

# **Der Media Literacy Award aus Sicht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer.**

Magdalena Tschautscher, Christian Swertz  
Universität Wien

*März 2019*

## **Abstract**

Berichtet werden die Ergebnisse einer im Jahr 2009 durchgeführten Vollerhebung bei Lehrerinnen und Lehrern, die am Media Literacy Award teilgenommen haben. Mit den von Buckingham vorgeschlagenen Dimensionen von Media Literacy wurde die Einschätzung der eigenen Media Literacy, der Vermittlung von Media Literacy im Unterricht und des Media Literacy Award erhoben. Die Ergebnisse zeigen, dass bis auf den Bereich der Production sowohl die eigene Media Literacy als auch die Vermittlung im Unterricht hoch eingeschätzt werden. Der Media Literacy Award wird durchgehend positiv beurteilt. Die Daten lassen den Schluss zu, dass in der Teilnahme eine nachhaltige Entwicklung zum Ausdruck kommt.

Results from a complete survey with teachers who participated with the Media Literacy Award in Austria are reported. Based on the Dimension of Media Literacy suggested by Buckingham, the self assessment of the own Media Literacy, of teaching Media Literacy and of the Media Literacy Award were surveyed. Results show high values for the own Media Literacy and for teaching Media Literacy. The Media Literacy is positively evaluated. It can be concluded that the participation in the competition for the Award is the expression of a sustainable development..

*Keywords: Media Literacy Award*

## **1 Einleitung**

In dieser Arbeit werden Ergebnisse einer Erhebung bei Lehrerinnen und Lehrern berichtet, die am Media Literacy Award teilgenommen haben. Die

Forschungsergebnisse beruhen auf Daten, die bereits 2009 erhoben, bisher aber noch nicht in Form eines Aufsatzes veröffentlicht wurden. Insofern sind die Ergebnisse für enger mit der Thematik Beschäftigte relevant und werden hier auf Bitte aus dem Feld und in der Hoffnung, weitere Studien anzuregen, veröffentlicht.

Eine Methode, von der angenommen wird, dass sie dazu geeignet ist, Engagement und Motivation zu fördern, ist die Vergabe von Preisen. Im Bereich der Medienpädagogik im deutschsprachigen Raum, der hier im Mittelpunkt steht, sind der Deutsche Multimediapreis, der Dieter Baacke Preis und der Media Literacy Award die bekanntesten Preise. Der Media Literacy Award ist ein österreichischer Preis, der unter der Federführung des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung (zum Erhebungszeitpunkt: Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur) an Lehrerinnen und Lehrer vergeben wird. Von einer fachkundigen Jury werden anhand eines Kriterienkatalogs die innovativsten Einreichungen aus österreichischen Schulen prämiert.

Die mit dem Media Literacy Award verbundene Absicht ist es, die Vermittlung von Media Literacy in pädagogischen Institutionen zu fördern. Eine solche Methode erscheint sinnvoll, da die Vermittlung von Media Literacy in hohem Maße auf das Engagement von Pädagoginnen und Pädagogen angewiesen ist (Hobbs 2007). Das gilt vor allem, wenn die Vermittlung von Media Literacy als Querschnittsaufgabe in der schulischen Bildung realisiert wird, wie das 2009 in Österreich noch ausschließlich der Fall war.

Während die Sinnhaftigkeit von Preisen zur Förderung eines Verhaltens häufig angenommen wird, konnte der Effekt in Studien bisher kaum belegt werden. Vorliegende Untersuchungen konnten keinen positiven Effekt von Preisen nachweisen. Unter bestimmten Umständen können die Effekte sogar negativ sein (Robinson et al. 2018). Die Forschungslage ist bislang allerdings knapp und es fehlt an einer entsprechenden Theorie. Das gilt auch für das Gebiet der Medienpädagogik, in dem bisher noch keine Studien zur Wahrnehmung und Wirksamkeit der vorhandenen Preise durchgeführt wur-

