

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
1. PRIMÄR HERMENEUTISCHE ANALYSE	1
1.1 GRUNDLEGUNG	1
1.11 Aufgabenstellung	1
1.12 Aspekte des Modelldenkens	4
1.2 ALLGEMEINES MODELL INTENDIERTER PROZESSE	7
1.21 Prozeßgrößen und deren Interdependenzen	7
1.22 Prozeßgrößen und Effizienzermittlungsarten	9
1.3 LERNZIELE ALS DETERMINAT	12
1.31 Stellenwert von Lernzielen	12
1.32 Wissenschaftstheoretische Problematik von Zielsetzungen	15
1.33 Operationalisierbarkeit von Lernzielen	20
1.34 Merkmale operationaler Formulierung von Lernzielen	28
1.35 Problematik der Gewinnung von Feinzielen	34
1.36 Taxonomie von Lernzielen	38
1.4 STRATEGISCHES MODELL DER LERNZIEL-DETERMINATION	42
1.41 Grundlegung des Modells der Lernziel-determination	42
1.411 Grundorientierungen der Lernziel-determination	42
1.412 Größen des Modells im Überblick	46
1.413 Beziehungen der Modellgrößen zueinander	48

	Seite
1.42 Die Determinanten des Modells	53
1.421 Das lernende Individuum als Determinante	53
1.421.1 Entsprechung der Lernziele mit Fähigkeiten des Individuums	55
1.421.2 Entsprechung der Lernziele mit Interessen des Individuums	59
1.422 Die Anforderungen an das Individuum als Determinante	71
1.422.1 Zur Subjektivität von Aussagen über Anforderungen als Determinante	73
1.422.2 Zur Relevanz von Anforderungen als Determinante	82
1.43 Gegenstände als Reservoir für Lernziele	88
1.431 Relevanz der Gegenstände für die Lernziel-determination	88
1.432 Gegenstandskriterien	91
1.432.1 Bewirktheitskriterien	94
1.432.2 Wirkungskriterien	96
1.433 Wissenschaften als Herkunftsbereich	103
1.434 Zum Problem der Lernzielgewinnung durch Transformation	110
1.434.1 Begriff der Transformation	110
1.434.2 Arten der Transformation	113
2. PRIMÄR EMPIRISCHE ANALYSE	119
2.1 VORBEREITUNG DES EXPERIMENTS	123
2.11 Die audio-visuelle Lektion	123
2.111 Wahl des audio-visuellen Mediums	123
2.111.1 Entscheidungskriterien für die Wahl des audio-visuellen Mediums	124

	Seite
2. 111.2 Mögliche audio-visuelle Medien	126
2. 111.21 Ton-Dias	126
2. 111.22 Bild-Ton-Band	127
2. 111.23 Ton-Film	128
2. 112 Erstellung einer audio-visuellen Lektion	130
2. 112.1 Primär didaktische Probleme bei Erstellung einer audio-visuellen Lektion	130
2. 112.11 Grobzielbestimmung	130
2. 112.12 Feinzielbestimmung	140
2. 112.2 Primär filmtechnische Probleme bei Erstellung einer audiovisuellen Lektion	150
2. 112.21 Auswahl und Herstellung optischer und akustischer Veranschaulichungsobjekte	150
2. 112.22 Aufnahme der Filmszenen	153
2. 112.23 Schneiden und Vertonen des Films	154
2. 112.3 Wiedergabe des endgültigen Drehbuchs	156
2. 12 Die Evaluationsinstrumente	169
2. 121 Instrumente zur Ermittlung von Daten der Lernenden	169
2. 121.1 Ermittlung von Meinungen, Kenntnissen und Fakten	169
2. 121.2 Denkfähigkeitstest	170
2. 121.3 Freie Niederschrift (Werbemittel-Analyse)	171
2. 121.4 Ermittlung von Einstellungen zur audio-visuellen Lektion	172

	Seite
2. 122 Instrumente zur Ermittlung von Lerneffekten der audio-visuellen Lektion	172
2. 122. 1 Allgemeine Probleme der Evaluation	172
2. 122. 2 Offene Evaluation (Freie Niederschrift)	176
2. 122. 3 Geschlossene Evaluation (Objektivierte Leistungsmessung)	177
2. 2 DURCHFÜHRUNG DES EXPERIMENTS	185
2. 21 Zeitlicher Ablauf des Gesamtprogramms	185
2. 22 Quantitative Aspekte der Versuchspersonen	186
2. 23 Qualitative Aspekte der Versuchspersonen	188
2. 24 Organisatorische Probleme des Experiments	190
2. 3 ERGEBNISSE	192
2. 31 Ergebnisse der freien Niederschriften und der Einzelfragen	193
2. 311 Freie Niederschriften	193
2. 312 Einzelfragen	203
2. 32 Ergebnisse des objektivierten Tests	205
2. 321 Gesamtergebnisse des objektivierten Tests	205
2. 321. 1 Zusammenhang zwischen Ergebnissen des objektivierten Tests und Fakten	205
2. 321. 11 Kaufmännische Berufsschüler im Vergleich zu Realschülern und Gymnasiasten	205

2. 321. 12	Ausbildungsfachrichtungen und Stadt-Land-Relation	207
2. 321. 13	Alter und Geschlecht	209
2. 321. 14	Kenntnis von Slogans	210
2. 321. 15	Denkfähigkeitstest	213
2. 321. 2	Zusammenhang zwischen Ergebnissen des objektivierten Tests und Mei- nungen	215
2. 321. 21	Erwartungen an den Schulunterricht	215
2. 321. 22	Einstellungen zu Unter- richtsfächern und -gegen- ständen	217
2. 321. 23	Werbung als Gebiet der Betriebswirtschaftslehre	220
2. 321. 24	Einstellungen zur Werbung	222
2. 321. 25	Interesse an Werbung und Reflektiertheit derselben	224
2. 321. 26	Glaubwürdigkeit der Werbung	226
2. 321. 27	Werbung und Berufs- tätigkeit	227
2. 321. 28	Werbung und Privatleben	230
2. 321. 29	Meinungen zur audio- visuellen Lektion	232
2. 322	Einzelergebnisse des objektivierten Tests	238
2. 322. 1	Ergebnisse, bezogen auf einzelne Aufgabentypen	238
2. 322. 11	Ergebnisse im Durch- schnitt	238
2. 322. 12	Ergebnisse in ihrer Streuung	240

	Seite
2. 322. 2 Ergebnisse, bezogen auf einzelne Aufgabenelemente	242
2. 322. 21 Häufigste Falsch- bearbeitung	243
2. 322. 22 Häufigste Richtig- bearbeitung	244
2. 33 Zusammenfassung von Ergebnissen	246
2. 331 Materiale Tendenzen	246
2. 332 Methodologische Ergebnisse	248
3. ANHANG	
3. 1 Abkürzungsverzeichnis	IX
3. 2 Literaturverzeichnis	XI
3. 3 Testbögen	XLV
3. 4 Lösungen des objektivierten Tests	LIX
3. 5 Maßstäbe der Punktvergabe für den objektivierten Test	LXI
3. 6 Beispiel für die Berechnung der Korrelation	LXII