 52,9% haben ihre Recherche mit Wikipedia begonnen. In diesem Zusammenhang wird darauf hingewiesen, dass Wikipedia mit den meisten ersten Klicks besonders hervorsteicht, obwohl man sich dort ganz sicher nicht über die behindertengerechte Einrichtung der Jugendherberge informieren, sondern nur allgemeine Informationen zum Ort, abrufen kann. Dies zeigt, dass im Bereich der Medienkommunikation (Internetrecherche) Handlungsbedarf für die Schulen besteht. Der Umgang mit einer Präsentationssoftware ist dagegen ausreichend und wird offenbar gut geübt.

Mit den **Fragen 55, 56** und **57** werden die Fähigkeiten der Schüler im Bereich der Medienkommunikation abgefragt. Leider können sich 44,8% der Schüler nicht oder nicht so gut gegen unerwünschte Medieninhalte schützen. Eine beachtliche Minderheit kann es nicht bzw. nicht so gut, die Kosten der Mediennutzung im Überblick zu behalten (38,3%) bzw. mit anderen über Medien in Kontakt zu treten (33,1%). Bei allen drei Punkten müsste die Kompetenz weiter ausgebaut werden. Es darf eigentlich fast keine Schüler geben, die die Antworten „kann das nicht“, „kann das nicht so gut“ wählen, zumindest sollte ihre Anzahl nicht im zweistelligen Prozentbereich liegen.

3.3.3 Medienproduktion

Der Testbereich Medienproduktion umfasst die Herstellung von Medien durch die Schüler, um ihre eigenen und um kollektiven Ziele zu verfolgen. Es kann sich um die Partizipation in der Gemeinschaft (z. B. Schülerzeitung) oder um kreative und künstlerische Ausdrucksweisen (Fotoausstellung oder Videofilm) handeln.

Vor allem die **Frage 18** versucht zu prüfen, ob Schüler ihre Medienhandlungen aus eigenen Zielen ableiten. Im Kontext des kurzen Einführungstextes zu dieser Aufgabe wird zudem ein Ziel hervorgehoben. Verstehen die Schüler, dass ihre Medienpartizipation nur mit eigenen Zielen erreicht werden kann? Die Mehrheit der Schüler ist zwar bereit, einen Beitrag für das Schulradio zu produzieren, weiß aber nicht wozu (288 Schüler). An zweiter Stelle stimmen 226 Schüler der Frage der Mutter unter der Bedingung zu, dass sie ihre eigenen Themen realisieren. Dies sind gerade mal 38,2% der Antworten! Sollte es für die meisten Schüler wirklich nicht selbstverständlich sein, bei der Medienproduktion eigene Ziele zu verfolgen und damit die Voraussetzung zur Partizipation am gesellschaftlichen Leben zu schaffen, so muss dringend, z. B. mit Hilfe aktiver Medienarbeit und Realisierung von zielgeleiteten Medienprojekten, die Kompetenzstärkung in der Schule erfolgen.

Diese Vermutung wird von Antworten auf die **Fragen 45-53** erhärtet. Die Schüler haben vor allem schon einmal einen Text im Internet veröffentlicht (33,4%) oder Fotos ins Internet gestellt (35,5%). Für aktive Formen der Medienproduktion, um eigene Ziele zu erreichen, interessieren sich die Schüler wenig oder gar nicht.

Fazit

Die wichtigste Schlussfolgerung aus dem Kompetenzbereich des Medienhandelns ist, dass die Schüler nicht oder nur wenig mit Medien umgehen können, um eigene Ziele zu realisieren. Es ist zu vermuten, dass die Kompetenz der Schüler auf der Ebene der Konsummedien gut ausgeprägt ist, komplexe mediale Auseinandersetzung und daraus folgende Medienaneignung, Medienkommunikation und selbstbestimmte Medienproduktion sollten jedoch als Gegenstand der medialen Förderung in der Schule fest etabliert werden.

4 Usability-Studie des Medienkompetenzbefragung aus Sicht der Schüler

Nach der eigentlichen Absolvierung des Medienkompetenztests füllten die Schüler und Schülerinnen Fragebögen zum Test aus, mit dessen Hilfe ihre Meinungen und Eindrücke festgehalten werden sollten. 555 Schülerinnen und Schüler beteiligten sich an dieser Befragung.

Bei der Frage, was den Schülern positiv aufgefallen sei oder sie als besonders gut empfanden, bewerteten 16,9% der Schüler den Test positiv. Besonders gut gefielen ihnen die Geschichte und der Ablauf (3,3%) sowie der verständliche und informative Charakter des Tests (3,1%). Zudem nannten sie die Tatsache, dass der Test für sie entworfen wurde (1,9%) als positiv. Auch bei den gezeigten Videos im Test wurde vor allem der informative und lehrreiche Charakter als besonders schätzenswert anerkannt und von 29% der Befragten als gut bewertet. Mit 16,8% trugen die Figuren durch ihre leitende Funktion im und durch den Test sowie durch ihre Gemeinsamkeiten mit den Testpersonen in Alter, Sprache und Interessen, zu einer positiven Beurteilung bei. Ferner wurden die Fragen und Aufgaben aufgrund ihrer Verständlichkeit, der gegebenen Multiple-Choice-Möglichkeit und durch ihre Alltagsrelevanz von 15,8% als gelungen eingeschätzt. Bei der Frage, was den Schülern am Test negativ aufgefallen sei, wurden die Figuren wegen ihrer unrealistischen Darstellung und Bewegung, wegen ihres unsympathischen Aussehens und Verhaltens sowie aufgrund ihrer Sprache (Dialekt) von 27,5% genannt. Zudem sprachen sich 18,4% für die Einführung eines Hilfebuttons bzw. einer Hilfetaste aus, der bzw. die Worterklärungen zur Verfügung stellt, in der die Aufgabenstellung nachzulesen ist, der/die einfache Tipps zum Aufgabeninhalt enthält oder sogar Lösungsansätze anbietet. Weiterhin würden sich 16,1% eine Verbesserung der Grafik und 9,2% das Einsetzen von professionellen Sprechern wünschen. Gleichzeitig forderten die Schüler mit 8,3% das Erklären von Fremdwörtern sowie mit 8,3% das Stellen von interessanteren Fragen und eindeutigeren Fragenstellungen und erhoben mit 7,4% den Anspruch auf das Erscheinen des persönlichen Ergebnisses oder einer anderen Art der Auswertung am Ende des Tests.

Die Kritik und Wünsche der Schüler sind legitim, da die Softwareanwendung aus Kostengründen nur semi-professionell erstellt werden konnte. Es gab keine Mittel für professionelle 3D-Programmierung. Die 3D-Gestaltung wurde außerdem 2007 abgeschlossen. Gerade die letzten Jahre waren aber im 3D-Grafik-Bereich von einem immensen Innovationsschub gekennzeichnet, sodass die wesentlichen Erwartungen der Schüler gestiegen, nachvollziehbar und ihre negative Reaktion auf das 3D-Programm verständlich sind.

Aufgrund der Usability-Studie müssten folgende Überarbeitungen vorgenommen werden:

- Professionelle 3D-Gestaltung
- Story-Entwicklung in Richtung eines „Medienspiels“
- Einsatz professioneller Sprecher
- Produktion umfassenderen Videomaterials
- Integration einer Hilfe

Denkbar ist auch die Entscheidung für einen Test mit psychometrischem Charakter (Web-basiert) ohne multimediale Umgebung. Sollte die Befragung weiterentwickelt werden, ist das Erreichen eines zeitgemäßen technologischen Stands notwendig.

5 Usability-Studie der Medienkompetenzbefragung aus Sicht der Lehrer

Die Medienkompetenzbefragung wurde an 42 Schulen verschickt. An 35 Schulen (83%) hat man versucht ihn durchzuführen und an 29 (69%) hat er (innerhalb des Medienkundeunterrichtes) stattgefunden. Als Gründe für das Nicht-Stattfinden der Befragung an 11 Schulen gaben 3 Lehrer technische Probleme – schlechte Internetverbindung, hohes Alter der Rechner sowie eine zu geringe Anzahl der verfügbaren/benötigten Headphones – an. Darüber hinaus fühlten sich 5 Lehrer überfordert, nicht zuständig oder fanden keine Zeit sich darum zu kümmern.

Durch die Rückmeldungen der 17 Lehrer, die sich mit der Befragung auseinandergesetzt haben, kann in Bezug auf Medienkompetenz folgendes gesagt werden. Für 15 von 17 der befragten Lehrer hat die Medienkompetenz von Schülern eine große bis sehr große Bedeutung. Dabei ist es für 9 Lehrer (53%) entscheidend, dass Kinder und Jugendliche wissen, wie man Medieninhalte auswählt und sich kritisch mit ihnen auseinandersetzt. Ferner erachten 5 Lehrer (29%) den Umgang und die Anwendung, 4 Lehrer (24%) die inhaltliche und 3 Lehrer (18%) die technische Medienkompetenz als grundlegende Arten von Medienkompetenz. Jedoch erkennen nur 8 von 17 Lehrern diese Komponenten in den Aufgaben des Tests zum Teil wieder bzw. sind sogar 3 Lehrer darunter der Meinung, dass diese Aspekte in den Aufgaben gar nicht erkennbar sind. Gründe dafür sehen 4 von 11 Lehrern in dem zu hohen Anspruchsniveau der Themen und einmal darin, dass die Themen und Inhalte zu wenig der Kinderwelt entstammen sowie dass der Anteil an praktischen Aufgaben zu niedrig ist.

Den Gesamteindruck beurteilend beschrieben die Lehrer die Befragung zwar fünfmal als gut bedienbar und leicht verständlich, wiesen jedoch viermal auf die Optimierung der Kategorien Grafik/Animation und Story sowie jeweils einmal auf die Tonqualität, auf die nicht altersgerechte Themenwahl und auf die Dauer bzw. Zeitintensivität des Tests hin. Zudem wurden dreimal die technischen Schwierigkeiten genannt, die die Durchführung mit sich brachte und einmal die mangelhaften Infos bzw. die schlechte Vorbereitung der Lehrer, für die Durchführung der Befragung, betont.

Zitat: ... Diese Rechner sind jetzt 5 Jahre alt und erfüllen schon aus technischer Hinsicht nicht die Mindestanforderungen des Tests. (...) Mehrere Versuche meinerseits die CD dauerhaft zum Laufen zu bringen, scheiterten deshalb (5h).

Zitat: ... An fast allen Schulen im Kreis wird die Verbindung zum Internet über einen Proxy-Server realisiert, wobei die Authentifizierung jedes Nutzers erforderlich ist. (...) Die Internetverbindungseinstellungen der Schule hätten zur Durchführung des Tests vollständig geändert werden müssen.

Zitat: ... Erhöhte Vertretungsbelastung durch Bildung kleiner Gruppen (vorhandene Rechnerzahl).

Zitat: ... Test funktionierte teilweise nicht, hohes Maß an Aufwand (Installation). Unterrichtsausfall für Schüler mit wenig Nutzen.

Zitat: ... warum reicht der Medienplayer nicht aus, der ist auf jedem PC schon drauf! Unnötiges Nachinstallieren!

Obwohl 6 (35%) Lehrer keinen Nutzen in dem Test erkennen konnten, können sich im Gegensatz dazu viele vorstellen, den Test als Erhebungs- oder Evaluationsinstrument zur Erfassung des Ist-Zustandes der Medienkompetenz bei ihren Schülern zu nutzen. 5 (30%) Lehrer könnten sich vorstellen den Test als Lernmedium in ihrem Unterrichtsalltag einzusetzen. 6 (35%) Lehrer erwähnen den Test als Orientierung für den Medienkundeunterricht und wollen es als Medienkonzept nutzen. Darüber hinaus erklärte ein Lehrer den Vorteil des Tests im Unterricht darin, dass er durch den Test zusätzlich einen Überblick über das Medienwissen und die praktischen Fertigkeiten seiner Schüler mit Medien erlangen könnte. Die Voraussetzung dazu, und da sind sich 7 (41%) Lehrer einig, liegt darin, dass es zeitnah zu Testergebnissen kommt mit denen sowohl die Schüler als auch die Lehrer arbeiten können.

Frage: Welchen Nutzen könnte der Test in der jetzigen Form haben/welche Einsatzmöglichkeiten können Sie sich vorstellen?

Zitat: ... kaum Möglichkeiten des sinnvollen Einsatzes denkbar.

Zitat: ... Im Moment sehe ich nur bedingt einen Nutzen. Dieser würde voraussetzen, dass die angesprochenen Aspekte im Unterricht auch betrachtet werden. Ich denke, hier ist noch eine Fortbildung der Kollegen NÖTIG, die über die Printmedien hinaus geht. Danach kann über evtl. Einsatzmöglichkeiten gesprochen werden.

Zitat: ... man kann feststellen, dass das Textverständnis in großem Maße von interessanten Themen abhängt.

Zitat: ... Ergebnisse werde ich in die Planung der Kurse Medienkunde gezielt einbeziehen, was muss ich in welcher Klassenstufe tun, damit Schüler in Kl. 7 diesen Test absolvieren können, daher gute Hilfe für weitere Unterrichtsplanung.

Zitat: Lehrer kann erkennen, wie weit die Medienkompetenz bei den Schülern entwickelt ist.

Zitat: Überprüfung des Wissenstandes, Motivation zur Arbeit an der Medienkompetenz.

Resümierend und nach Absolvierung der Medienkompetenzbefragung folgern 6 (35%) Lehrer, dass es zu einer Überarbeitung bzw. einem neuen Medienkunde-konzept kommen muss und es zu überlegen wäre, ob es qualitativ sinnvoller wäre, den Medienkundeunterricht als ein selbständiges Fach an den (Thüringer) Schulen zu etablieren. Daneben sprachen sich 5 Lehrer für den Test als eine Art Messinstrument für den Unterricht aus, der sowohl die eigenen Schwachstellen und die der Schüler sichtbar machen kann.

Zitat: ...Seit einigen Jahren geben Kompetenztests in den Hauptfächern den Lehrern ein gutes Hilfsmittel in die Hand, wenn es darum geht, das Wissen der Schülerinnen und Schüler sowie deren Fähigkeiten und Fertigkeiten zu evaluieren. Deshalb sehe ich die Idee, mit einem Medienkompetenztest die Medienerfahrungen und Medienkompetenzen der Schülerinnen und Schüler zu erfragen, grundsätzlich positiv und schätze auch die Arbeit, die in die Vorbereitung des Tests investiert wurde. Allerdings hätte ich mir mehr Aufgaben aus dem Bereich Medienproduktion gewünscht.