den. Daher haben wir in einer ersten heuristisch-dekriptiven Annäherung an das Feld am Beispiel des Media Literacy Award untersucht, wie die Zielgruppe die Teilnahme an Wettbewerben um Preise einschätzt, was sie über die theoretischen Hintergründe weiß, wie sie sich selbst im Hinblick auf ihre Media Literacy einschätzt, wie Media Literacy aus ihrer Sicht in den Unterricht einfließt, was sie als hilfreich für zukünftige Medienarbeit in der Schule einschätzt und welchen Anteil der Wettbewerb an der Vermittlung von Media Literacy im Unterricht hat.

Weil der Media Literacy Award auf den Begriff der Media Literacy bezogen ist, haben wir diesen Begriff als Grundlage der Untersuchung verwendet. Media Literacy wird hier in Anlehnung an das Konzept von Masterman (1985), das Verständnis der 1992 durchgeführten National Leadership Conference on Media literacy (Aufderheide 2001, 79) und deren Weiterentwicklung durch Buckingham (2003) und Livingstone (2004) definiert. Als Kernbegriffe der Medialiteracy können in diesem Verständnis nach Buckingham Production, Language, Representation und Audience verstanden werden. Neben den mit diesen Begriffen markierten Bereichen sind im Blick auf die Inhalte populärkulturelle und hochkulturelle Medientexte zu differenzieren (Burn/Durran 2007, 8f.).

Neben den genannten Kernlementen sind mit dem Begriff der Media Literacy eine Reihe von breit akzeptierten Annahmen verbunden:

- Alle Medientexte sind konstruiert.
- Medientexte sind Repräsentationen der sozialen Realität.
- Individuen konstruieren die Bedeutung von Medientexten.
- Medientexte stehen in einem sozialen, politischen, ästhetischen und ökonomischen Kontext.
- Medientexte verfolgen einen bestimmten Zweck.
- Jede Form und jedes Genre besitzen eine eigene Charakteristik.

(Hobbs 2001, 169f.)

Zentral für die am Begriff der Media Literacy orientierte pädagogische Pra-

xis ist eine kritisch-reflexive Auseinandersetzung mit Medientexten in unterschiedlichsten Formen. Dabei geht es nicht um die Bewahrung vor negativen Einflüssen, sondern um die Befähigung von Individuen, begründet und zielgerichtet Entscheidungen im Hinblick auf Medien zu treffen und Medientexte herzustellen.

Vor diesem Hintergrund wurde das Verständnis von Media Literacy der am Media Literacy Award teilnehmenden Lehrerinnen und Lehrer und ihre Einschätzung des Preises im Blick auf ihre Unterrichtspraxis erhoben.

## **2 2 Methode**

Da eine große Stichprobe untersucht werden sollte, wurden überwiegend geschlossene Fragen gestellt. Allerdings wurde die erste Frage zum Begriff der Media Literacy (Was assoziieren Sie mit dem Begriff „Media Literacy“?) offen gestellt, weil nicht angenommen werden konnte, dass das in der Praxis vorhandene Verständnis des Begriffs sich innerhalb des wissenschaftlichen Begriffsrahmens bewegt. Für die weiteren Fragen wurde der Begriff der Media Literacy in drei Perspektiven operationalisiert:

- Verständnis von Media Literacy
- Selbsteinschätzung der eigenen Media Literacy
- Selbsteinschätzung der Relevanz der Media Literacy-Vermittlung im Unterricht

Die Items zu diesen Perspektiven wurden ergänzt mit Items zur Einschätzung des Media Literacy Awards entlang der Dimension des Media Literacy-Begriffs. Soziodemografische Angaben und Kontextfaktoren (Ausstattung der Schule, Verfügbarkeit von Ressourcen) wurden erhoben, um eine erste Einschätzung externer Faktoren zu erhalten.

