

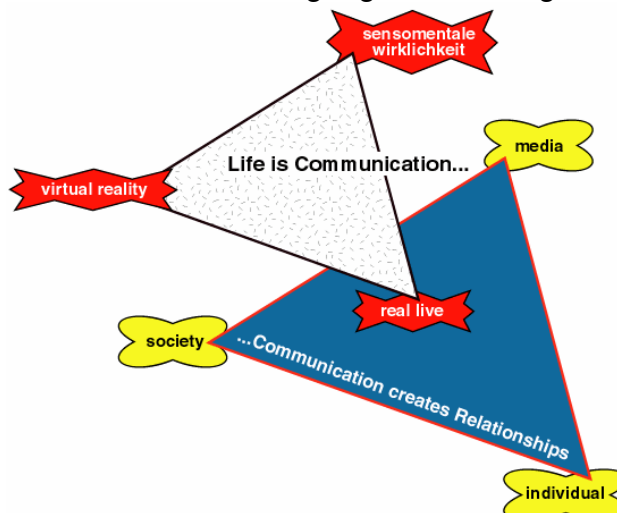
Dem paraphrasierten „**Henne Ei-Paradigma**“ folgend, bezogen auf das multimediale Gebrauchswertverhalten von Jugendlichen, wurde im Rahmen eines Laborforschungsprojekts mit Lehrlingen der Kelag in der Lehrlingsschule St. Veit die **Identitätsentwicklung** durch aktiven und passiven Mediengebrauch wissenschaftlich untersucht.

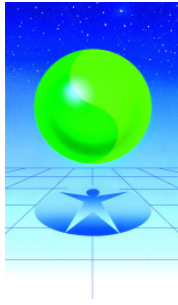
Der Entstehungsprozess der multimedialen Website

www.kelag.at/lehrlingsschule war die Forschungsgrundlage.

EQ (emotionale Stabilität), **SQ** (soziale Kompetenz) und **LQ** (vernetzte Problemlösungs-Fähigkeit) waren die gemessenen Identitäts- Messgrößen.

Mit Hilfe tiefenpsychologisch orientierter standardisierter Verhaltensbeobachtung konnte man die sozialen Rahmenvariablen differenziert in den Untersuchungsplan einbeziehen. Auf der Basis von anonymisierten Daten einer mehr als 10-jährigen Zusammenarbeit auf dem Sektor der Lehrlingsauslese mit dem Kelag Konzern war es möglich in einer differenzierten vernetzten Arbeit, die Brücke zwischen virtueller Realität und realen sozialen Lebensbedingungen zu schlagen.

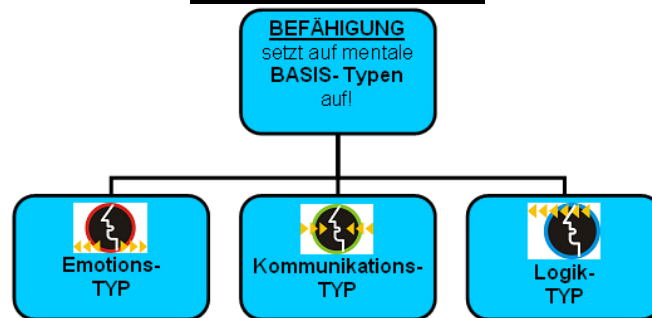




Themenblock 1:

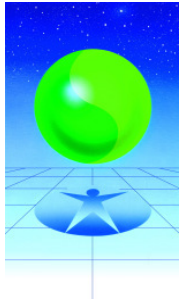
ERGEBNISSE: IDENTITÄTS- INDEX bestimmt durch das praktische Mediengebrauchsverhalten

MEDIEN-TYPEN:



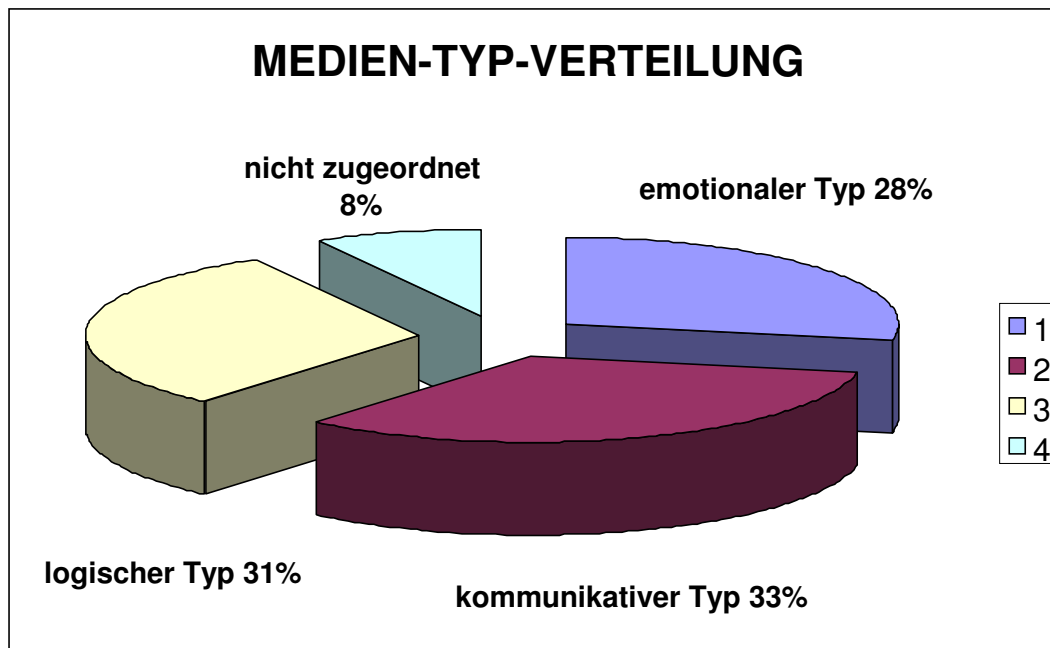
Analog zu den bekannten Lerntypen hat sich durch das Mediengebrauchsverhalten eine neue Typologie herauskristallisiert. Die eindimensionalen Fähigkeiten mit Informationsmaterialien umzugehen, sind passé. Die Gegenwart, wie die Studie zeigt, aber vor allem die Zukunft ist durch vernetzte Informationswahrnehmung charakterisiert.

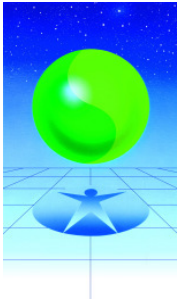
Die Konsequenz ist eine Umstrukturierung der medialen Angebote, aber vor allem die Notwendigkeit im Bildungsbereich vom gegenständlichen Frontalunterricht zum kooperativen medialen Projektunterricht überzugehen. Die neuen Typologien stellen die Schlüsseldimensionen dar, auf die weitere Detailfertigkeiten aufsetzen.



Frage1: „Welcher Medientyp hat Ihrer Meinung nach die besten Voraussetzungen zu einer ganzheitlichen Identitätsentwicklung?“

EMO-TYP	28%
KOM-TYP	33%
LOGO-TYP	31%
Keiner	8%

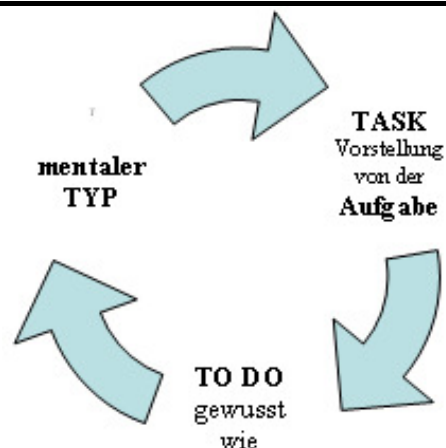




Themenblock 2:

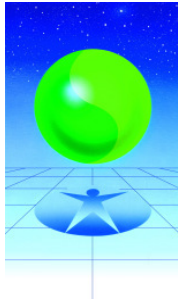
ERGEBNISSE: MEDIEN-GEBRAUCH-WERT-VERHALTEN

MEDIEN-TASK-ZIRKEL:



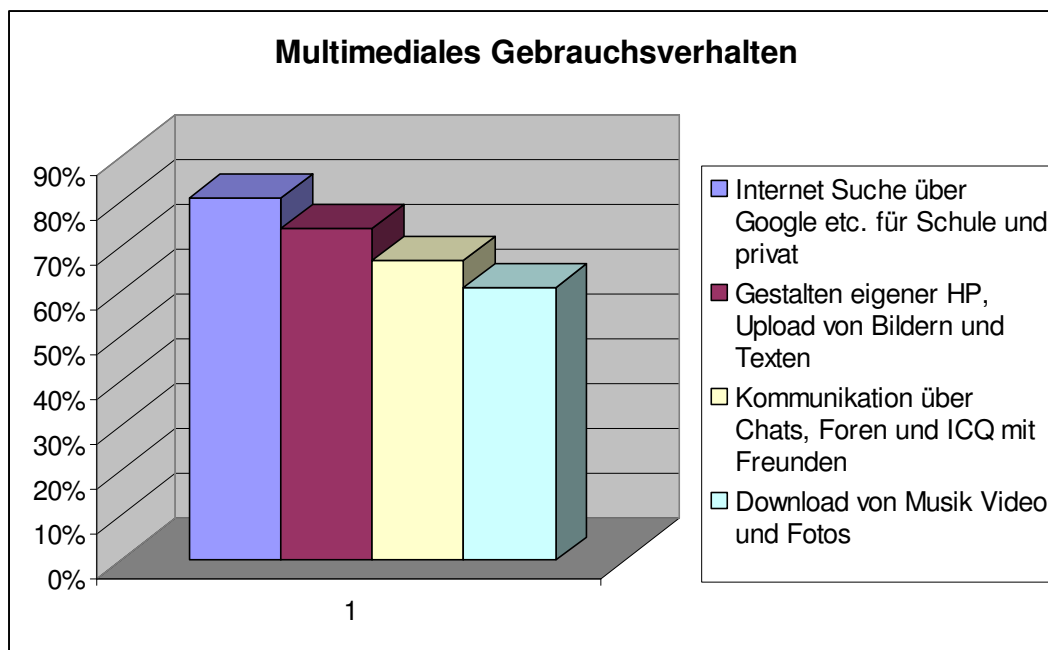
Es ist inzwischen klar, dass man mit dem isolierten Erkennen der Befähigung und dem Beobachten des Herangehens an eine Aufgabe, in der Lösung der Eignungsfrage von Kandidaten(innen) nicht sehr weiter kommt. Wie es in der Wirtschaft um Abbildung von Prozessen als Ganzes geht, ist die Analyse des Mediengebrauchsverhaltens, ein neuer und effizienter Indikator, der auch auf die (Aus)Bildungsentwicklung angewandt werden kann.

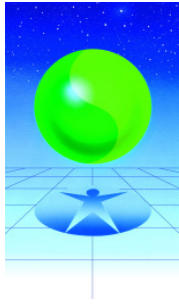
Im oben dargestellten TYP-TASK-TO DO-Operating Zyklus ist die individuelle Prozessrealität dargestellt, die sowohl bei beim Durchführen eines PC-Strategiespiels, als auch bei der Lösung einer vernetzten Aufgabe notwendig ist.



Frage2: „Welche Aufgaben werden von Ihnen vornehmlich online über den PC abgewickelt?“ (Mehrfachnennung möglich!)

Internet Suche über Google etc. für Schule und privat	81%
Gestalten eigener HP, Upload von Bildern und Texten	74%
Kommunikation über Chats, Foren und ICQ mit Freunden	67%
Download von Musik Video und Fotos	61%





Themenblock3:

ERGEBNISSE: KONSEQUENZ AKTIVER MULTIMEDIALE ANWENDUNGEN

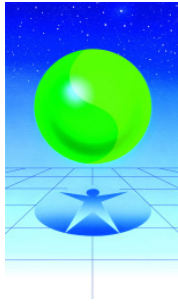
TO DO: Bauch/Kopf-Balance



VivoScope - the mental
wellness navigator helps
to create balance between
emotion and logic

Das Anforderungsprofil aber auch das Eignungsprofil ist mehr als die Summe aller Detailsigenschaften eines(r) Kandidaten(in). In auch auf die neuen Medien abgestimmten Personalentwicklungs-, Rekrutierungsverfahren und Prozessen kommt es nicht mehr nur darauf an, wie die einzelnen Spitzenqualifikationen sind, sondern wie diese in der Problemlösungspraxis vernetzt eingesetzt werden können.