Sicherlich kann ein überarbeiteter Medienkompetenztest als erster Schritt dazu genutzt werden, die Schüler im theoretischen und praktischen Umgang mit Medien zu unterstützen. Seine Aufgabe besteht jedoch nur in der ersten Feststellung des Lernstands im Medienbereich, um künftig mit Systemanpassung zu reagieren. Ohne systemische Verankerung der Medien und des Medienunterrichts in der Schule steigt die Gefahr, dass ein Teil der Schüler nicht erfolgreich an dem mediatisierten Leben unserer Gesellschaft teilnehmen kann.

Folgende Aspekte aus der Lehrerbefragung sollten in die Medienkompetenzbefragung übernommen werden:

- größere Auswahl an Fragen zu jedem Kompetenzbereich
- einfachere Installation (bzw. keine bei Web-Nutzung)
- technischer und medienpädagogischer Support für Lehrer
- die Bedeutung der Medienkompetenz mit den Lehrern klären
- Medienkompetenz der Lehrer stärken
- Entwicklung von Items auch künftig mit Lehrern und Schülern
- umfassendere Sammlung von Video-Beiträgen (für den Unterricht, Inhaltsanalyse)

Insgesamt kann als Fazit aus der Lehrerbefragung festgehalten werden, dass nur mit medienkompetenten Lehrern die Medienkompetenz der Schüler gestärkt werden kann.

6 Literaturverzeichnis

- Baacke, D. (1980): Kommunikation und Kompetenz. Grundlegung einer Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien. München: Juventa Verlag, 3. Aufl.
- Baacke, D. (1997): Medienpädagogik. Tübingen: Niemeyer.
- Baacke, D. (1999): Die 0-5 Jährigen. Einführung in die Probleme der frühen Kindheit. Weinheim und Basel: Beltz.
- Groeben, N. (2002): Anforderungen an die theoretische Konzeptualisierung von Medienkompetenz. In: Groeben, N./Hurrelmann, B. (Hrsg.). Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen. Weinheim, München: Juventa. S. 11-22.
- Habermas, J. (1990): Vorbereitende Bemerkung zu einer Theorie der kommunikativen Kompetenz. In: Habermas, J./Luhmann, N. (1990): Theorie der Gesellschaft und Sozialtechnologie. Was leistet die Systemforschung. Frankfurt/M., Suhrkamp 10. Auflage. S. 101-141.
- Hasebrink, U. (1999): Was beobachtbares Nutzungsverhalten mit Medienkompetenz zu tun hat. In: Schell, F.; Stolzenburg, E.; Theunert, H. (Hrsg.). Medienkompetenz. Grundlagen und pädagogisches Handeln. München: KöPäd. S. 148-158.
- Luca, R. & Aufenanger, S. (2007): Geschlechtersensible Medienkompetenzförderung. Mediennutzung und Medienkompetenz von Mädchen und Jungen sowie medienpädagogische Handlungsmöglichkeiten. Berlin: Vistas Verlag GmbH.
- Pöttinger, I. (1997): Lernziel Medienkompetenz. Theoretische Grundlagen und praktische Evaluation anhand eines Hörspielprojektes. München: KoPäd Verlag.
- Schell, F. (1999): Aktive Medienarbeit mit Jugendlichen. Theorie und Praxis. München: KoPäd Verlag, 3. Auflage.
- Schell, F.; Stolzenburg, E. & Theunert, H. (Hrsg.) (1999): Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln. München: KoPäd Verlag.
- Schorb, B. (2005): Medienkompetenz. In: Hüther, J./Schorb, B.(Hrsg.): Grundbegriffe der Medienpädagogik. München: KoPäd Verlag, 4., vollst. neu konzipierte Auflage. S. 257-262.
- Spanhel, D. (1999): Integrative Medienerziehung in der Hauptschule. Ein Entwicklungsprojekt auf Grundlage responsiver Evaluation. München: KoPäd Verlag.

Staiger, S. (2004): Computerbasierte Lehr-Lern-Arrangements. Didaktische Konzepte und Potentiale konkretisiert an einem Beispiel für beruflichen Unterricht. Frankfurt/Main: Verlag Peter Lang.

Theunert, H. (1999): Medienkompetenz: Eine pädagogisch und altersspezifisch zu fassende Handlungsdimension. In: Schell, F.; Stolzenburg, E.; Theunert, H. (Hrsg.). Medienkompetenz. Grundlagen und pädagogisches Handeln. München: KöPäd Verlag. S. 50-59.

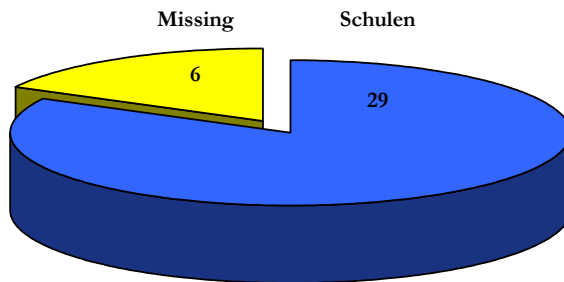
Vollbrecht, R. (2001): Eine Einführung in die Medienpädagogik. Weinheim, Basel: Beltz Verlag.

7 **Anhang**

7.1 Ergebnisse der Schülerbefragung

Teilnahme der Schulen (7. Klassen) am Medienkompetenztest

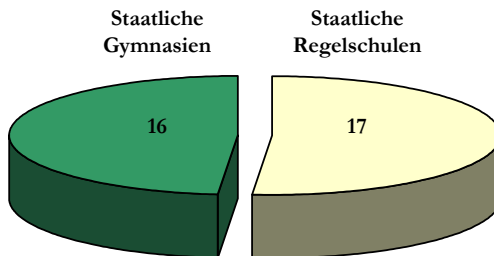
	Frequency	Percent
Staatliche Regelschulen	18	51,4
Staatliche Gymnasien	17	48,6
Total	35	100
Missing	6 ¹	
Total	29	



Total: 35 Schulen

■ Schulen

■ Missing



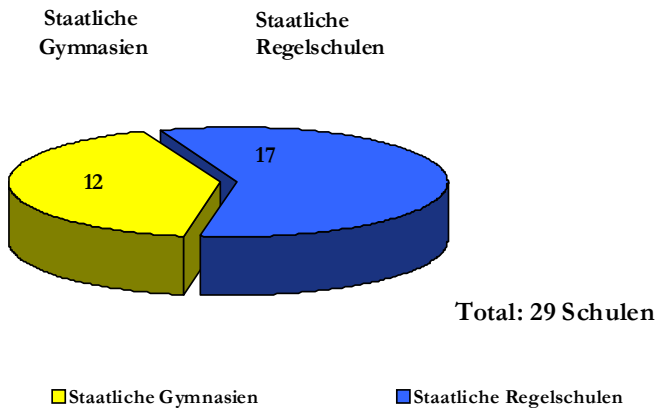
□ Staatliche Regelschulen

■ Staatliche Gymnasien

¹ 1 Regelschule, 5 Gymnasien

Durchführung des Tests von Anfang bis Ende mit der Klasse

	Frequency	Percent
Staatliche Regelschulen	17	41,4
Staatliche Gymnasien	12	58,6
Total	29	100

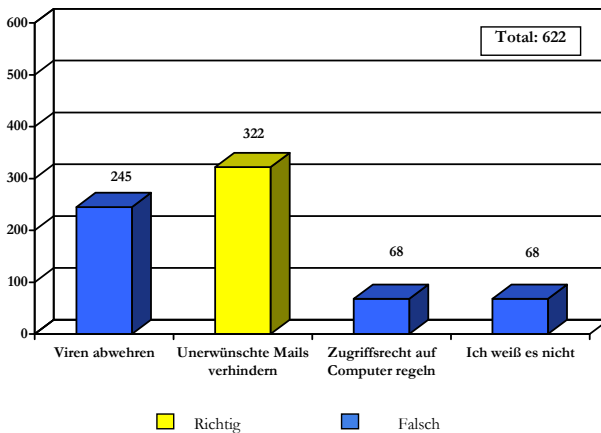


7.1.1 Kompetenzbereich: Medienwissen

Frage 1: Wofür ist ein Spamfilter gedacht?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
Viren abwehren	245	34,8	666	36,8
Unerwünschte Mails verhindern	322	45,8		48,3
Zugriffsrecht auf Computer regeln	68	9,7		10,2
Ich weiß es nicht	68	9,7		10,2
Total	703	100		
Missing -77	-			
Total	703			

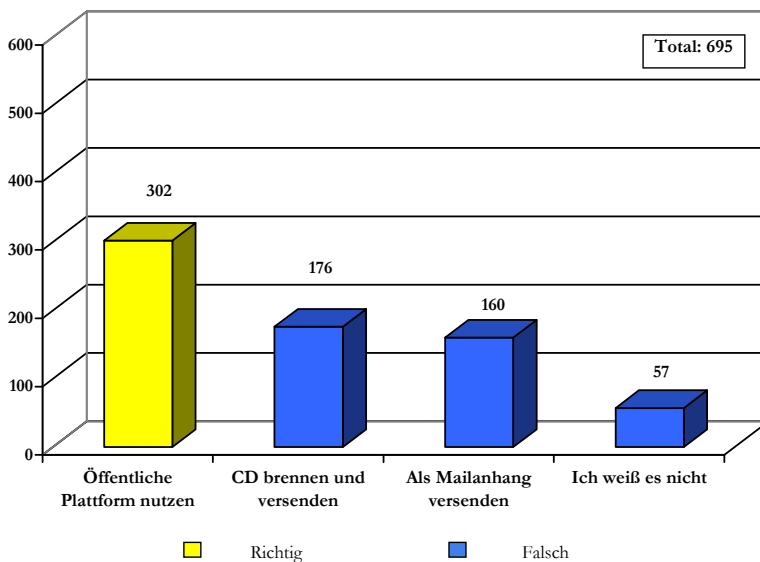
Fast die Hälfte (**48,3%**) der Schüler gibt die richtige Antwort an. Leider kann knapp über die Hälfte keine richtige Antwort nennen. Die meisten gehen dabei von der Virenabwehr (**36,8%**) aus. Da es sich hier, wie bei den meisten Antworten, um Mehrfachantworten handelt, ist davon auszugehen, dass von den Schülern, die die Antwort richtig gewählt haben, auch falsche Antworten gekommen sein könnten.



Frage 2: Du möchtest gern einen von dir erstellten Audio-/Videobeitrag vielen, dir auch namentlich unbekanntem Menschen, zugänglich machen. Welche Form ist hierfür am besten geeignet?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
öffentliche Plattform nutzen	302	43,5	666	45,3
CD brennen und versenden	176	25,5		26,4
als Mailanhang versenden	160	23,2		24
Ich weiß es nicht	57	8,2		8,5
Total	695	100		

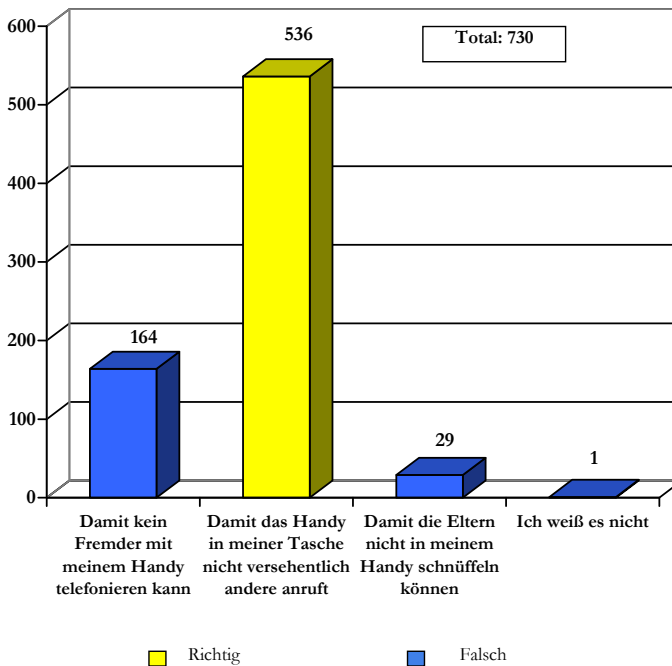
Mit **45,3%** nennt fast die Hälfte der Schüler die richtige Antwort. Sie würden einen Audio-/Videobeitrag, um ihn unbekanntem Menschen zugänglich zu machen, auf eine öffentliche Plattform stellen. Jedoch kann auch hier die knappe Mehrheit die Antwort nur falsch oder nicht beantworten.



Frage 3: Wofür ist eine Tastatursperre beim Handy da?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
damit kein Fremder mit meinem Handy telefonieren kann	164	22,5	666	24,6
damit das Handy in meiner Tasche nicht versehentlich andere anruft	536	73,4		80,5
damit meine Eltern nicht in meinem Handy schnüffeln können	29	4		4,4
Ich weiß es nicht	1	0,14		0,15
Total	730	100		

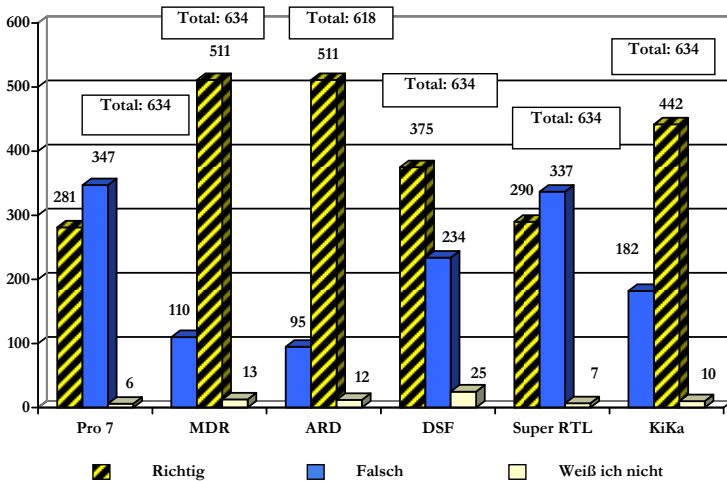
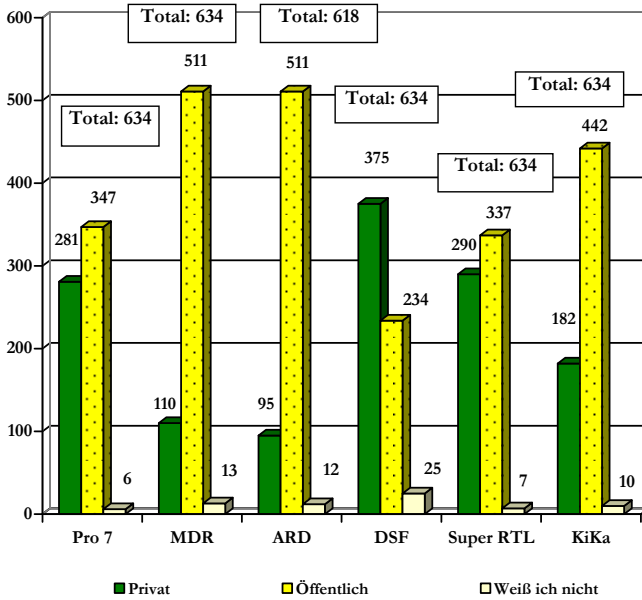
Mit **80,5%** können die Schüler die Frage fast alle richtig beantworten.