Es wurde eine Vollerhebung bei den Lehrerinnen und Lehrern, die bis 2009 am Media Literacy Award teilgenommen haben, durchgeführt. Die E-Mail-Adressen der Lehrerinnen und Lehren wurden von der Projektleitung des

Media Literacy Award zur Verfügung gestellt. Die Erhebung wurde als Onlineumfrage durchgeführt. Die Einladung zu Umfrage wurde bis zu zweimal wiederholt, wenn keine Antwort erfolgt war.

Ingesamt hatten bis zum Erhebungszeitpunkt 350 Lehrerinnen und Lehrer am Media Literacy Award teilgenommen. Das entspricht 0,3 % der ca. 116.000 Lehrerinnen und Lehrer, die zum Untersuchungszeitpunkt in österreichischen Schulen beschäftigt waren. Von den 350 kontaktierten Lehrerinnen und Lehren haben 125 den Fragebogen beantwortet. Das entspricht 0,1 % der österreichischen Lehrerinnen und Lehrer und 35,7 % der untersuchten Grundgesamtheit. Da keine Vergleichsdaten über den Media Literacy Award vorliegen, kann die Schweigeverzerrung nicht abgeschätzt werden. Die akzeptable Rücklaufquote lässt jedoch eine Interpretation der Daten für die Grundgesamtheit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer am Media Literacy Award zu. Eine Verallgemeinerung für andere Lehrerinnen und Lehrer ist nicht sinnvoll.

Von denjenigen, die an der Umfrage teilgenommen haben, waren 6,8% an Volksschulen, 27,0% an Haupt- oder Mittelschulen, 21,6% an BHS und 36,5% an AHS tätig. Mit dem Wettbewerb werden also überwiegend Lehrerinnen und Lehrer, die in der Sekundarstufe I unterrichten, erreicht. Die Beteiligung aus den Bundesländern ist, gemessen an den Bevölkerungszahlen, gleichmäßig. Der größte Anteil der Lehrerinnen und Lehrer, die an der Umfrage teilgenommen haben, war zwischen Ende 40 und Mitte 50 Jahre alt ist und durchwegs über zehn Jahre als LehrerIn tätig. Ein hoher Anteil hat mehr als dreißig Jahre unterrichtet. Berufsanfängerinnen und Berufsanfänger greifen Media Literacy als ergänzendes Themen deutlich seltener auf als erfahrene Kolleginnen und Kollegen. Damit sind ältere Lehrerinnen und Lehrer, die an einer AHS unterrichten, im Verhältnis zur Struktur des Schulsystems deutlich überrepräsentiert. Ob darin eine Tendenz zur sekundären digitalen Spaltung zum Ausdruck kommt, kann mit den vorliegenden Daten nicht geklärt werden.

3 Ergebnisse

Die Befragung wurde mit der offenen Frage „Was assoziieren Sie mit dem Begriff „Media Literacy“?“ eröffnet. Die Antworten auf die Frage wurden nachträglich kategorisiert (Tab. 1).

	Anzahl	%
Ähnliche Begriffe	16	21,6%
Allg. Umgang mit Medien	18	24,3%
Konkrete Fertigkeiten / Fähigkeiten	24	32,4%
Herstellung Medienprodukte	1	1,4%
gleichgesetzt mit MLA	15	20,3%

Tab. 1: Assoziation mit Media literacy

Die häufigste Kategorie war „konkrete Fertigkeiten und Fähigkeiten“, gefolgt von einem allgemeinen Umgang mit Medien. Etwas seltener genannt wurden ähnliche Begriffe wie der Media Literacy Award, Medienkompetenz oder Medienbildung genannt. Der Media Literacy Award wurde dabei am häufigsten genannt. Andere Dimensionen wie kritisches Denken oder die Berücksichtigung populärkultureller Formate wurden an dieser Stelle nicht genannt. Auf die Frage „Was trifft Ihrer Meinung nach auf Media Literacy zu?“ geben die Befragten an (Tab. 2):