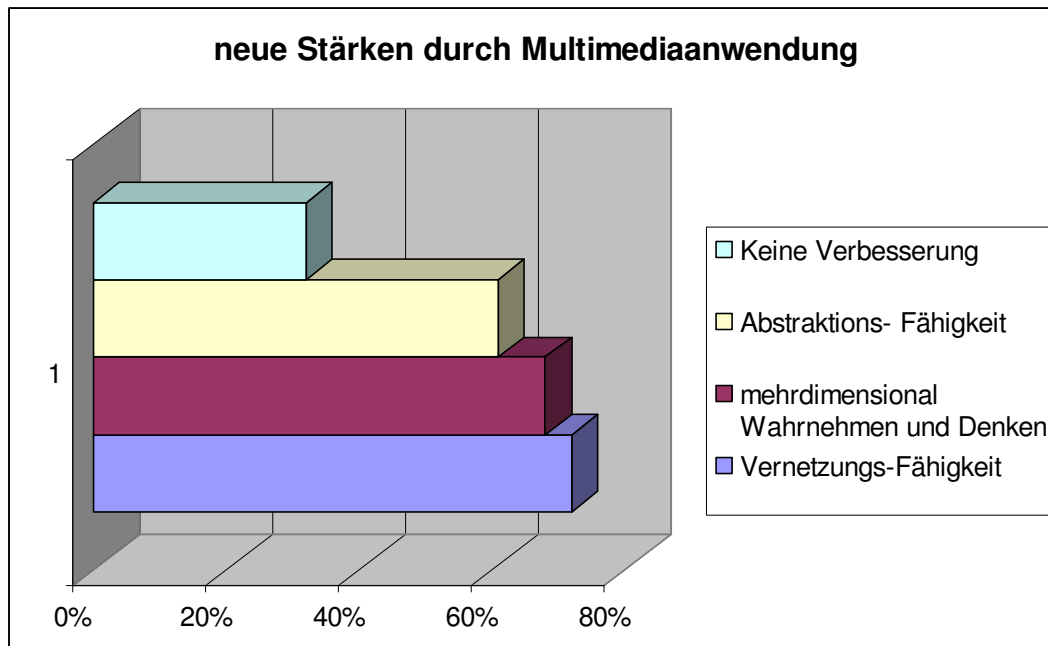
Dabei spielt die mentale Dimension eine zentrale Rolle, konkret das balancierte Wechselspiel zwischen Kopf, Logik, Wissen und Bauch-Motivations-Situations-Empfinden, was man auch als angstfreies Wohlgefühl in Arbeitsprozessen umschreiben kann.



HUMANINSTITUT
Personal und System CONSULTING
Dr. Franz Witzeling

Frage3: „Welche Fähigkeit wird bei Ihnen durch die Anwendung multimedialer Werkzeuge gefördert?“ (Mehrfachnennung möglich!)

Vernetzungs-Fähigkeit	72%
Mehrdimensional Wahrnehmen und Denken	68%
Abstraktions- Fähigkeit	61%
Keine Verbesserung	32%



Untersuchungszeitraum: 8. September bis 21. September 2007

Stichprobe: Kärntenweit wurden 550 Personen nach dem Quotaverfahren ausgewählt und telefonisch befragt.

Methodik: Die in der Umfrage erhobenen Dimensionen, wurden auf Basis der Ergebnisse einer in der Kelag- Lehrlingsschule durchgeführten über ein Monat laufenden Felduntersuchung aufgesetzt.

Verantwortlicher Ansprechpartner: Dr. Franz Witzeling, Soziologe und Psychotherapeut, Leiter des Humaninstituts

Links: www.comvivo.net od. www.humaninstitut.at

E-Mail: office@humaninstitut.at