Frage 4: Ordne die folgenden Sender danach, ob sie öffentlich rechtliche Sender oder Privatsender sind.

	Privat		Öffentlich		Weiß ich nicht		Total Frequency Persons
	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Answers	Percent Answer	Frequency Answers	Percent Answers	
		Percent Persons		Percent Persons		Percent Persons	
Pro 7	281	44,3	347	54,7	6	0,9	634
MDR	110	17,4	511	80,6	13	2,1	634
		16,5		76,7		1,9	666
ARD	95	15,4	511	82,7	12	1,9	618
		14,3		76,7		1,8	666
DSF	375	59,1	234	36,9	25	3,9	634
		56,3		35,1		3,75	666
Super RTL	290	45,7	337	53,2	7	1,1	634
		43,5		50,6		1,1	666
KiKa	182	28,7	442	69,7	10	1,6	634
		27,3		66,4		1,5	666

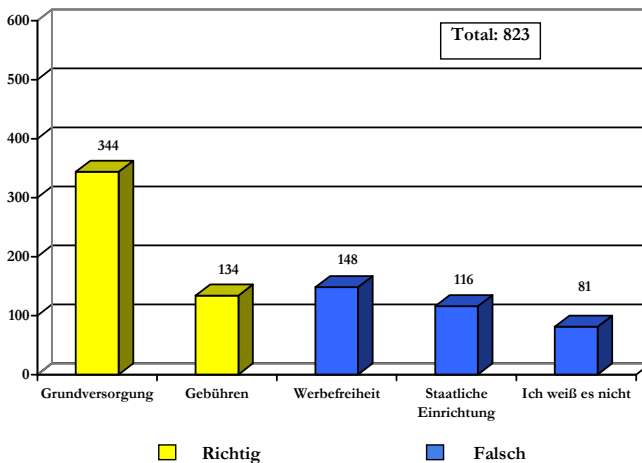
Die Aufgabe, die vorgegebenen Sender in öffentlich-rechtliche oder Privatsender zu ordnen, scheint den Schülern Probleme zu bereiten. Dies ist z. B. daran zu erkennen, dass die Summe der Teilnehmer von (Total 666) nicht erreicht wurde. Dies könnte daraus resultieren, dass keine Mehrantworten gegeben wurden bzw. die Aufgabe von einigen gar nicht erst beantwortet wurde. Dies würde auch den geringen Zahlen in der Antwortkategorie „Ich weiß nicht“ entsprechen, die nur zwischen **0,9% und 3,75%** liegen. Die größten Schwierigkeiten hatten die Schüler in der Einordnung der Sender Pro 7 und Super RTL, die von der überwiegenden Mehrheit (**Pro 7: 52,1%, Super RTL: 50,6%**) als öffentlich-rechtliche Sender kategorisiert wurden. Demgegenüber gab es zwar weniger Probleme in der Einordnung der Sender MDR, ARD und KiKa, trotzdem kann angenommen werden, dass vielen Schülern nicht klar ist, wie sich öffentlich-rechtliche Sender und Privatsender voneinander abgrenzen.



Frage 5: Welche Merkmale hat öffentlich-rechtlicher Rundfunk?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
Auftrag zur Grundversorgung, d. h. Versorgung der Bürger mit Bildung, Information und Unterhaltung	344	41,8	666	51,7
Gebührenfinanzierung, d. h. die Bürger sind verpflichtet für das Programm zu zahlen	134	16,3		20,1
Werbefreiheit, d. h. es wird nicht für Produkte/Waren geworben	148	18		22,2
Staatliche Einrichtung, unter anderem mit vom Staat kontrollierten Inhalten	116	14,1		17,4
Ich weiß es nicht	81	9,8		12,2
Total	823	100		

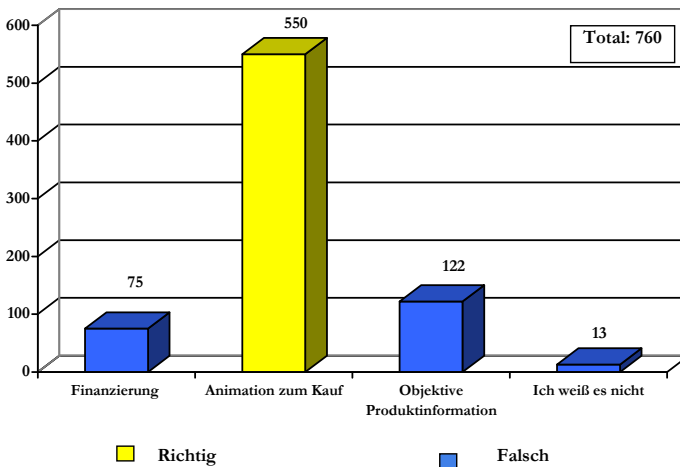
Das Hauptmerkmal der Grundversorgung der Bürger mit Bildung, Information und Unterhaltung von öffentlich-rechtlichem Rundfunk wird zwar mit **51,7%** und somit von der Mehrheit erkannt, aber schon das zweite vorgegebene Merkmal der Gebührenfinanzierung wird nur mit **20,1%** angekreuzt. Bei 157 Mehrantworten sind die Zahlen des Wissensdefizits noch deutlicher.



Frage 6: Was bezweckt der Hersteller von Joghurt mit seiner Werbung in erster Linie?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
Finanzierung des Medienangebotes	75	9,9	666	11,3
Animation zum Kauf	550	72,4		83,3
Objektive Produktinformation	122	16,1		18,3
Ich weiß es nicht	13	1,7		2
Total	760	100		

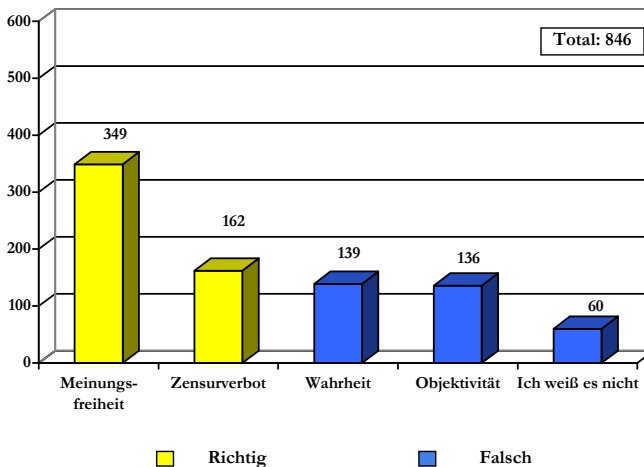
83,3% der Schüler erkennen den Zweck von Werbung. Dass jedoch auch 18,3% der Schüler Werbung mit objektiver Produktinformation verbinden, deutet an, dass dieses Thema im Unterricht aufgegriffen und behandelt werden muss.



Frage 7: Welche Grundsätze gelten in Deutschland im Bezug auf die Pressefreiheit?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
Meinungsfreiheit, d. h. Journalisten haben das Recht, ihre Meinung zu veröffentlichen	349	41,2	666	52,4
Zensurverbot, d. h. niemand darf Inhalte, die nicht gegen das Gesetz verstoßen, verbieten	162	19,1		24,3
Wahrheit, d. h. Zeitungen müssen immer die Wahrheit schreiben	139	16,4		20,9
Objektivität, d. h. was berichtet wird, muss frei von eigenen Wertungen sein	136	16,1		20,4
Ich weiß es nicht	60	7,1		9
Total	846	100		

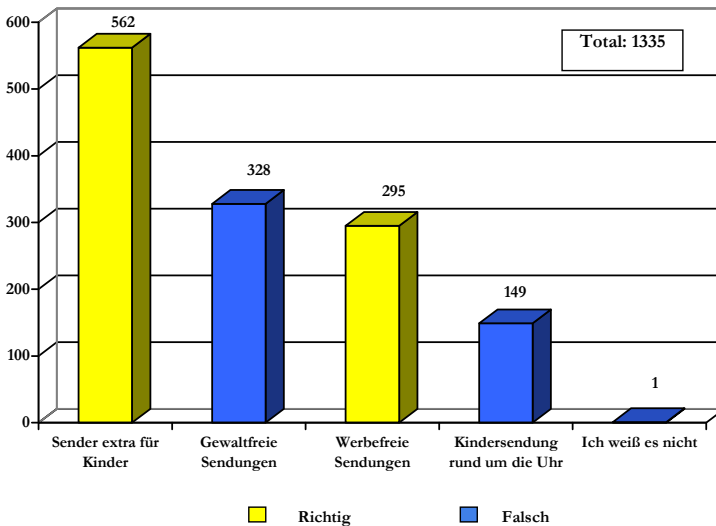
Mit **52,4%** nennt die Hälfte der Befragten Meinungsfreiheit als einen Grundsatz der Pressefreiheit. Den zweiten angegebenen Grundsatz (Zensurverbot) nennen **24,3%**. Bei der Betrachtung der Ergebnisse muss berücksichtigt werden, dass es 180 Mehrantworten gegeben hat und somit die richtig antwortenden Schüler möglicherweise auch falsche Antwort gewählt haben.



Frage 8: Was ist am KIKa so besonders?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
Der Sender ist extra für Kinder	562	42,1	666	84,4
Sendungen sind gewaltfrei	328	24,6		49,2
Sendungen sind werbefrei	295	22,1		44,3
Sendet rund um die Uhr nur Kindersendungen	149	11,2		22,4
Ich weiß es nicht	1	0,07		0,2
Total	1335	100		

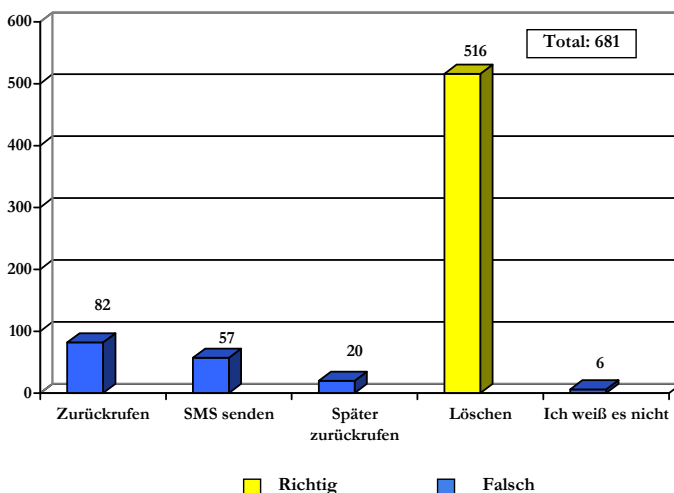
Hier gibt es insgesamt 669 Mehrantworten. Diese sehr hohe Anzahl kann Folge von Unsicherheit und/oder Nichtwissen sein. Mit **84,8%** kennzeichnet eine sehr hohe Anzahl der Befragten den KiKa richtig als einen extra Kindersender. Über die zweite Besonderheit des Senders, die sich durch seine Werbefreiheit auszeichnet, wissen demgegenüber nur **44,3%** Bescheid.



Frage 9: Wie reagierst du richtig, wenn du eine SMS von einem unbekanntem Absender bekommst?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
Zurückrufen	82	12	666	12,3
SMS senden	57	8,4		8,6
Später zurückrufen	20	2,9		3
Löschen	516	75,8		77,5
Ich weiß es nicht	6	0,9		
Total	681	100		

Gute 2/3 (**77,5%**) geben die richtige Antwort und würden eine SMS eines Unbekannten löschen. Da es sich hier nur um wenige Mehrantworten handelt ist davon auszugehen, dass die SchülerInnen dies als eine leichte Aufgabe empfunden haben, weil der Umgang mit Unbekannten und Unbekanntem möglicherweise schon öfter zusammen mit Eltern und Lehrern in Bezug auf Medien thematisiert und besprochen wurde.



7.1.2 Kompetenzbereich: Medienbewertung

Einschätzen der Quelle (Video-Bericht über Verlängerung der Nutzung der Atomkraft)

Frage 10: Im Beitrag wurde ich umfassend über die Thematik informiert.

Stimme ich zu		Stimme ich nicht zu		Weiß ich nicht		Total
Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons
	Percent Persons		Percent Persons		Percent Persons	
482	77,5	107	17,2	33	5,3	622
	72,4		16,1		5	666

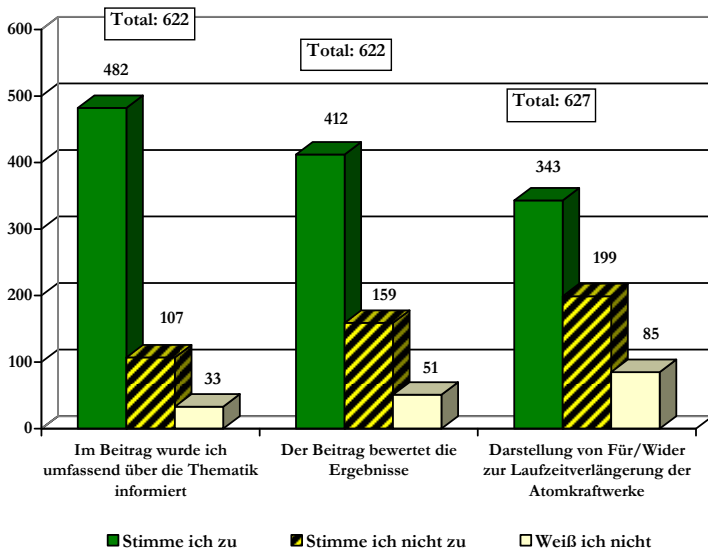
Frage 11: Der Beitrag bewertet die Ereignisse.