Item	Trifft zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft gar nicht zu	Weiß nicht
Die Lebenswelt der SchülerInnen ist Ausgangspunkt für die Medienarbeit.	60,5%	30,2%	7,0%	1,2%	1,2%
Die Auseinandersetzungen mit Populärmedien ist	46,6%	38,6%	11,4%	1,1%	2,3%

wichtig.					
Persönlicher Ausdruck via Medien	65,1%	25,3%	8,4%	1,2%	
Kritische Beschäftigung mit Medieninhalten	71,6%	23,9%	4,5%		
Die Produktion von Medieninhalten ist genauso wichtig wie die Reflexion	72,4%	19,5%	5,7%	1,1%	1,1%
Bewahrung vor negativen Einflüssen	20,7%	26,8%	28,0%	19,5%	4,9%
Kenntnis über die von Medien verursachten Probleme	40,7%	41,9%	14,0%	3,5%	
Analyse von Medieninhalten	48,3%	47,2%	2,2%	1,1%	1,1%
Eigene Herstellung von Medienprodukten	72,7%	20,5%	4,5%	2,3%	
Technischer Umgang mit Medien	61,8%	31,5%	6,7%		
Schutz vor alltäglichen Medieneinflüssen	21,4%	27,4%	29,8%	16,7%	4,8%
Selbst bestimmte Mediennutzung	61,2%	32,9%	5,9%		
Zielgerichtete Medienverwendung	59,8%	34,5%	4,6%	1,1%	
Decodierung von Medien-botschaften	39,3%	33,3%	19,0%	2,4%	6,0%
Selbstreflexiver Umgang mit Medien	48,3%	42,5%	5,7%	1,1%	2,3%
Media Literacy" bezieht sich auf nur ein Unterrichtsfach	11,8%	9,4%	16,5%	57,6%	4,7%
Kritik am Mediensystem	21,3%	31,3%	35,0%	7,5%	5,0%
Wissen über das Mediensystem	44,3%	40,9%	11,4%	1,1%	2,3%
Fertigkeiten für Umgang mit Medien sind statisch und bleiben gleich, wenn einmal erlernt	3,6%	4,8%	29,8%	57,1%	4,8%

Tab. 2: Was trifft Ihrer Meinung nach auf Media Literacy zu?

Insbesondere die in der offenen Frage nicht genannte Dimension der Medienkritik wird dem Media Literacy-Begriffs häufig zugeordnet. An der hohen Zustimmung zu Items wie „Persönlicher Ausdruck via Medien“, „Die Produktion von Medieninhalten ist genauso wichtig wie die Reflexion“ und „Technischer Umgang mit Medien“ wird deutlich, dass ein handlungs- und lebensweltorientiertes Begriffsverständnis im Mittelpunkt steht. Fast ebenso häufig wird den Items zum medienkritischen Begriffsverständnis zugestimmt – allerdings kaum im Blick auf das Mediensystem (Producers), sondern eher im Blick auf die eigene Mediennutzung (Audience) und teilweise im Blick auf Medieninhalte (Language, Representation). Schutz vor Medieneinflüssen wird kaum mit dem Begriff der Media Literacy verbunden. Das bewahrpädagogische Verständnis ist bei den Befragten also deutlich geringer ausgeprägt als das handlungsorientierte und das kritische Verständnis. Insofern entspricht das Verständnis der Befragten häufig dem wissenschaftlichen Verständnis des Begriffs.

Die Items zum persönlichen Umgang mit Medien, mit denen die Einschätzung der eigenen Media Literacy erhoben wurde, haben zu wenig überraschenden Ergebnissen geführt und müssen hier nicht im Detail wieder gegeben werden: Alle Befragten schätzen die eigene Media Literacy in allen Bereichen hoch bis sehr hoch ein. Lediglich die eigene Kenntnis der Produktion von Medien wird als etwas geringer eingeschätzt. Das lässt die Vermutung zu, dass sich am Media Literacy Award überwiegend Personen beteiligen, die sich für Medien interessieren und ihre Media Literacy bereits vor der Teilnahme entwickelt haben, dass aber die Kenntnisse zur Produktion eher gering ausgeprägt sind.

Auf die Frage: „Welche der folgenden Ziele im Zusammenhang mit „Media Literacy“ sind Ihrer Meinung nach wichtige Aufgaben der Schule?“ gaben die Lehrerinnen und Lehrer an:



	sehr wichtig	Eher wichtig	weni- ger wichtig	un- wichtig
Lernen, Medienangebote kritisch zu hinterfragen und zu analysieren	87,7%	12,3%		
Lernen, welche Produktionsbedingungen im Medienbereich vorherrschen	26,3%	43,8%	27,5%	2,5%
Lernen, Medien selbst bestimmt zu nutzen	87,7%	11,1%	1,2%	
Lernen, technische Nutzung zu beherrschen	44,4%	42,0%	13,6%	
Lernen, eigene Medienprodukte zu gestalten	43,9%	48,8%	7,3%	
Lernen, Medien für eigene Ziele und Anliegen einzusetzen	64,2%	32,1%	2,5%	1,2%
Lernen, sich gegen negative Medieneinflüsse zu wehren	65,9%	28,0%	4,9%	1,2%
Lernen, über eigenes Medienverhalten zu reflektieren	70,9%	26,6%	1,3%	1,3%
Lernen, über Mediensystem als Ganzes zu reflektieren	43,0%	44,3%	10,1%	2,5%
Lernen, Mediengebrauch in der Familie kritisch zu reflektieren	49,4%	35,4%	13,9%	1,3%

Die höchst Zustimmung liegt bei den Items „Lernen, Medien selbst bestimmt zu nutzen“ und „Lernen, Medienangebote kritisch zu hinterfragen und zu analysieren“ vor. Auch hier ist die Zustimmung zu den Items, in denen nach der Produktion und dem Mediensystem gefragt wird, gering. Wichtig ist den Befragten vor allem das kritische Verständnis und die Nutzung von Medien für eigene Ziele und Anliegen, wobei die Gestaltung von Medienprodukten deutlich geringere Zustimmung erfahren hat. Letzteres könnte auf die Formulierung des Items zurück zu führen sein: Möglicher-

weise wurde mit dem Ausdruck „Medienprodukte“ nicht die eigene Gestaltung von Medien, sondern der Verkauf von Medien assoziiert.

Auf die Frage „Zu welchen der folgenden Bereiche haben Sie bereits Medien gemeinsam mit Ihren SchülerInnen verwendet?“ sind die Antworten ähnlich ausgefallen. Die Lehrerinnen und Lehrer geben also nicht nur an, diese Ziele für wichtig zu halten, sondern auch, dass Sie an diesen Zielen mit den Schülerinnen und Schülern gearbeitet haben.

Das gilt offenbar nicht nur für reflexive, sondern auch für praktische Aspekte. Auf die Frage nach den Geräten, die sie im Unterricht verwenden, geben die Befragten an:

	Mehrmals / Woche	1 x /Woche	1 x / Monat	seltener	gar nicht
Fernseher / Video-/ DVD- Player	20,5%	24,4%	25,6%	26,9%	2,6%
Videokamera	4,3%	11,4%	22,9%	42,9%	18,6%
Beamer	55,7%	13,9%	16,5%	13,9%	
Schulbuch	63,8%	16,3%	8,8%	5,0%	6,3%
Fotoapparat	17,3%	18,5%	22,2%	39,5%	2,5%
Bücher	55,7%	17,7%	15,2%	8,9%	2,5%
Computer	77,4%	13,1%	8,3%	1,2%	
Filmprojektor	1,7%	1,7%	3,4%	29,3%	63,8%
Internet	65,4%	21,0%	8,6%	4,9%	
CD-Player	35,8%	12,3%	17,3%	24,7%	9,9%
Lernsoftware	32,5%	20,8%	16,9%	14,3%	15,6%