Stimme ich zu		Stimme ich nicht zu		Weiß ich nicht		Total
Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons
	Percent Persons		Percent Persons		Percent Persons	
412	66,2	159	25,6	51	7,7	622
	61,9		23,9		8,2	666

Frage 12: Das Für und Wider zur Verlängerung der Laufzeit der Atomkraftwerke wird im Beitrag gleichberechtigt dargestellt

Stimme ich zu		Stimme ich nicht zu		Weiß ich nicht		Total
Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons
	Percent Persons		Percent Persons		Percent Persons	
343	54,7	199	31,7	85	13,6	627
	51,5		29,9		12,7	666

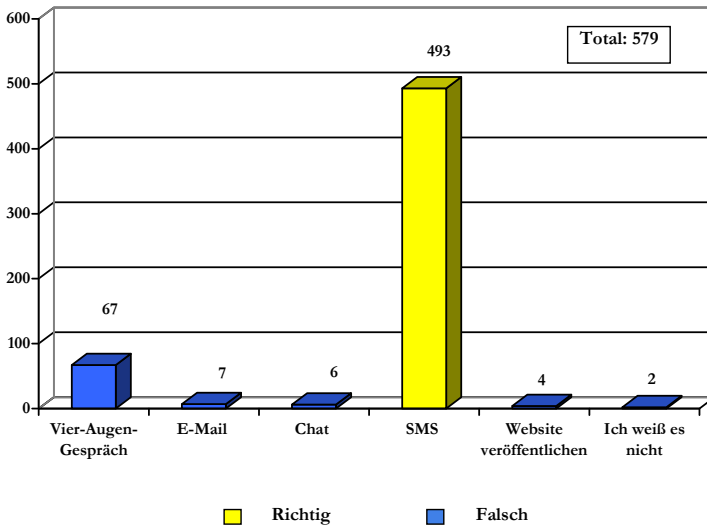
Bei der Betrachtung der Ergebnisse wird ersichtlich, dass es den Schülern schwer bis sehr schwer fällt, Medien inhaltlich zu bewerten.



Frage 25: Du hast dich mit deiner Freundin/deinem Freund verabredet, ihr habt euch aber scheinbar verfehlt. Was würdest du machen?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
Vier-Augen-Gespräch führen	67	11,6	666	10
E-Mail versenden	7	1,2		1,1
Im Chat besprechen	6	1		0,9
SMS versenden	493	85,1		74
Website veröffentlichen	4	0,7		0,6
Ich weiß es nicht	2	0,3		0,3
Total	579	100		

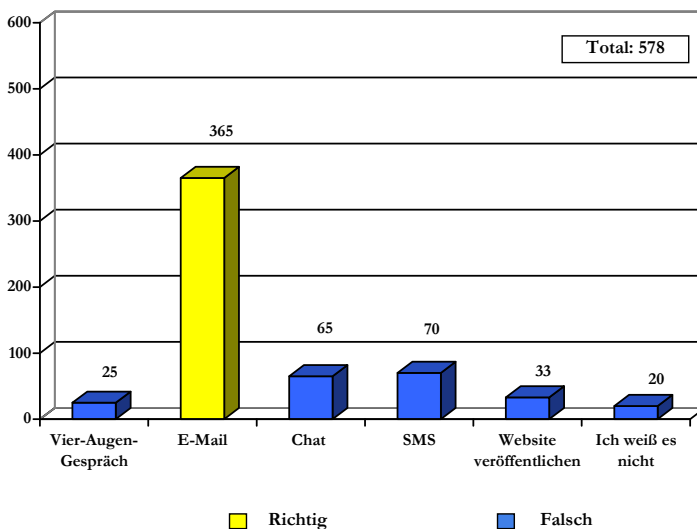
Mit einer Mehrheit von **74%** geben die Schüler die richtige Antwort an und würden bei einer verpassten Verabredung das Handy verwenden, um eine SMS zu verschicken.



Frage 26: Du möchtest alle Schüler eurer japanischen Partnerklasse kontaktieren. Dort ist bereits Nacht. Was würdest du tun?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
Vier-Augen-Gespräch führen	25	4,3	666	3,8
E-Mail versenden	365	63,1		54,8
Im Chat besprechen	65	11,2		9,8
SMS versenden	70	12,1		10,5
Website veröffentlichen	33	5,7		5
Ich weiß es nicht	20	3,5		3
Total	578	100		

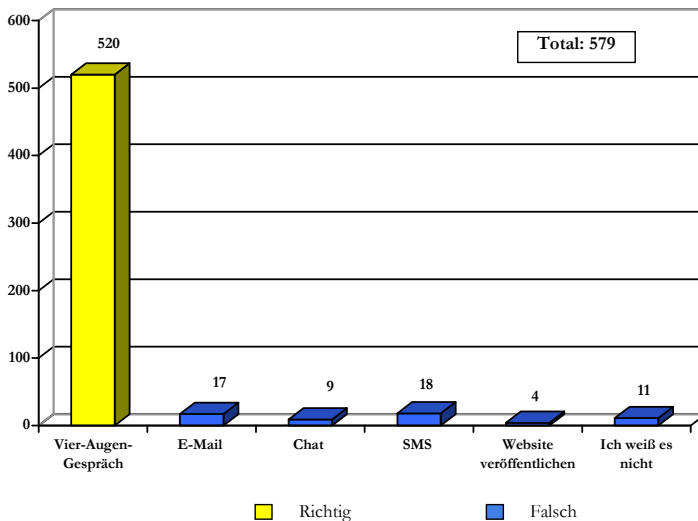
Mit **54,8%** gibt knapp mehr als die Hälfte der Schüler die richtige Antwort. Durch die weitere Antwortmöglichkeit: Vier-Augen-Gespräch führen (**3,8%**) wird das Nichtverstehen der Aufgabe deutlich. Die mit **9,8%** genannte Antwortmöglichkeit „im Chat besprechen“ sowie die mit **10,5%** genannte Möglichkeit „SMS zu versenden“ widersprechen zwar der Tatsache, dass es in Japan schon Nacht ist, lassen aber zumindest die Idee erkennen, eine Vielzahl von Menschen erreichen zu wollen.



Frage 27: Du hast zwei Stunden verschlafen und willst dich beim Lehrer der ersten Stunde entschuldigen. Was würdest du machen?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
Vier-Augen-Gespräch führen	520	89,8	666	78,1
E-Mail versenden	17	2,9		2,6
Im Chat besprechen	9	1,6		1,4
SMS versenden	18	3,1		2,7
Website veröffentlichen	4	0,7		0,6
Ich weiß es nicht	11	1,9		1,7
Total	579	100		

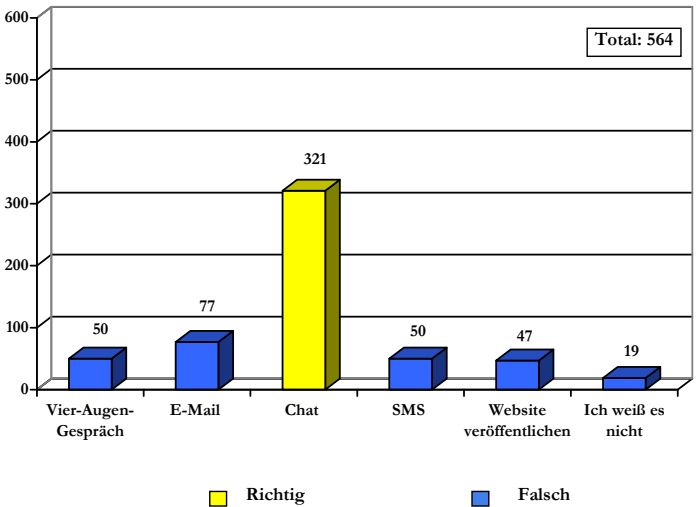
Mit einer deutlichen Mehrheit wählen **78,1%** die richtige Antwort.



Frage 28: Du möchtest dich über deine Interessen mit anderen austauschen, aber du willst nicht, dass sie dich erkennen. Was würdest du machen?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
Vier-Augen-Gespräch führen	50	8,9	666	7,5
E-Mail versenden	77	13,7		11,6
Im Chat besprechen	321	56,9		48,2
SMS versenden	50	8,9		7,5
Website veröffentlichen	47	8,3		7
Ich weiß es nicht	19	3,4		2,9
Total	564	100		

Um unerkannt mit anderen Kontakt aufzunehmen, hat sich die knappe Hälfte (**48,2%**) für die richtige Antwort entschieden und würde sich in einen Chatroom begeben. Diese deutliche Mehrheit, im Gegensatz zu den anderen Antworten, ist ein Indiz dafür, dass die Schülerinnen die Merkmale eines Chats kennen. Bei den **11,6%** die eine E-Mail versenden würden, könnte man sich vorstellen, dass die Antwortmöglichkeit gewählt wurde, weil man oftmals von der E-Mailadresse nicht gleich auf die Person schließen kann. Alle anderen Antworten sind eindeutig falsch.

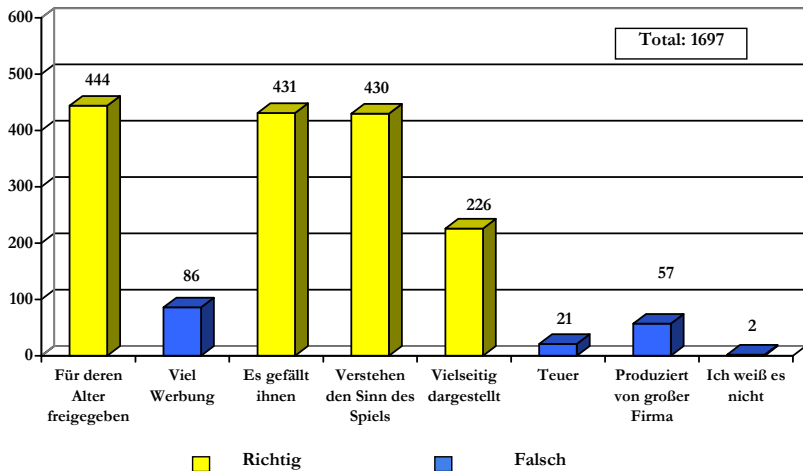


Einschätzung Computerspiel und Recht dazu

Frage 29: Welches Merkmal muss ein gutes Computerspiel für SchülerInnen der 7. Klasse aufweisen?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Frequency Persons
Es ist für deren Alter freigegeben	444	26,2	666	66,7
Es wird viel Werbung für das Spiel gemacht	86	5,1		12,9
Es gefällt ihnen	431	25,4		64,7
Sie verstehen den Sinn des Spiels	430	25,3		64,6
Mädchen/Frauen und Jungen/Männer sind als vielseitige Personen dargestellt	226	13,3		34
Es ist teuer	21	1,2		3,2
Eine große Firma hat das Spiel produziert	57	3,4		8,6
Ich weiß es nicht	2	0,1		0,3
Total	1697	100		

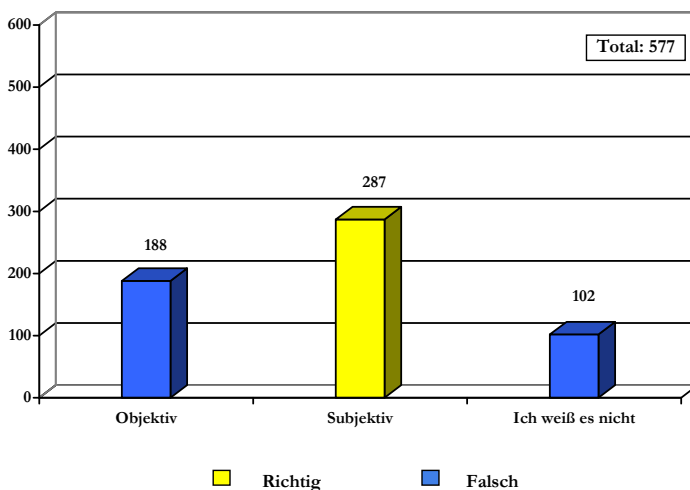
Mit **66,7%**, **64,7%**, **64,6%** und **34%** nennen die Schüler die richtigen Merkmale, die ein Computerspiel aufweisen muss. Allein **12,9%**, die ein gutes Computerspiel nach der dafür gemachten Werbung beurteilen oder den **8,6%** die ein gutes Computerspiel wegen der Firma, die das Spiel produziert hat, bewerten, scheint die Lösung der Aufgabe keinerlei Probleme verursacht zu haben.



Frage 30: Ist die Einschätzung, dass ein Spiel ab 16 Jahren freigegeben:

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
objektiv	188	32,6	666	28,2
subjektiv	287	49,7		43,1
Ich weiß es nicht	102	17,7		15,3
Total	577	100		

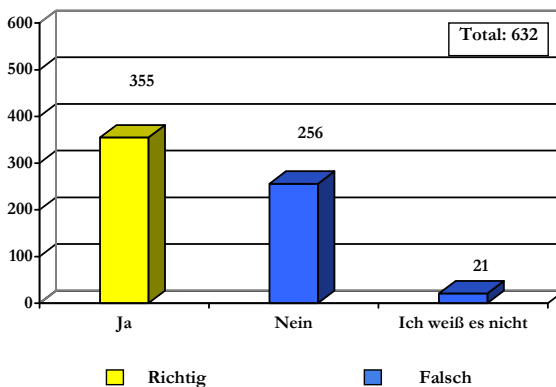
Mit **43,1%** antwortet nicht einmal die Hälfte der Schüler richtig. Die Summe der Schüler aus den weiteren angebotenen Antworten: „Objektiv“ (28,2%) und „Ich weiß es nicht“ (15,3%) ergibt ebenfalls eine gute Hälfte und zeigt, die Schwierigkeit mit der Aufgabe.



Frage 31: Handelt ein Verkäufer gesetzeswidrig, wenn er dir ein Computerspiel verkauft, das nicht für Kinder und Jugendliche freigegeben ist?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
Ja	355	56,2	666	53,3
Nein	256	40,5		38,4
Ich weiß es nicht	21	3,3		3,2
Total	632	100		

Gut die Hälfte aller Schüler (**53,3%**) nennt die richtige Antwort und das Verkaufen eines Computerspiels an jemanden, für den es aufgrund seines Alters nicht freigegeben ist, gesetzeswidrig. **38,4%** sehen keine Gesetzeswidrigkeit.