Zeitungen / Zeitschriften	18,1%	19,4%	25,0%	31,9%	5,6%
---------------------------	-------	-------	-------	-------	------

Es ist wenig überraschend, dass der Filmprojektor als Unterrichtsmedium kaum noch genutzt wird. Bemerkenswert ist allerdings, dass Computer das Schulbuch bei den Befragten als das am häufigsten genutzte Medium im Unterricht abgelöst hatten. 6,3% gaben sogar an, überhaupt keine Schulbücher mehr zu verwenden. Auch das Internet wird von den Befragten nach eigenen Angaben häufiger verwendet als Schulbücher, was vor allem unter Berücksichtigung des Erhebungszeitpunkts überraschend ist.

Interessant sind auch die Zwecke, zu denen Medien verwendet werden. Die Befragten gaben zur Nutzung von Medien mit den Schülerinnen und Schülern im Unterricht oder in Projekten an:

	Trifft zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft gar nicht zu
Medien primär als didaktisches Hilfsmittel	34,2%	36,7%	26,6%	2,5%
Medien zur Thematisierung gesellschaftlich relevanter Themen	27,6%	55,3%	15,8%	1,3%
Medien zur Herstellung eigener Medienprodukte	51,9%	33,8%	10,4%	3,9%
Medien für technischen Medienumgang	46,8%	32,5%	15,6%	5,2%
Anregung zum kritisch-reflexiven Umgang	50,0%	42,1%	6,6%	1,3%
Medien zur Wiederholung von Inhalten	36,4%	41,6%	15,6%	6,5%
Medien zur Anregung von Kreativität und Phantasie	63,2%	28,9%	5,3%	2,6%
Medien zur Analyse von Medieninhalten	42,1%	32,9%	22,4%	2,6%

Am häufigsten genannt werden Kreativität und Phantasie sowie – im Unterschied zur vorherigen Frage – die Herstellung eigener Medienprodukte. Geringe Zustimmung hat das Item „Medien zur Thematisierung gesellschaftlich relevanter Themen“ erfahren, was die Vermutung, dass Medienkritik vor allem auf die persönliche Medienverwendung und weniger auf eine gesellschaftskritische Auseinandersetzung bezogen wird, unterstützt. Geringere Zustimmung haben auch die Items zur Mediendidaktik erfahren. Ob dieses Ergebnis durch den Kontext der Untersuchung erklärt werden kann oder die Lehrerinnen und Lehrer Mediendidaktik und Medienkompetenzvermittlung so trennen, dass Medien überwiegend zur Medienkompetenzvermittlung, aber nicht als Unterrichtsmittel in anderen Fächern verwendet werden, ist an den Daten nicht zu erkennen.

Zur Einschätzung des Media Literacy Award wurde gefragt, ob sich die befragten Lehrerinnen und Lehrer auch schon vor der Teilnahme am Media Literacy Award mit dem Thema Media literacy beschäftigt haben und ob die Teilnahme am Media Literacy Award zu einer vermehrten Auseinandersetzung mit Media Literacy geführt hat. Auf die Frage, ob Sie sich auch schon vor der Teilnahme am Media Literacy Award mit Media Literacy beschäftigt haben, haben nur 60 % der Befragten angegeben, dass dies der Fall war. Auf die umgekehrte Frage „Hat die Teilnahme am Media Literacy Award dazu beigetragen, dass Sie sich vermehrt mit dem Thema „Media Literacy“ auseinandersetzen?“ haben 70,5% angegeben, dass das der Fall war. Ein erheblicher Teil der Teilnehmerinnen und Teilnehmer wird also durch die Teilnahme an dem Wettbewerb dazu angeregt, sich überhaupt oder intensiver mit dem Konzept der Media Literacy zu beschäftigen. Ebenfalls hoch fällt die Zustimmung zu folgenden Items aus:

	Stimme sehr zu	Stimme eher zu	Stimme gar nicht zu
MLA hilft, das Kon-	57,4%	36,8%	5,9%

zept von "Media Literacy" zu verbreiten			
MLA regt an, sich mit Medien in Schule auseinanderzusetzen	56,5%	39,1%	4,3%
MLA verändert den Umgang mit Medien in der Schule	33,8%	58,8%	7,4%
Durch den MLA gewinnen SchülerInnen Einsichten in Medienumgang	55,2%	40,3%	4,5%
MLA fördert kritischen und reflexiven Umgang mit Medien	53,0%	43,9%	3,0%
MLA regt zur Herstellung eigener Medieninhalte an	66,7%	30,3%	3,0%
MLA fördert persönlichen Ausdruck mittels Medien	55,2%	40,3%	4,5%
MLA regt Auseinandersetzung mit sozialkritischen Themen an	33,3%	59,1%	7,6%

Auch hier liegt eine sehr hohe Zustimmung vor. Eine geringe Zustimmung

wird fast überhaupt nicht geäußert. Etwas geringer ist die Zustimmung lediglich im Fall der sozialkritischen Themen, was den vorherigen Befunden entspricht. Im Verhältnis zur sehr hohen Zustimmung zur kritischen Reflexion von Medien bei vorherigen Fragen ist die Zustimmung bei dieser Frage etwas geringer. Das kann dadurch erklärt werden, dass die Items vermutlich überwiegend auf die Teilnahme am Wettbewerb im engeren Sinne bezogen wurden. Die Teilnahme am Wettbewerb selbst fördert den kritischen Umgang aus Sicht der Befragten vermutlich weniger. Allerdings legt die hohe Zustimmung zur Frage nach der Anregung einer intensiveren Auseinandersetzung nahe, dass der Umstand, dass es den Wettbewerb gibt, durchaus förderlich für die Vermittlung eines kritischen und reflexiven Umgangs ist.

Auf die Frage nach den Gründen für die Teilnahme am Media Literacy Award wurde am häufigsten (30,9%) die Präsentation außerhalb der Schule genannt. Dabei geht es aber, wie weitere Antworten zeigen, kaum um das Prestige oder eine Anerkennung der Leistung (9,1%), sondern vor allem um den Austausch mit anderen (20,0%). Im Mittelpunkt steht also die durch den Media Literacy Award geschaffene Öffentlichkeit. Es kann vermutet werden, dass die Lehrerinnen und Lehrer auch deswegen am Media Literacy Award teilgenommen haben, weil damit der mit den SchülerInnen geleistete Medienarbeit Anerkennung und Aufmerksamkeit zuteil wird.

Zu dieser Vermutung passt, dass häufig bereits ein Projekt existierte, das zu den Anforderungen des Wettbewerbs passte. In vielen Fällen ist es also der Media Literacy Award nicht der unmittelbare Anlass für die Medienarbeit mit den Schülerinnen und Schülern. Vielmehr wird ein unabhängig vom Wettbewerb entwickeltes Projekt eingereicht.

Auch das Interesse an Media Literacy war nach Angaben der Befragten bereits vor der Teilnahme vorhanden. Die Auseinandersetzung mit und die Vermittlung von Media Literacy wurde schon vor der Teilnahme am Wettbewerb aufgenommen, wird aber durch den Media Literacy Award unterstützt und intensiviert. Die Intensivierung scheint oft weniger im Zusammenhang mit dem Media Literacy als Preis, sondern mit dem Media Li-

teracy als sozialem Ereignis zu stehen, denn viele Befragte stimmen der Aussage, dass sie teilnehmen, um Informationen und Anregungen für die zukünftige Medienarbeit in der Schule zu erhalten, zu. Und auch der Austausch mit anderen wird oft als relevant angegeben.