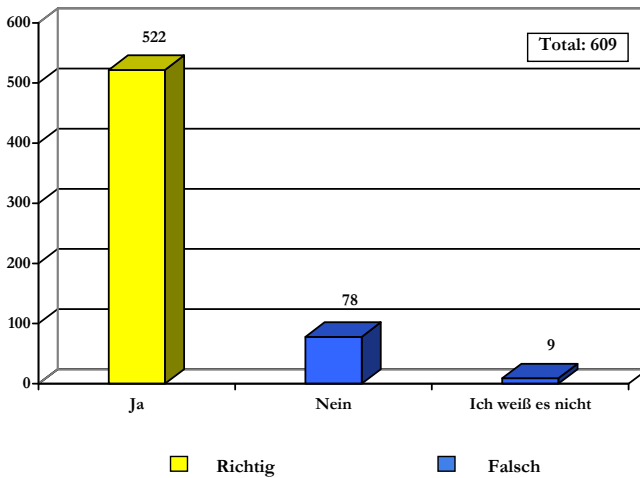


7.1.3 Kompetenzbereich: Medienhandeln

Frage 13: Kann dir eine Fernsehendung Hinweise zur Lösung eines Problems geben?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
Ja	522	85,7	666	78,4
Nein	78	12,8		11,7
Ich weiß es nicht	9	1,5		1,4
Total	609	100		

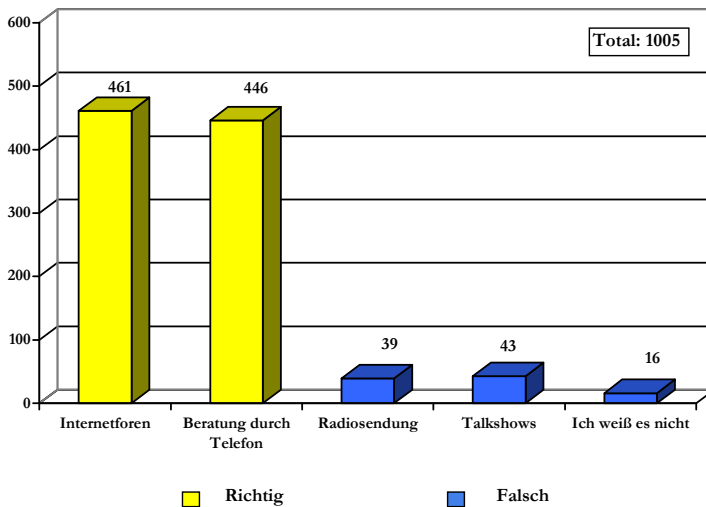
Die Mehrheit (**78,4%**) gibt an, dass ihnen diese/eine Fernsehendung Hinweise zur Lösung eines Problems geben kann. 57 Schüler haben diese Frage nicht beantwortet.



Frage 14: Welche Medienangebote wurden als Hilfsmöglichkeit zur Problemlösung vorgeschlagen?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
Internetforen	461	45,9	666	69,2
Beratungstelefon	446	44,4		66,9
Radiosendung	39	3,9		5,9
Talkshows	43	4,3		6,5
Ich weiß es nicht	16	1,6		2,4
Total	1005	100		

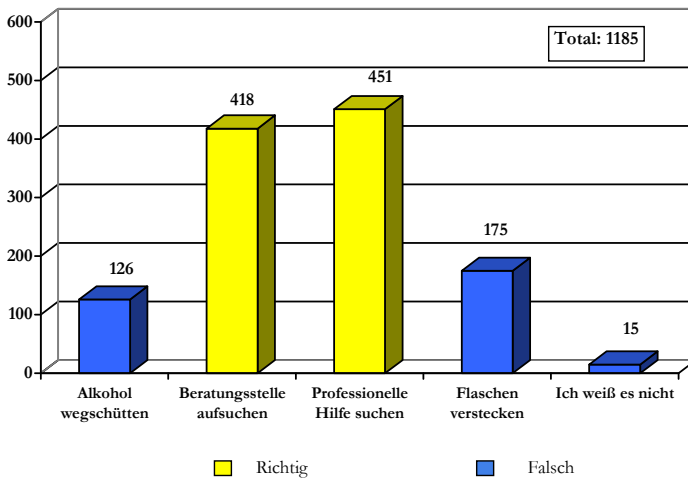
Mit **69,2%** und **66,9%** hat die Mehrheit erkannt, dass im Beitrag Internetforen und Beratungstelefone als Hilfsmöglichkeiten zur Problemlösung vorgeschlagen werden.



Frage 15: Welche Lösungsvorschläge wurden im Sendeausschnitt gemacht?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Answers	Percent Persons
Alkohol wegschütten	126	10,6	666	18,9
Beratungsstelle aufsuchen	418	35,3		62,8
Professionelle Hilfe suchen	451	38,1		67,7
Flaschen verstecken	175	14,8		26,3
Ich weiß es nicht	15	1,3		2,3
Total	1185	100		

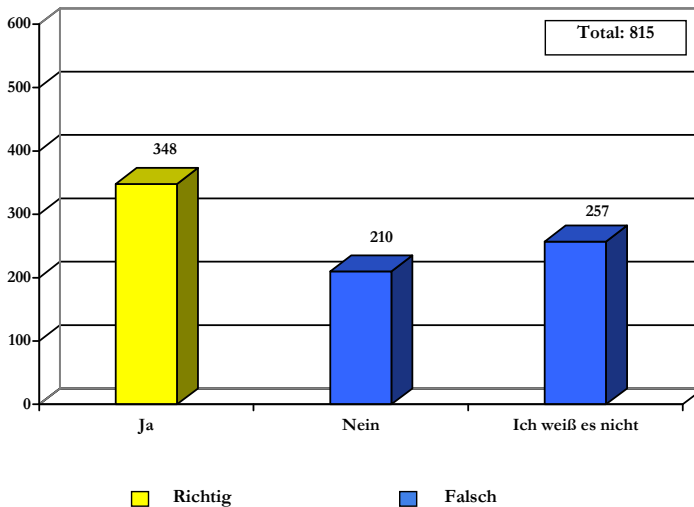
Die beiden Lösungsvorschläge, die im Sendeausschnitt gegeben werden, sind von den Schülern mit **62,8%** und **67,7%** erinnert worden.



Frage 16: Muss ein Kind, das mit alkoholkranken Eltern lebt, kontrollieren, ob die im Beitrag gemachten Vorschläge in seiner Situation passend sind?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
Ja	348	42,7	666	52,3
Nein	210	25,8		31,5
Weiß ich nicht	257	31,5		38,6
Total	815	100		

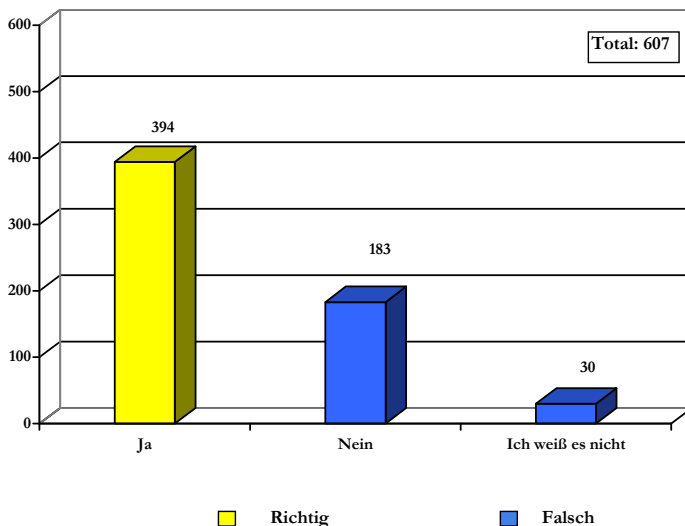
52,3% und somit der Hälfte der Schüler erkennen richtig, dass ein Kind, das mit alkoholkranken Eltern lebt, kontrollieren muss, ob die im Beitrag gemachten Vorschläge in seiner Situation passend sind. 38,6% wissen es nicht, 31,5% sagen leider Nein.



Frage 17: *Muss ein Kind, das mit alkoholkranken Eltern lebt, kontrollieren, ob es Vertrauen zu dieser Sendung haben kann?*

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Persons
Ja	394	64,9	666	59,2
Nein	183	30,1		27,5
Weiß ich nicht	30	4,9		4,5
Total	607	100		

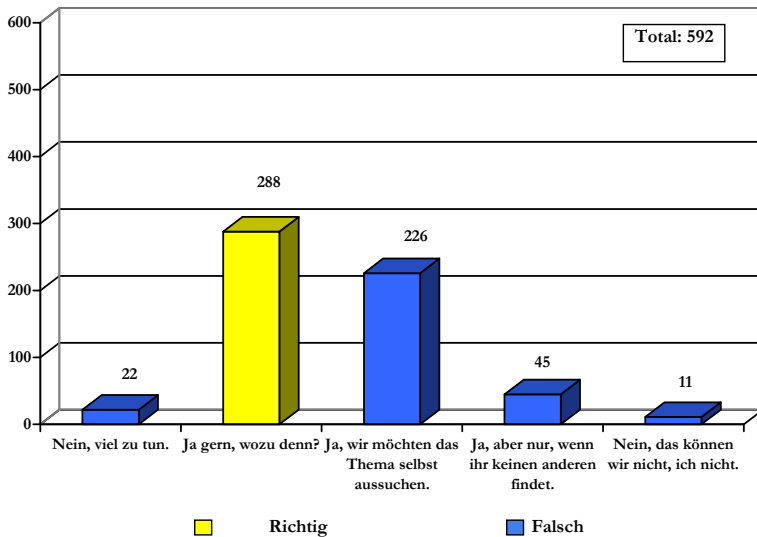
Mehr als die Hälfte (**59,3%**) nennt die richtige Antwort. Leider gibt fast ein Drittel (**27,5%**) an, dass dies kein Muss ist. Auch hier wird ein Medienaneignungsproblem sichtbar. Die Schwierigkeit im Umgang mit der Frage und ihrer Beantwortung ist auch darin zu erkennen, dass sie nur von 607 Befragten beantwortet wird.



Frage: 18: Lisa und Christian, könnt ihr einen Beitrag für das schuleigene Radio produzieren, da die vorgesebene Redakteurin krank geworden ist?

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Person
Nein, wir haben zu viel zu tun	22	3,7	666	3,3
Ja gern, wozu denn?	288	48,6		43,2
Ja, aber wir möchten das Thema gern selbst aussuchen	226	38,2		33,9
Ja, aber nur, wenn ihr keinen anderen findet	45	7,6		6,8
Nein, das können wir nicht, ich nicht	11	1,9		1,7
Total	592	100		

Die Medienproduktion scheint sehr gut bei den Schülern anzukommen. Die Mehrheit (43,2% und 33,9%) ist sofort bereit, Medien aktiv zu gestalten. Leider wissen die meisten davon nicht (43,2%), dass ihre Ziele dabei im Vordergrund stehen müssen. Nur die dritte Antwort ist im Kontext der Handlung richtig.

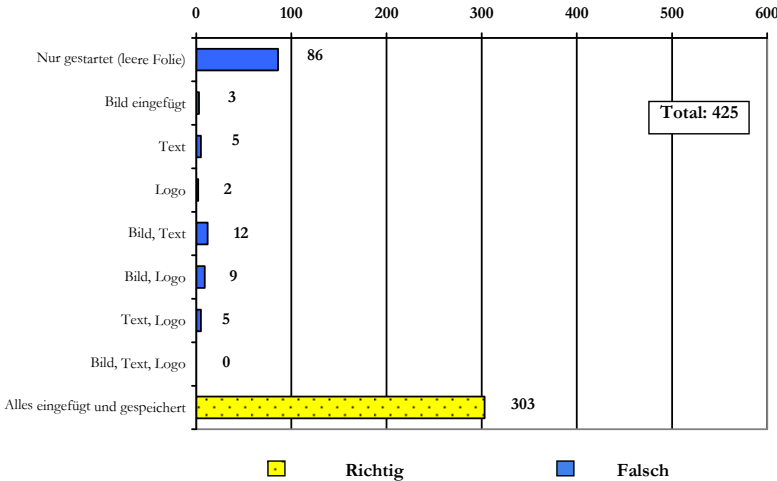


Fragen 19-22: Aufgabe Folie

Bitte fertige eine Begrüßungsfolie zum Tag der offenen Tür an. Das Schullogo, den Text und das Foto findest du auf der CD im Ordner „SuperFolie“.

	Frequency Answers	Percent Answers	Frequency Persons	Percent Person
Nur gestartet (leere Folie)	86	20,2	666	12,9
Nur Bild eingefügt	3	0,7		0,5
Nur Text eingefügt	5	1,2		0,8
Nur Logo eingefügt	2	0,5		0,3
Bild, Text eingefügt	12	2,8		1,8
Bild, Logo eingefügt	9	2,1		1,4
Text, Logo eingefügt	5	1,2		0,8
Bild, Text, Logo eingefügt	0	0		0
Alles eingefügt und gespeichert	303	71,3	45,5	
Total	425	100		

Bei der praktischen Aufgabe, eine Begrüßungsfolie für den Tag der offenen Tür der Schule zu gestalten, beteiligen sich 425 Schüler. Die Ursachen können in der mangelhaften Computertechnik, fehlerhaften Installation usw. (vgl. Evaluation der Schüler/Lehrer) liegen. Damit werden nur **63,8%** der Schüler aktiv. Dabei schafft es fast die Hälfte (**45,5%**) alle Aufgaben zu erfüllen und die Begrüßungsfolie zu erstellen und zu gestalten.

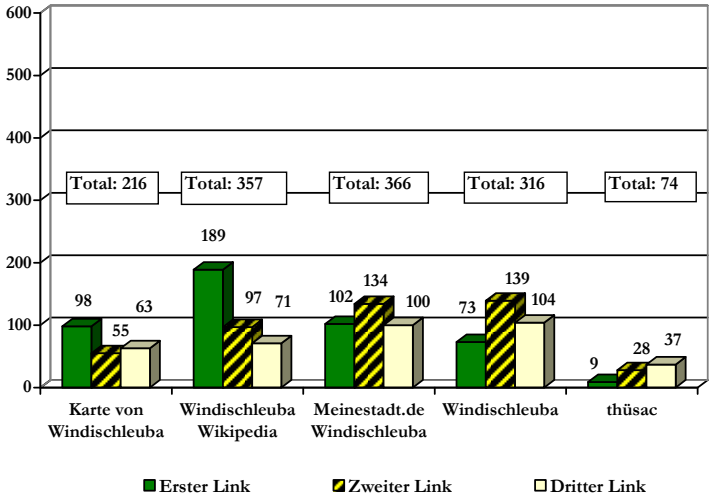


Fragen 23-24: Aufgabe/Situation Internet

Du willst in der Vorbereitung eurer Klassenfahrt in der Jugendherberge in Windischleuba anfragen, ob alles behindertengerecht ist. Du hast bereits in die Suchmaschine „Windischleuba“ eingegeben und die folgende Liste erhalten. Bitte ordne in der folgenden Linkliste die Zahlen:

	Erster Link		Zweiter Link		Dritter Link		Total
	Frequency Answers	Percent Answers Percent Persons	Frequency Answers	Percent Answers Percent Persons	Frequency Answers	Percent Answers Percent Persons	Percent Persons
Karte von Windischleuba	98	45,4	55	25,5	63	29,2	216
Windischleuba	189	14,7	97	8,3	71	9,5	666
Wikipedia		52,9		27,2		19,9	357
Meinestadt.de Windischleuba	102	28,4	134	14,6	100	10,7	666
lokale Suche, Auskunft		30,4		39,9		29,8	336
Windischleuba DJH	73	15,3	139	20,1	104	15	666
thüsaac		23,1		44		32,9	316
	9	11	28	20,9	37	15,6	666
		12,2		37,8		50	74
		1,4		4,2		5,6	666

Die meisten Antworten (**28,4%**) zeigen, dass die Schüler ihre Hauptinformationen erst bei Wikipedia suchen wollen. Als Zweites würde die Mehrheit der Schüler (**20,1%**) versuchen, mehr Informationen über die Stadt mittels www.meinestadt.de zu erfahren oder Windischleuba im Suchfenster eingeben. Auch an dritter Stelle würden Schüler nach Informationen über Windischleuba suchen, indem sie den Namen der Stadt einfach eingeben (**15,6%**), die Stadt über www.meinestadt.de(**15%**) suchen oder bei Wikipedia nach Informationen recherchieren. Nur **23,1%** wählen die erste Anfrage richtig.



Selbsteinschätzung – Medienhandeln

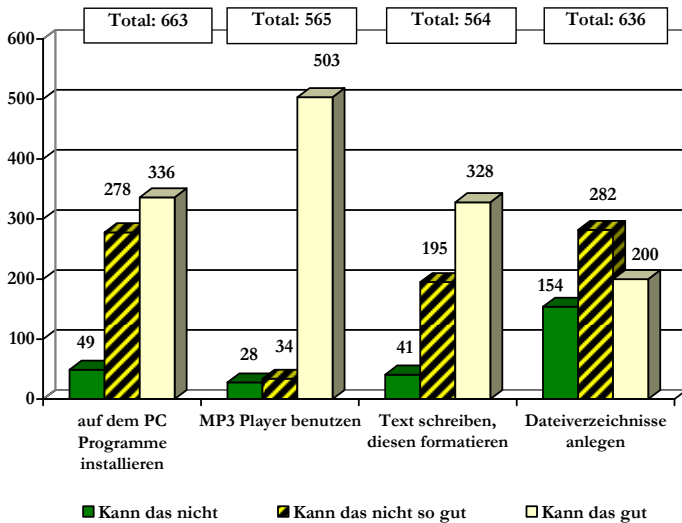
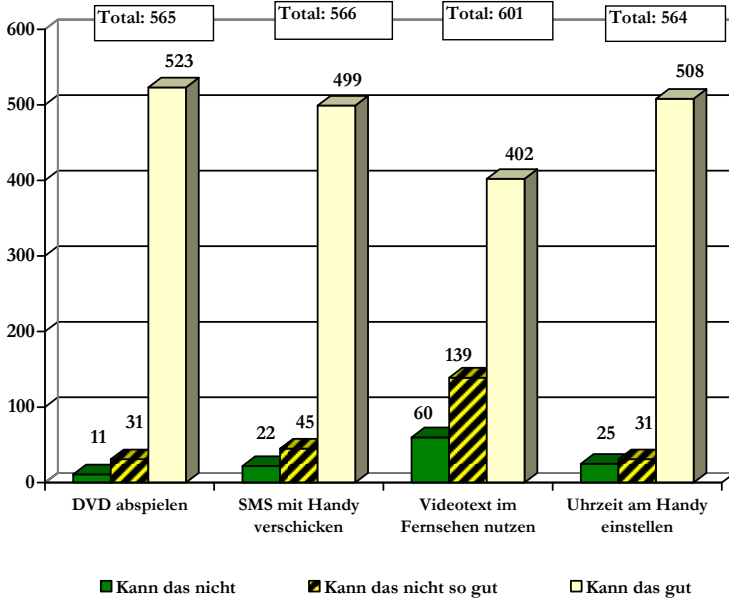
Frage 32-43: *Wie schätzt du deine technischen Fähigkeiten bei den folgenden Handlungen ein?*

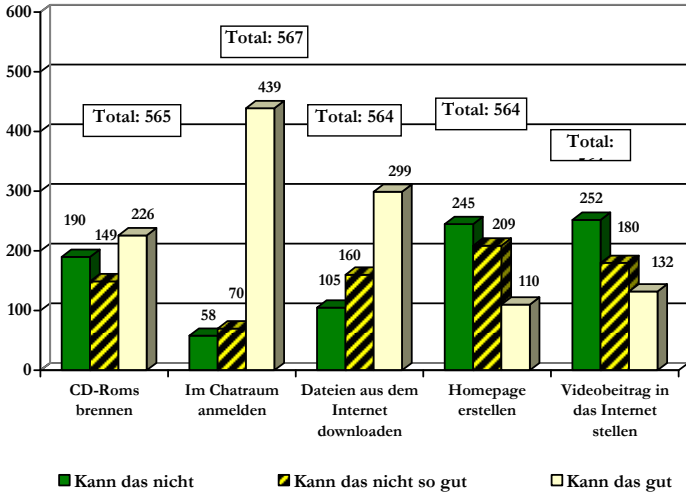
	Kann das nicht		Kann das nicht so gut		Kann das gut		Total
	Frequency Answer	Percent Answers Percent Persons	Frequency Answers	Percent Answers Percent Persons	Frequency Answers	Percent Answers Percent Persons	Percent Persons
32. DVD abspielen	11	1,9 1,7	31	5,5 4,7	523	92,6 78,5	565 666
33. SMS per Handy versenden	22	3,9 3,3	45	8 6,8	499	88,2 74,9	566 666
34. Videotext im Fernsehen nutzen	60	10 9	139	23,1 20,9	402	66,9 60,4	601 666
35. Uhrzeit am Handy einstellen	25	4,4 3,8	31	5,5 4,7	508	90,1 76,3	564 666
36. Programme auf PC installieren	49	7,4 7,4	278	42 41,7	336	50,7 50,5	663 666
37. MP3 Player benutzen	28	5 4,2	34	6 5,1	503	89 75,5	565 666
38. Text schreiben und formatieren	41	7,3 6,2	195	35,6 29,3	328	58,2 49,2	564 666
39. Dateien anlegen	154	24,2 23,1	282	44,3 42,3	200	31,4 30	636 666
40. CD-Roms brennen	190	33,6 28,5	149	26,4 22,4	226	40 33,9	565 666
41. im Chatraum anmelden	58	10,2 8,7	70	12,4 10,5	439	77,4 66	567 666

	Kann das nicht		Kann das nicht so gut		Kann das gut		Total
	Frequency Answer	Percent Answers Percent Persons	Frequency Answers	Percent Answers Percent Persons	Frequency Answers	Percent Answers Percent Persons	
42. Dateien aus dem Internet downloaden	105	18,6	160	28,4	299	53	564
		15,8		24		44,9	
43. Homepage erstellen	245	43,4	209	37,1	110	19,5	564
		36,8		31,4		16,5	
44. Videobeitrag ins Internet stellen	252	44,7	180	31,9	132	23,4	564
		37,8		27		19,8	

In der Selbsteinschätzung bezüglich der eigenen technischen Fähigkeiten geben die Schüler einen problemlosen Umgang mit Handys, Fernsehen (Videotext), DVD und MP3-Playern an. Zu **78,5%** können sie DVDs abspielen, zu **76,3%** die Uhrzeit am Handy einstellen, zu **74,9%** SMS verschicken und mit **75,5%** den MP3-Player nutzen. Dies lässt sich durch die häufige Nutzung und den teilweise täglichen Umgang mit diesen Geräten erklären. Etwas weniger, aber immer noch mehr als die Hälfte der Schüler (**66%**) kann sich im Chatraum anmelden und (**60,4%**) den Videotext des Fernsehens nutzen. Auch diese technischen Fähigkeiten dienen der Kommunikation bzw. des Wissens um Unterhaltung und gelten deshalb von vielen mehr oder weniger als ritualisierte Handlungen und Freizeitbeschäftigungen. Im Umgang mit dem Computer nehmen die Selbsteinschätzungen der Schüler bezüglich ihrer technischen Fertigkeit- und Fähigkeiten stark ab. Nur noch knapp die Hälfte (**50,5%**) kann Programme auf dem Computer installieren oder mit (**49,2%**) Texte schreiben und formatieren. Weitere Unsicherheiten im Umgang mit dem Computer allgemein sind daran zu erkennen, dass nur **44,9%** eine Datei downloaden können, **33,9%** wissen, wie man eine CD-Rom brennt, **30%** Dateiverzeichnisse anlegen können, **19,8%** einen Videobeitrag ins Internet stellen und sich nur **16,5%** der Schüler damit auskennen, wie man eine Homepage erstellt.

Auch durch diese Ergebnisse wird sichtbar, dass der Umgang mit dem Computer im Unterricht praktischer, spannender und interessanter gestaltet werden muss. Programme und Tools sollten durch die Anknüpfung an die Lebenswelt der Schüler attraktiver gemacht werden, um sie zur Partizipation zu animieren und sie in diesem Bereich handlungsstark zu machen.



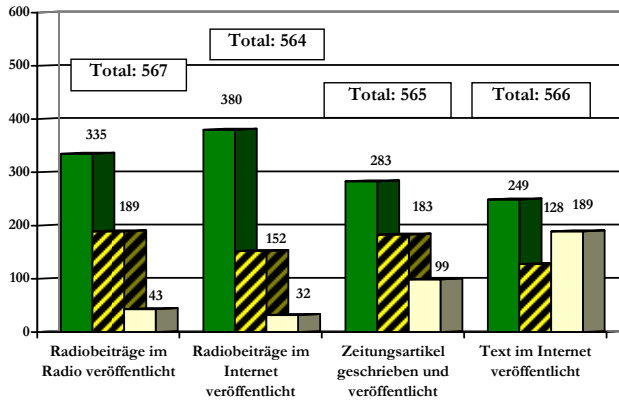
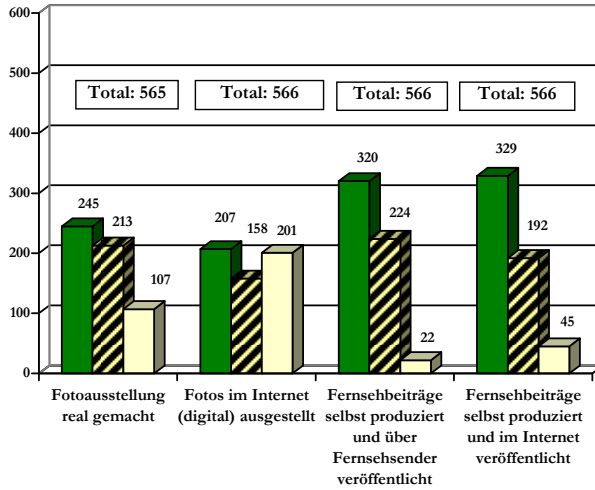


Frage 45-53: Welche der folgenden Medienbehandlungen hast du bereits unternommen, um diese Ideen/Meinungen/Sichtweisen mitzuteilen?

	Interessiert mich weniger/gar nicht		Würde mich interessieren das zu machen		Mach ich/hab ich gemacht		Total
	Frequency Answers	Percent Answers Percent Persons	Frequency Answers	Percent Answers Percent Persons	Frequency Answers	Percent Answers Percent Persons	Percent Persons
45. Fotoausstellung (real) gemacht	245	43,3	213	37,7	107	18,9	565
		36,8		32		16,1	666
46. Fotos im Internet ausgestellt	207	35,6	158	28	201	35,5	566
		31,1		23,7		30,2	666
47./48. Fernsehbeiträge selbst produziert und über Fernsehsender veröffentlicht	320	56,5	224	39,6	22	3,9	566
		48,1		33,6		3,3	666
49. Fernsehbeiträge selbst produziert und im Internet veröffentlicht	329	58,1	192	33,9	45	8	566
		49,4		28,8		6,7	666
50. Radiobeiträge selbst produziert und im Radio veröffentlicht	335	59	189	33,3	43	7,6	567
		50,3		28,4		6,5	666
51. Radiobeiträge selbst produziert und im Internet veröffentlicht	380	67,4	152	27	32	5,7	564
		57,1		22,8		4,8	666

	Interessiert mich weniger/gar nicht		Würde mich interessieren das zu machen		Mach ich/hab ich gemacht		Total
	Frequency Answers	Percent Answers Percent Persons	Frequency Answers	Percent Answers Percent Persons	Frequency Answers	Percent Answers Percent Persons	Percent Persons
52. Zeitungsartikel geschrieben und in Schülerzeitung oder Lokalzeitung veröffentlicht	283	50,1	183	32,4	99	17,5	565
		42,5		27,5		14,9	666
53. Text im Internet veröffentlicht	249	43,9	128	22,6	189	33,4	566
		37,4		19,2		28,4	666

Aus den Ergebnissen wird deutlich, dass eigene zielorientierte Medienhandlungen nicht die Stärke der Schüler ausmacht.



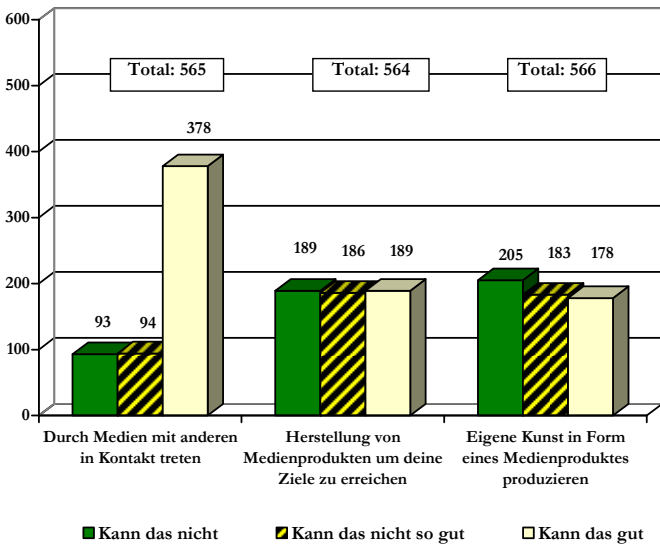
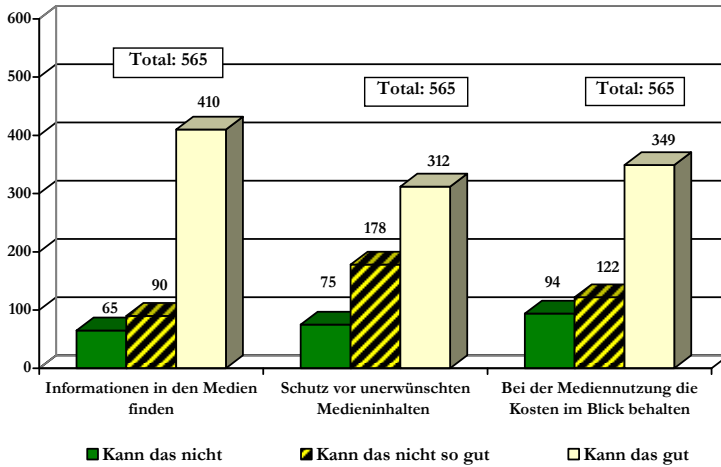
■ Interessiert mich weniger/gar nicht ▨ Würde mich interessieren das zu machen
□ Mach ich/hab ich gemacht

Medienhandeln allgemein

Frage: Wie schätzt du deine Fähigkeiten in der folgenden Nutzung der Medien ein?

	Kann das nicht		Kann das nicht so gut		Kann das gut		Total
	Frequency Answers	Percent Answers Percent Persons	Frequency Answers	Percent Answers Percent Persons	Frequency Answers	Percent Answers Percent Persons	
54. geeignete Informationen in den Medien finden	65	11,5 9,8	90	16 13,5	410	72,6 61,6	565 666
55. Schutz vor unerwünschten Medieninhalten	75	13,3 11,3	178	31,5 26,7	312	55,2 46,8	565 666
56. Kosten der Mediennutzung im Überblick behalten	94	16,6 14,1	122	21,6 18,3	349	61,8 52,4	565 666
57. über Medien mit anderen in Kontakt treten	93	16,5 14	94	16,6 14,1	378	66,9 56,8	565 666
58. Medienprodukte herstellen, um deine Ziele zu erreichen	189	33,5 28,4	186	33 27,9	189	33,5 28,4	564 666
59. eigene Kunst mit Medienprodukten produzieren	205	36,2 30,8	183	32,3 27,5	178	31,4 26,7	566 666

Medien werden vor allem zur Kommunikation mit anderen genutzt.



7.2 Evaluation – Nutzbarkeit des Tests durch die Schüler

Alter

	Frequency	Percent	Valid Percent
11	1	0,2	0,2
12	349	63,5	63,8
13	172	31,3	31,4
14	21	3,8	3,8
15	2	0,4	0,4
18	2	0,4	0,4
Total	547	99	100
Missing	3	0,5	
Total	550	100	

Geschlecht

	Frequency	Percent
weiblich	291	53
männlich	259	47
Total	550	100

Steuerung und Interaktion

1. Selbstbeschreibungsfähigkeit

a) Hast du gleich verstanden, wie der Test funktioniert?

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	509	92,5	93
nein	36	6,5	7
Total	545	99,1	100
Missing	5	0,9	
Total	550	100	

Wenn nein, weil....

	Frequency	Percent	Valid Percent
Allgemein fehlende An-/Einleitung	4	11,1	16,6
Sprachprobleme , nicht ver- standen, zu schnell, Worttermini	4	11,1	16,6
Technikprobleme Umgang Computer, Computer- leistung, Ton	7	19,4	29,2
Aufgaben nicht eindeutig, kom- pliziert	8	22,2	33,3
Figuren	1	2,7	4,1
Total	24	66,6	100
Missing -77	12	33,3	
Total	36	100	

b) Waren die einzelnen Aufgabenstellungen immer eindeutig?

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	371	67,4	68
nein	174	31,6	32
Total	545	99,0	100
Missing-77	5	0,9	
Total	550	100	

Wenn nein, weil.....

	Frequency	Percent	Valid Percent
Allgemein mehrere Antworten irritieren, zu viel Text	11	6,3	7,4
Sprache Sprache der Figuren (missver- ständlich, schwer zu verste- hen/zu schnell) Fachwörter, Fachtermini	35	20,1	23,5
Aufgabenstellung/Fragen nicht verstanden, komplette Formulierung	97	55,7	65,1
Superfolie	34		
zu lang	14		
Technik Ton	6	3,4	4,0
Total	149	85,6	100
Missing	25	14,4	
Total	174	100	

c) Wurden zu den einzelnen Aufgaben eine Hilfe oder Erläuterung angeboten?

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	437	79,5	79,7
nein	111	20,1	20,3
Total	548	99,6	100
Missing-77	2	0,2	
Total	550	100	

Wenn ja, wie hat dich diese Hilfe unterstützt?

	Frequency	Percent	Valid Percent
sehr gut 1	48	10,9	11,5
2	146	33,4	34,9
3	181	41,4	43,3
4	38	8,6	9,1
5	5	1,1	3,3
sehr schlecht 6	11	2,5	2,6
Total	418	95,6	100
Missing -77	19	4,3	
Total	437	100	

Wenn nein, weil...

	Frequency	Percent	Valid Percent
gab es nicht	36	32,4	60
nicht immer	11	9,9	18,3
wir es allein bewältigen sollten	6	5,4	10
keine Hilfe nötig	7	6,3	11,7
Total	60	73,8	100
Missing -77	51	26,1	
Total	111	100	

d) Würdest du dir mehr Hilfe und Erläuterungen zu den einzelnen Aufgaben wünschen?

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	216	39,3	41
nein	312	56	59
Total	528	96	100
Missing -77	22	4	
Total	550	100	

Wenn ja, wie sollte diese Hilfe aussehen?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Allgemein	17	7,9	9,7
Besseres, ansprechenderes Layout	5		
mehr Videos, Figuren, Zeit	12		
Aufgabenstellung, Fragen	89	41,2	51
Formulierung	11		
Erklären, Beschreiben: besser, genauer, noch mal mit Bsp.	78		
Worttermini	16	7,4	9,1
Wörter, Fremdwörter, Fach- begriffe erklären			
Hilfebutton, Tipps	39	18,1	22,3
Lösungsansatz anbieten	14	6,5	8
Total	175	81,0	100
Missing -77	39	18,1	
Total	216	100	

2. Steuerbarkeit

a) *Hattest du Schwierigkeiten, den Test zu starten?*

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	59	10,7	11
nein	477	86,7	89
Total	536	97,5	100
Missing -77	14	2,5	
Total	550	100	

Wenn ja, was waren die Probleme?

	Frequency	Percent	Valid Percent
technische Start-/Lauf- schwierigkeiten (Computer, Inter- net, Ton, Datenübertragung)	49	83,1	89,1
Verständnisschwierigkeiten (Text, Akustik)	5	8,5	9,1
Unübersichtlichkeit	1	1,7	1,8
Total	55	93,2	100
Missing -77	4	6,7	
Total	59	100	

b) *Wie zufrieden warst du mit der Steuerbarkeit des Tests (z. B. Vor, Zurück, Pause...)?*

	Frequency	Percent	Valid Percent
sehr zufrieden 1	134	24,4	24,9
2	174	31,6	32,3
3	129	23,5	23,9
4	53	9,6	9,8
5	24	4,4	4,5
sehr unzufrieden 6	25	4,5	4,6
Total	539	98	100
Missing -77	11	2	
Total	550	100	

c) *Wie zufrieden warst du mit der Steuerbarkeit der Videos (Vor, Zurück, Pause...)?*

	Frequency	Percent	Valid Percent
sehr zufrieden 1	95	17,3	18
2	126	22,9	24
3	124	22,5	23,5
4	70	12,7	13,3
5	48	8,7	9,1
sehr unzufrieden 6	64	11,6	12,1
Total	527	95,8	100
Missing -77	23	4,6	
Total	550	100	

3. Erwartungskonformität

a) *Entsprach der Test deinen Erwartungen?*

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	382	59,6	70,7
nein	158	28,7	29,3
Total	540	98,2	100
Missing -77	10	1,8	
Total	550	100	

Nein, weil...

	Frequency	Percent	Valid Percent
hatte keine Erwartungen	2	1,3	1,4
anders vorgestellt , interessanter, mehr technische Fragen, andere Fragen gewünscht, mehr praktische Aufgaben	39	24,7	26,7
positiv überrascht (hatte negative Erwartungen), viele Videos, dachte, es wird schwerer	26	16,5	17,8
negativ überrascht (hatte positive Erwartungen)	52	32,9	35,6
hat wenig mit Medienkunde-Unterricht gemein	4	2,5	2,7
zu einfach, langweilig, nicht ansprechend, nicht interessant	20	12,6	13,7
zu schwierig	16	10,1	10,6
keine guten, interessanten Themen	10	6,3	6,8
schlecht steuerbar	2	1,3	1,4
schlechte Fragen	6	3,8	4,1
zu lang, zu viel Text, zu viele Gespräche	10	6,3	6,8
schlechte (verpixelte) Grafik > Menschen wirken unecht	10	6,3	6,8
schlechter Sound	1	0,6	0,7
Total	146	92,4	100
Missing -77	12	7,6	
Total	158	100	

4. Fehlerrobustheit

a) Wurdest du über falsche Eingaben (z. B. Fehler beim Anklicken) informiert?

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	105	19,1	20
nein	418	76	80
Total	523	95,1	100
Missing -77	27	4,9	
Total	550	100	

Wenn ja, wie gut hast du verstanden, was du falsch gemacht hast?

	Frequency	Percent	Valid Percent
sehr gut 1	33	31,4	34,7
2	26	24,8	27,4
3	23	21,9	24,2
4	8	7,6	8,4
5	3	2,9	3,2
sehr schlecht 6	2	2	2,1
Total	95	90,5	100
Missing -77	10	9,5	
Total	105	100	

5. Aufgabenangemessenheit

a) *Hattest du Schwierigkeiten, die Bedeutung bestimmter Fragen und Antworten zu verstehen?*

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	176	32	32,5
nein	365	66,4	67,5
Total	541	98,4	100
Missing -77	9	1,6	
Total	550	100	

Wenn ja, mit welchen?

	Frequency	Percent	Valid Percent
weiß ich nicht mehr	27	15,3	20,8
mit den meisten Fragen	5	2,8	3,8
allg. Schwierigkeiten	57	32,4	43,8
Fragestellung (zu kompliziert)	13	7,4	10
Fragen nicht verstanden	12	6,8	9,2
komplizierte Wörter, Termini	25	14,2	19,2
zu viel Text	1	0,6	0,8
Tonprobleme	3	1,7	2,3
schlechte Themenwahl	3	1,7	2,3
Medienwissen	11	6,3	8,5
Frage 1 (Spamfilter)	4	2,3	3,1
Frage 2	1	0,6	0,8
Fragen 5, 6, 7 (Wirtschaft)	2	1,1	1,5
Frage 4 (TV-Sender)	1	0,6	0,8
Frage 5 (Radio)	3	1,7	2,3
Medienbewertung	9	5,1	6,9
Frage Atomkraftwerk	4	2,3	3,1
Frage 29 (Computer)	3	1,7	2,3
Frage 30 (Freigabe)	2	1,1	1,5
Mediennutzung/Medienpartizipation	21	11,9	16,2
Aufgabe Folie	21	11,9	16,2
Total	130	73,9	100
Missing -77	46	26,1	
Total	176	100	

b) Hattest du Schwierigkeiten mit dem Verständnis einzelner Wörter?

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	142	25,8	26,2
nein	399	72,5	73,8
Total	541	98,3	100
Missing -77	9	1,6	
Total	550	100	

Wenn ja, mit welchen?

	Frequency	Percent	Valid Percent
weiß ich nicht mehr	30	21,1	34,9
Medienwissen	7	4,9	8,1
Spamfilter (Frage 1)	4	2,8	4,6
in Aufgabe 2	1	0,7	1,2
öffentlich/rechtlich (Frage 4)	1	0,7	1,2
Objektivität (Frage 7)	1	0,7	1,2
Medienbewertung	8	5,6	9,3
Thermo (Video Atomkraft)	1	0,7	1,2
objektiv/subjektiv (Frage 30)	7	4,9	8,1
Medienhandeln, Formatieren (Frage 38)	1	0,7	1,2
Fachbegriffe, technischen Begriffe, Computerbegriffe	27	19	31,4
undeutliche Sprache	13	30,4	15,1
Total	86	60,6	100
Missing -77	56	39,4	
Total	142	100	

Screendesign/Layout

6. Text

a) *War der Kontrast zwischen Text und Hintergrund ausreichend?*

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	491	89,3	90,3
nein	53	9,6	9,7
Total	544	98,9	100
Missing -77	6	1,1	
Total	550	100	

Wenn nein, weil...

	Frequency	Percent	Valid Percent
zu hell	6	11,3	15,8
undeutlich	13	24,5	34,2
verschwommenes Bild	7	13,2	18,4
schlechte Grafik/zu pixelig	9	16,9	23,7
zu wenig Kontrast	3	5,7	7,9
Total	38	71,7	100
Missing -77	15	28,3	
Total	53	100	

b) *War der Text groß genug?*

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	526	95,6	97,1
nein	16	2,9	2,9
Total	542	98,5	100
Missing -77	8	1,5	
Total	550	100	

Wenn nein, weil...

	Frequency	Percent	Valid Percent
zu klein	3	18,7	37,5
zu undeutlich	5	31,3	62,5
Total	8	50	100
Missing -77	8	50	
Total	16	100	

c) *War der Text gut lesbar?*

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	522	94,9	95,3
nein	26	4,7	4,7
Total	548	99,6	100
Missing -77	2	0,4	
Total	550	100	

Wenn nein, weil...

	Frequency	Percent	Valid Percent
zu lang	5	19,2	21,7
zu klein	4	15,4	17,4
Wörter nicht verstanden	4	15,4	17,4
Kontrast zu hell/ verschwommen	10	38,5	43,5
Total	23	88,5	100
Missing -77	3	11,5	
Total	26	100	

7. Ton/Sprache

a) Hast du alle Hinweise und Erläuterungen gut verstanden?

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	427	77,6	78,2
nein	119	21,6	21,8
Total	546	99,3	100
Missing -77	4	0,7	
Total	550	100	

Wenn nein, weil...

	Frequency	Percent	Valid Percent
keine/kaum Hinweise	2	1,7	2,2
Rauschen	23	19,3	25,3
Sprache	45	37,8	49,5
nicht verstanden/undeutlich	28	23,5	30,7
zu schnell	1	0,8	1,1
zu leise	5	4,2	5,5
zu laut	2	1,7	2,2
Dialekt/Akzent	9	7,6	9,9
technische Probleme	16	13,4	17,6
Kopfhörer	12	10	13,2
Bild/Bild-Ton	4	3,4	4,4
Verständlichkeit der Aufgaben	5	4,2	5,5
kompliziert	3	2,5	3,3
schlecht erklärt	2	1,7	2,2
Total	91	76,5	100
Missing -77	28	23,5	
Total	119	100	

b) Hast du die Sprecher in den Videos gut verstanden?

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	388	70,5	71,5
nein	155	28,2	28,5
Total	543	98,7	100
Missing -77	7	1,3	
Total	550	100	

Wenn nein, weil...

	Frequency	Percent	Valid Percent
Rauschen	33	21,3	24,8
Sprache	82	52,9	61,7
nicht verstanden/undeutlich	37	23,8	27,8
zu schnell	3	1,9	2,3
zu leise	9	5,8	6,8
zu laut	4	2,6	3,0
Dialekt/Akzent	26	16,8	19,5
kindisch	2	1,3	1,5
unrealistisch	1	0,6	0,8
technische Probleme	17	10,9	12,8
Kopfhörer	7	4,5	5,3
schlechte Aufnahme	10	6,5	7,5
Wörter nicht gekannt	1	0,6	0,8
Total	133	85,8	100
Missing -77	22	14,2	
Total	155	100	

Inhalt

8. Figuren

a) Magst du die beiden Figuren Lisa und Christian?

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	286	52	52,5
nein	259	47,1	47,5
Total	545	99,1	100
Missing -77	5	0,9	
Total	550	100	

Wenn nein, weil...

	Frequency	Percent	Valid Percent
weiß nicht	1	0,4	0,4
sehen komisch aus	47	18,1	20,6
sind uncool, kindisch, unsympathisch, langweilig	49	19	21,5
sind unrealistisch, wirken nicht echt, schlecht animiert	99	38,2	43,4
sprechen zu viel, Dialekt	24	9,3	10,5
sind anders als ich	8	3	3,5
Total	228	88	100
Missing -77	31	12	
Total	259	100	

Wenn ja, wie sympathisch findest du sie?

	Frequency	Percent	Valid Percent
sehr sympathisch 1	72	25,2	26,2
2	111	38,8	40,4
3	69	24,1	25,1
4	17	5,9	6,2
5	5	1,7	1,8
sehr unsympathisch 6	1	0,3	0,4
Total	275	96	100
Missing -77	11	4	
Total	286	100	

b) Kannst du dich mit beiden oder einer der beiden Figuren identifizieren?

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	210	38,2	38,8
nein	331	60,2	61,2
Total	541	98,4	100
Missing -77	9	1,6	
Total	550	100	

Wenn nein, weil...

	Frequency	Percent	Valid Percent
weiß nicht	11	3,3	4,1
ich bin anders als die	92	27,8	34,6
die sind anders als ich	64	19,3	24,1
sehen anders aus/sprechen anders als ich	39	11,8	14,7
nicht menschlich/nur 3D-Figuren	47	14,2	17,7
konnte nicht mit ihnen sprechen	5	1,5	1,9
haben keine Charaktereigenschaften	3	0,9	1,1
sind kindisch	7	2,1	2,6
schlechte Aussprache	5	1,5	1,8
reden zu korrekt	1	0,3	0,4
Total	266	80,4	100
Missing -77	65	19,6	
Total	331	100	

Insgesamt

Frage 1: Was ist dir positiv aufgefallen? Was fandest Du besonders gut?

	Frequency	Percent	Valid Percent
alles	11	2	2,2
Test	87	15,8	16,9
Geschichte/Ablauf	17	3,1	3,3
verständlich und informativ	16	2,9	3,1
„für uns gemacht“	10	1,8	1,9
Praxisteil	3	0,5	0,6
lesbar/laut und deutlich	4	0,7	0,8
Hilfe/Erklärungen	25	4,5	4,9
der Sprecher	4	0,7	0,8
die Dauer	3	0,5	0,6
das Ende	5	0,9	1
Text informativ und lehrreich	8	1,5	1,6
Videos informativ und lehrreich	149	27,1	29
Fragen	81	14,7	15,8
Aufbau/Verständlichkeit/Lesbarkeit	58	10,5	11,3
Multiple-Choice incl. weiß ich nicht	8	1,5	1,6
Alltagsrelevanz	13	2,4	2,5
Superfolie	2	0,4	0,4
Figuren	86	15,6	16,8
leiten durch den Test	60	10,9	11,3
Sympathieträger (durch Interaktion, Alter, Interessen, Sprache)	26	4,7	5,1
Grafik/Layout	16	2,9	3,1
Animation Comic-Style	14	2,5	2,7
Themen relevant und alltagsnah	26	4,7	5,1
Alkoholkrankheit	8	1,5	1,6
Atomkraftwerk	7	1,3	1,4
Skateboard/Handy	6	1,1	1,2
Sender	5	0,9	1
nicht viel	6	1,1	1,2
nichts	29	5,3	5,7
Total	513	93,3	100
Missing -77	37	6,7	
Total	550	100	

Frage 2: Was ist dir negativ aufgefallen?

	Frequency	Percent	Valid Percent
alles	18	3,3	3,4
fast alles	13	2,4	2,5
Test	84	15,3	15,9
keine Steuerung	6	1,1	1,1
Fremdwörter	21	3,8	3,9
kaum Hilfestellungen	7	1,3	1,3
keine Auflösung	8	1,5	1,5
zu lang	18	3,3	3,4
teilweise langweilig	7	1,3	1,3
zu wenig Zeit	6	1,1	1,1
zu wenig praktische Aufgaben	11	2	2,1
Videos	23	4,2	4,4
nicht zurückspulbar	3	0,5	0,6
zu lang	20	3,6	3,8
Fragen	48	8,7	9,1
allgemein	6	1,1	1,1
zu viele	5	0,9	0,9
irritierend (Folie)	6	1,1	1,1
undeutlich/schlecht erklärt	7	1,3	1,3
unverständlich/kompliziert	11	2	2,1
Superfolie	13	2,4	2,5
Figuren	145	26,4	27,5
allgemein	20	3,6	3,8
unsympathisch (Aussehen, Verhalten)	25	4,5	4,7
unrealistische Darstellung/Bewegung	65	11,8	12,3
Sprache/Stimme/Dialekt	35	6,4	6,6
Grafik/Animation	78	14,2	14,8
Themen	20	3,6	3,8
allgemein	3	0,5	0,6
nicht kindgerecht	10	1,8	1,9
langweilig	7	1,3	1,3
technische Probleme	71	12,9	13,4
Computer hat sich aufgehängt	25	4,5	4,7
Ton	35	6,4	6,6
Bild (verpixelt)	11	2	2,1
nichts	28	5,1	5,3
Total	528	96	100
Missing -77	22	4	
Total	550	100	

Was würdest du verbessern wollen?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Test	107	19,5	49,3
Hilfebutton	40	7,3	18,4
mehr Zeit	5	0,9	2,3
Auswertung/Ergebnis am Ende	16	2,9	7,4
(Fremd-)Wörter erklären	18	3,3	8,3
professionelle Sprecher	20	3,6	9,2
weniger kindisch	8	1,5	3,7
Text (Berichte kürzen)	13	2,4	6
Fragen	36	6,5	16,6
weniger Fragen	3	0,5	1,4
interessantere Fragen	15	2,7	6,9
genauere Fragestellung, deutlichere Aufgabenstellung	18	3,3	8,3
Layout/Animation	42	7,7	19,3
Illustration durch Bilder	7	1,3	3,2
Grafik verbessern	35	6,4	16,1
Technik	14	2,5	6,5
Tonqualität	5	0,9	2,3
Bildqualität	9	1,6	4,1
Themen altersgerechter	5	0,9	2,3
Total	217	39,5	100
Missing -77	333	60,5	
Total	550	100	

7.3 Evaluation – Befragungsbewertung durch die Lehrer

Testteilnahme

	Frequency	Percent
ja	29	69
nein	13	31
Total	42	100

Wenn nein, wegen...

	Frequency	Percent
technischer Probleme schlechte Internetverbindung Alter/Anzahl der Rechner Anzahl der Headphones	5	38,5
Lehrer fühlte sich überfordert/nicht zuständig/hatten keine Zeit	5	38,5
Krankheit des zuständigen Lehrer	1	7,7
keine Rückmeldung der Lehrer	2	15,4
Total	13	100

Rückmeldungen durch die Lehrer zum Pretest MK (Lehrerrückmeldung mittels Fragebogen)

	Frequency	Percent
ja	17	59
nein	12	41
Total	29	100

Fragebogenauswertung

1. Welche Bedeutung hat Medienkompetenz der Schüler aus Ihrer Sicht?

	Frequency	Percent
sehr große Bedeutung 1	7	41,2
2	8	47,1
3	-	-
4	-	-
5	2	11,8
sehr geringe Bedeutung 6	-	-
Total	17	100

2. Welche Art von Medienkompetenz erachten Sie als besonders wichtig?²

	Frequency answers	Frequency persons	Percent	Valid Percent
Inhaltliche MK	4		23,5	23,5
technische MK	3		17,6	17,6
Auswahl und kritischer Umgang mit Medien, -inhalten	9		52,9	52,9
Umgang und Anwendung	5		29,4	29,4
Total	21	17	100	100
Missing -77	-	-	-	
Total	21	17	100	

3. a) Bilden die Aufgaben des Tests diese Aspekte ab?

	Frequency	Percent	Valid Percent
ja	4	23,5	26,7
nein	3	17,6	20
teilweise	8	47,1	53,3
Total	15	88,2	100
Missing -77	2	11,8	
Total	17	100	

3. b) Wenn nein/teilweise, warum bzw. was bräuchte es für Aufgaben?

	Frequency	Percent	Valid Percent
zu hohes Anspruchsniveau der Themen	4	36,4	66,6
zu wenige Themen/Inhalte aus der Kinderwelt	1	9,1	16,6
zu wenige praktische Aufgaben	1	9,1	16,6
Total	6	54,5	100
Missing -77	5	45,5	
Total	11	100	

² Erklärung: auf offene Fragen > Mehrantworten

4. Stellen Sie Ihren Gesamteindruck des Tests kurz dar!³

	Frequency answers	Frequency persons	Percent	Valid Percent
positiv, weil gut bedienbar, leicht verständlich	5	0	29,4	41,6
negativ, weil technische Schwierigkeiten bei der Durchführung	3	0	17,6	25
schlechte Tonqualität	1	0	5,8	8,3
schlechte Grafik, Animation, Story	4	0	23,5	33,3
schlechte Themenwahl der Aufgaben, nicht altersgerecht	1	0	5,8	8,3
nimmt zu viel Zeit in Anspruch	1	0	5,8	8,3
keine Vorbereitung, Infos für die Lehrer	1	0	5,8	8,3
Total	16	12	70,6	100
Missing -77	-	5	29,4	
Total	16	17	100	

5. Welchen Nutzen könnte der Test in der jetzigen Form haben/welche Einsatzmöglichkeiten können Sie sich vorstellen?

	Frequency	Percent	Valid Percent
keinen	6	35,3	35,3
Evaluationsinstrument für Ist-Zustand Medienkompetenz	6	35,3	35,3
ähnliche Produkte als Lernmedien	5	29,5	29,5
Total	17	100	100
Missing -77	0		
Total	17	100	

6. Wie können Sie konkret mit den Ergebnissen arbeiten?

	Frequency	Percent	Valid Percent
Überblick über Medienwissen und praktische Fertigkeiten mit Medien ...	1	5,6	7
Orientierung für Lehrer, Medienkundenunterricht	6	35,3	43
keine Testauswertung > keine Ergebnisse	7	41,2	50
Total	14	82,4	100
Missing -77	3	17,6	
Total	17	100	

³ Erklärung: auf offene Fragen > Mehrfachantworten

7. *Wie weit können die Ergebnisse konkret für kommende Unterrichtsgestaltung nutzbar sein/ gemacht werden?*

	Frequency	Percent	Valid Percent
geben Überblick über Medienwissen, praktische Fertigkeiten und Defizite mit Medien	2	11,7	16,7
Orientierung und Hilfe für Lehrer, Konzept des Medienkompetenz-Unterrichtes	5	29,4	41,7
noch nicht, weil keine Ergebnisse vorhanden	5	29,4	41,7
Total	12	70,6	100
Missing -77	5	29,4	
Total	17	100	

8. *Welche Folgemaßnahmen wären realistisch, was wird dazu benötigt?*

	Frequency	Percent	Valid Percent
Überarbeitung, neues Medienkunde-konzept (Medienkompetenz als selbstständiges Fach)	6	35,3	54,5
Test = Messinstrument	3	17,6	27,3
Schwachstellen der Schüler, Lehrer, des Konzeptes beheben	2	11,8	18,2
Total	11	64,7	100
Missing -77	6	35,3	
Total	17	100	

9. *Wie schätzen Sie die folgenden Punkte ein?*

Layout und Design (Lesbarkeit/Figurengestaltung, ...)

	Frequency	Percent	Valid Percent
sehr gut	2	11,8	14,3
gut	7	41,2	50
akzeptabel	1	5,9	7,1
schlecht	4	23,5	28,6
sehr schlecht	0	0	0
Total	14	82,4	100
Missing -77	3	17,6	
Total	17	100	

Ton und Sprache (Verständlichkeit und Authentizität, ...)

	Frequency	Percent	Valid Percent
gut	6	35,3	40
Themenniveau zu hoch, nicht kindgerecht	2	11,8	13,3
Ton: schlecht, zu leise	3	17,6	20
Sprache: nicht authentisch, nicht verständlich	2	11,8	13,3
Begriffe nicht altersgemäß	2	11,8	13,3
Total	15	88,2	100
Missing -77	2	11,8	
Total	17	100	

Aufgaben (Verständlichkeit, Schwierigkeitsgrad, Angemessenheit, ...)

	Frequency	Percent	Valid Percent
Schwierigkeitsgrad angemessen	5	29,4	38,5
teilweise zu schwierig	2	11,8	15,4
zu lange Texte	3	17,6	23,1
problematische Worttermini	3	17,6	23,1
Total	13	76,4	100
Missing -77	4	2,9	
Total	17	100	

Technische Anforderungen (Umsetzbarkeit, ...)

	Frequency	Percent	Valid Percent
angemessen	3	17,6	21,4
Vorbereitungszeit zu hoch/hocher Aufwand	4	23,5	28,6
Probleme bei der Installation	1	5,9	7,1
viele Headsets notwendig	3	17,6	17,6
zu geringe Anzahl der vorhandenen Rechner	2	11,8	11,8
Rechner zu alt	1	5,9	7,1
Total	14	82,4	100
Missing -77	3	17,6	
Total	17	100	

8 Autorinnen und Autor

Anett Grobe

M.A., Mitarbeiterin im Fachgebiet Kommunikationswissenschaft, TU Ilmenau;
Forschungsbereich: Kindermedien

Anja Klimsa

Prof. Dr. M.A., Professorin an der Hochschule Ravensburg-Weingarten;
Forschungsbereich: Kommunikation und Medien

Paul Klimsa

Prof. Dr. M.A., Professor an der TU Ilmenau, Fachgebiet Kommunikationswissenschaft, TU Ilmenau; Forschungsbereiche: Medien, Kommunikation und Bildung.

Janine Liebal

Dipl.-Ing., Mitarbeiterin im Fachgebiet Kommunikationswissenschaft, TU Ilmenau;
Forschungsbereich: Kindermedien