Die Ausstattung ihrer Schule wird von 21,5 % die Ausstattung als Sehr Gut und 43,9 % als Gut eingeschätzt. 28 % bewerten sie als Befriedigend und nur 6,5 % als Schlecht. Die Ausstattung der Schulen wird von den meisten Befragten als Gut empfunden. Hier ist allerdings mit einer gewissen Verzerrung zu rechnen, weil vermutet werden kann, dass Lehrerinnen und Lehrer, die die Ausstattung ihrer Schule als völlig unzureichend empfinden, eher nicht am Wettbewerb teilnehmen.

Für die Teilnahme am Media Literacy Award erhalten nur 15,2% der Lehrerinnen und Lehrer keine Unterstützung von der Schule. Den übrigen werden technische, zeitliche und finanzielle Ressourcen zur Verfügung gestellt, wobei bei diesen Items jeweils nur 10,5% bis 23,2% „Ja“ angeben. Die Befragten erhalten also überwiegend Unterstützung, allerdings nicht umfassend, sondern in nur geringem Umfang. Mehr Unterstützung wird allerdings auch nur selten gewünscht. Der größte Bedarf und die größte Unterstützung wird im Bereich der zeitlichen Ressourcen angegeben. Offenbar haben die Schulen hier Handlungsmöglichkeiten, die bereits genutzt werden, aber durchaus noch ausgeweitet und intensiver genutzt werden könnten.

### **3 Diskussion**

Es wurde deutlich, dass der Media Literacy Award die mit der Verleihung des Preises verbundenen Ziele entgegen der durch Studien in anderen Bereichen naheliegenden Vermutung erreicht. Die Zielgruppe schätzt die Teilnahme am Media Literacy Award als relevant ein. Wichtig ist den Teilneh-

merinnen und Teilnehmern dabei weniger eine unmittelbare Belohnung, sondern die Anerkennung und der Austausch mit anderen engagierten Lehrenden.

Was die Lehrerinnen und Lehrer veranlasst hat, überhaupt die Arbeit an Themen aus dem Bereich der Media Literacy-Vermittlung aufzunehmen, wurde in dieser Untersuchung nicht erhoben. Vermutet werden kann aber, dass es nicht die unmittelbare Teilnahme am Wettbewerb selbst war. Angenommen werden kann vielmehr, dass die Teilnahme nicht Ausdruck eines kurzfristigen Engagements, sondern Ausdruck einer nachhaltigen Entwicklung war. Zur Betrachtung des Wettbewerbs genügt es daher nicht, nur den Wettbewerb selbst zu untersuchen. Erforderlich ist vielmehr eine gegenüber dieser Studie umfassendere Berücksichtigung des Kontextes.

Dass in der Teilnahme am Media Literacy Award eine nachhaltige Entwicklung zum Ausdruck kommt, zeigt sich auch darin, dass die Befragten bis auf gesellschaftskritische sehr gut über Media Literacy orientiert sind, die eigene Media Literacy als hoch einschätzen und Media Literacy regelmäßig in ihren Unterricht einfließen lassen. Die Ergebnisse lassen die Vermutung zu, dass es sinnvoll war und ist, den Media Literacy Award fortzuführen.

## **4 Literatur**

Aufderheide, Patricia (2001): Media literacy: From a Report of the National Leadership Conference on Media literacy, in: Kubey, Robert (Hg.): Media literacy in the Information Age: Current Perspectives. London/New York: Routledge, 79-88.

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

Burn, Andrew/Durran, James (2007): Media Literacy in Schools. Practice, Production and Progression. London: Paul Chapman Publishing.

Hobbs, Renee (2001): Expanding the Concept of Literacy. In: Kubey, Ro-



bert (Hg.): Media literacy in the Information Age: Current Perspectives. London/New York: Routledge , 163-183.

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

Masterman, Len (1985): Teaching the Media. London: Routledge

This work is licenced under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Austria License. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/at/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA.